

27.02.2012 – 16:06 Uhr

Studie von Acision: SMS bei Messaging-Diensten noch immer vorn Hälfte der Smartphone-Benutzer in Großbritannien kann auf SMS nicht verzichten

Spanien (ots/PRNewswire) -

Möglichkeiten für Betreiber, um Relevanz und Umsatz mit neuen SMS-Services, die Kunden wünschen und auch bereit sind dafür zu zahlen, zu erschliessen

- 95 % der befragten Verbraucher in Grossbritannien nutzen SMS aktiv
- 93 % der Smartphone-Besitzer kommunizieren über SMS trotz des Zugriffes auf Instant-Messaging-Services (IMS)
- Drei von vier Smartphone-Besitzern (74 %) sagen, dass sie SMS benötigen, 51 % davon gaben an, auf SMS angewiesen zu sein
- 68 % von Smartphone-Besitzern wären bereit, für RCS-Services zu zahlen

Laut einer Studie von Acision, dominieren SMS immer noch den mobilen Messagingmarkt im Vergleich zu anderen Services, wie "Over the Top" (OTT) Instant-Messaging (IM) Services. 95 % aller befragten Verbraucher gaben an, dass sie aktiv SMS nutzen. Dies sind signifikant mehr als Smartphone-Nutzer, die aktiv OTT/IM-Dienstleistungen wie Facebook Chat (37 %), Skype (20 %), Twitter (17 %), BlackBerry Messenger (17 %) und WhatsApp (16 %) verwenden, welche aktuell die beliebtesten fünf OTT/IM Services sind.

Die Studie, die von Vanson Bourne durchgeführt wurde und Messaging-Gewohnheiten und -Vorlieben von Verbrauchern untersucht, ist die derzeit umfangreichste Studie über die Nutzung mobiler Messaging-Services. Basierend auf Interviews mit 1.000 Nutzern von mobilen Endgeräten in Grossbritannien, bestehend aus Smartphone- (63 %) und Feature-Phone-Besitzern (37 %) zeigt die Studie, dass SMS unter Smartphone-Besitzern der beliebteste Messaging-Service ist. 93 % dieser Gruppe gaben an, SMS zu verwenden. Tatsächlich scheinen Smartphone-Besitzer SMS am meisten zu schätzen und drei von vier zeigen einen klaren Bedarf für SMS (74 %). 51 % davon sagen sogar, dass sie auf diesen Service unbedingt angewiesen sind, trotz der Möglichkeit, andere OTT/IM-Services auf einem Smartphone nutzen zu können. Dies demonstriert die Bedeutung und die Abhängigkeit von SMS-Nachrichten bei Verbrauchern heute.

Smartphone-Besitzer gaben SMS den Vorzug, wenn sie nach ihrer Vorliebe für SMS oder mobile OTT/IM-Services gefragt wurden. Als Gründe wurden Reichweite (42 %), Zuverlässigkeit (42 %), Preis (38 %), Sendegeschwindigkeit (37 %) und die Möglichkeit des Gruppenversands (28 %) genannt. Nur 4 % der Smartphone-Benutzer sagten, dass IM verlässlicher und schneller als SMS sei, während 35 % sagten, dass sie SMS als verlässlicher und schneller empfinden.

"Meldungen, die nahelegen, dass SMS sich auf dem Totenbett befinde, scheinen stark übertrieben zu sein. Tatsächlich sieht es so aus, als ob Besitzer von Smartphones und Feature Phones durch ihre Liebe zu SMS vereint sind. Es ist interessant, dass SMS besonders bei Geräten erfolgreich ist, die gewöhnlich auf IM-Services ausgerichtet sind. Basierend auf diesen Ergebnissen können wir SMS, die erste und erfolgreichste aller mobilen Anwendungen, eine lange, glückliche Zukunft voraussagen, kommentiert Jorgen Nilsson, Chief Executive bei Acision die Ergebnisse.

