

13.01.2013 – 13:04 Uhr

## Messaging-Boom über Weihnachten und Neujahr

England (ots/PRNewswire) -

Spitzenwerte beim Multimedia-Messaging über die Feiertage laut Acision

Laut Acision [<http://www.acision.com>], dem weltweite Marktführer im Bereich Mobile Messaging, stieg der MMS-Traffic über die Feiertage um bis zu 424 Prozent an. Besonders am 24. und 25. Dezember (Weihnachten und 1. Weihnachtsfeiertag) sowie am 31. Dezember (Silvester) wurden Spitzenwerte erreicht. Wie Acision in einem weltweiten Ländervergleich herausfand, wurden vor allem Videoinhalte über MMS geteilt. Ungeachtet des verbreiteten Zugriffs auf mobile Breitbandverbindungen, soziale Netzwerke oder Content Sharing-Anwendungen, ist somit Rich Mobile Messaging auch weiterhin gefragt.

Heutzutage möchten immer mehr Mobilkunden ihre aktuellen Erlebnisse mittels visuellen Inhalten und Bildern mit anderen teilen - sei es über Bild- und Videoanwendungen wie Instagram, YouTube oder soziale Netzwerke, Communities oder andere Nachrichtendienste. Diese Tendenz hat sich Ende des letzten Jahres noch einmal manifestiert, so dass Acision über die eigentlichen Feiertage Höchstwerte im MMS-Traffic feststellen konnte.

In Spanien steigerte sich beispielsweise die MMS-Nutzung an Heiligabend um 384 Prozent verglichen mit demselben Wochentag der Vorwoche. An Silvester wurde dieser Wert dann mit einer Steigerung von 424 Prozent noch einmal übertroffen. Eine ähnliche Entwicklung liess sich in Argentinien beobachten, wo an Heiligabend ein Anstieg um 146 Prozent, an Silvester um 133 Prozent, sowie in der Silvesternacht ab Mitternacht um 377 Prozent gemessen wurde. In den USA nahm der MMS-Traffic am 1. Weihnachtsfeiertag im Vergleich zum gleichen Tag der Vorwoche um 78 Prozent und am Neujahrstag um 57 Prozent zu.

Als beliebteste Form von geteilten Multimediainhalten erwiesen sich dabei Videoclips. So nahm in Spanien der Video-Traffic am 24. Dezember 2012 um 972 Prozent zu. Dies zeigt, wie beliebt diese Form der Kommunikation bei Mobilfunkkunden ist, die besonders über die Feiertage MMS nutzen, um Grüße an Familie und Freunde zu senden. Beliebte war das Teilen von Videoinhalten auch in Argentinien (Steigerung um 475 Prozent) und in den USA (Steigerung um 289 Prozent) jeweils am 1. Weihnachtsfeiertag.

In Indien ermöglichte Acision die Zustellung von einer Million MMS-Nachrichten innerhalb von 24 Stunden für einen Netzbetreiber - ein Anstieg von 400 Prozent gegenüber dem Traffic eines Durchschnittstages. Beinahe identische MMS-Zahlen liessen sich in Indien während des Diwali-Fests verzeichnen. Dies ist ein typisches Beispiel für ein neues Kundenverhalten in aufstrebenden Regionen, wo Mobilnutzer Erlebnisse teilen möchten, aber nicht unbedingt über eine Breitbandverbindung verfügen, um dies über andere Netzwerkanwendungen abzuwickeln. Malaysia, ein überwiegend islamisches Land, verzeichnete ebenfalls einen Anstieg im MMS-Traffic um 31 Prozent bzw. 47 Prozent an Silvester und Neujahr, aber nur einen geringen Anstieg von 11 Prozent am 25. Dezember.

"Der Anstieg im Einsatz von Mobile Messaging während der Feiertage kommt nicht unbedingt überraschend. Er zeigt jedoch, dass sich MMS als zuverlässige Methode etabliert haben, Familie und Freunde während dieser Zeit mit Multimedienachrichten zu erreichen", erklärt Jorgen Nilsson, Chief Executive bei Acision. "Wir erklären uns Steigerung mit dem zunehmenden Wunsch der Kunden, Inhalte und besondere Momente zu teilen. Soziale Netzwerke sowie die wachsende Beliebtheit von intelligenten Endgeräten und der Zugriff auf Netzwerk-Anwendungen unterstützen diesen Trend."

"MMS bieten hier einen individuellen aber unaufdringlichen Weg, um Menschen wissen zu lassen, dass man an sie denkt - vor allem für all diejenigen, die Freunde und Verwandte auf der ganzen Welt haben und die Festtage oder das Einläuten des neuen Jahres in unterschiedlichen Zeitzonen erleben. Sowohl in entwickelten wie in aufstrebenden Ländern vertrauen die Menschen auf MMS, um visuelle und Audio-Inhalte zu übermitteln, mit der Gewissheit, dass diese auch zuverlässig beim Empfänger ankommt. Richtig eingebunden bieten MMS Netzbetreibern eine fantastische Gelegenheit, sich diesen Trend zunutze zu machen, da dieser Service auch ohne Breitbandverbindung funktioniert, so dass Kunden jederzeit versenden können", so Nilsson weiter.

Auch SMS wurden während der Feiertage intensiv genutzt. Spanien verzeichnete eine Steigerung um 40 Prozent an Weihnachten und Silvester; die USA um 27 Prozent am 1. Weihnachtstag. In Argentinien wurden an Neujahr 11 Prozent mehr SMS verschickt; in den USA 19 Prozent. Interessanterweise war in Argentinien die Steigerung des MMS-Traffics deutlich höher als in allen anderen untersuchten Ländern, aber bei SMS lag der Zuwachs zu Weihnachten bei lediglich 15 Prozent. Dies deutet darauf hin, dass mehr Nutzer umfassendere Multimedia-Angebote und deshalb MMS nutzen.

Eine Informa-Studie vom Mai letzten Jahres kam zu dem Ergebnis, dass bis 2016 über 387 Milliarden [<http://blogs.informatandm.com/4971/press-release-sms-will-remain-more-popular-than-mobile-messaging-apps-over-next-five-years>] MMS verschickt werden, was 1,7 Prozent des weltweiten Messaging-Traffics entspricht. Damit lägen MMS auf dem zweiten Platz der erfolgreichsten Non-Voice Mobile Services weltweit nach SMS. Die Spitzenwerte zu Weihnachten und Neujahr beweisen die Beliebtheit von MMS zum Teilen von Inhalten, insbesondere bei Festtagen, Feierlichkeiten und Veranstaltungen.

\*Daten von Acision

Über Acision

Acision ist globaler Marktführer im Bereich Mobile Messaging und verbindet die Welt mit relevanten, nahtlosen Messaging-Diensten, welche die mobile Kommunikation bereichern und Anbietern und Unternehmen weltweit neue Geschäftsmöglichkeiten eröffnen. Weitere Informationen über Acision erhalten Sie unter <http://www.acision.com>

Kontakt:

Pressekontakt: Maria Hudson, Acision, Tel.: +44-118-930-8826,  
E-Mail: [maria.hudson@acision.com](mailto:maria.hudson@acision.com)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100015203/100731042> abgerufen werden.