Neben einem kontinuierlichen Interesse in SMS-Services, sind Nutzer auch an verbesserten Messaging-Services interessiert. Eine signifikante Anzahl an Befragten gab, als sie nach individuellen, SMS-basierten Services gefragt wurden, an, dass sie folgende Services verwenden würden: Sende- und Zustellbestätigungen (47 %), Black/White-Listen (40 %), Kopien (37 %), Suchen (37 %) und Erinnerungsdienste (35 %). Dies zeigt, dass es für Betreiber Möglichkeiten gibt, die Funktionalität und Lebensdauer von Textnachrichten zu verlängern, die Kundenloyalität zu stärken und Premium-Umsätze zu generieren.

Um das Interesse an Rich Communication Suite Services (RXS und RCS-e) zu evaluieren, wurden die Befragten gebeten, einen Service zu bewerten, der von ihrem Betreiber angeboten wird und IM, Dateitransfer, Group Chat und Video Sharing enthält und es ihnen ermöglicht, Nachrichten mit allen SMS- und MMS-Nutzern auszutauschen. Nur 5 % der Smartphone-Benutzer in Grossbritannien gaben an, solch einen Dienst nicht nutzen, während 68 % bereit wären, für solch einen Dienst zu zahlen. Dies unterstreicht das mögliche Ertragspotenzial von Messaging-Services.

"Bei diesen Ergebnissen ist es klar, das IM noch einen langen Weg vor sich hat, um an die Reichweite, Zuverlässigkeit und Allgegenwärtigkeit von SMS anzuknüpfen, auch wenn ihre Beliebtheit steigt," kommentiert Jorgen Nilsson. "Analysten schätzen, dass mobiles IM bis 2016[1] mehr als 1,3 Milliarden Nutzer haben wird, verglichen mit mehr als 5 Milliarden SMS Nutzern heutzutage. Zwar haben mobile IM-Services ihre Vorteile, aber der Markt ist derzeit stark fragmentiert, Services können nicht miteinander kommunizieren und sind von Smartphone- und Tablet-Geräten mit einer mobilen Breitbandverbindung abhängig. Wir freuen uns, als Experten in der Bereitstellung von SMS- und IP-Messaging-Services sehr auf die neuen Chancen im Bereich IP-Messaging, glauben jedoch, dass SMS immer noch eine führende Rolle in unserem Messaging Backbone spielen wird. Und zwar nicht nur als Connectivity Tool, sondern besonders für Marken, die 5 Milliarden Verbraucher mit Zugriff aus SMS-Services erreichen möchten."

Diese Studie ist Teil einer grösseren Studie, die von Acision ausgeführt wurde. Weitere lokale Studienergebnisse wie für die USA werden in den kommenden Monaten bekannt gegeben. Besuchen Sie Acision auf dem MWC Stand A93 in Halle 8 oder besuchen Sie uns auf dem GSMA RCS Showcase Stand C118 in Halle 8.

About Vanson Bourne and the research

Vanson Bourne, a specialist research-led consultancy, carries out user research within a technology context. The company interviews senior decision makers from a variety of functions, across a whole range of industries, in organisations from the smallest to the largest, in markets around the globe. Vanson Bourne's clients range from start-ups to well-known companies that need expert guidance, delivering robust and credible research-based analysis.

Acision's mobile messaging research was conducted in January 2012 with a sample of 1,000 adults in the UK.

About Acision

As the global leader in mobile messaging, Acision connects the world by powering relevant, seamless messaging services, which enrich the mobile communications experience and create new opportunities for carriers and enterprises across the world. For more information, visit Acision at <http://www.acision.com>

1. Juniper Forschung [<http://www.juniperresearch.com/viewpressrelease.php?pr=248>]

Kontakt:

Maria Hudson, Acision, Tel: +44-(0)7894-604-040, E-Mail: maria.hudson@acision.com; Elcin Kurtulus, Hotwire PR, Tel: +44-(0)7743-072-322, E-Mail: acision@hotwirepr.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100015203/100713684> abgerufen werden.