

27.02.2013 – 18:06 Uhr

Acision-Studie in Großbritannien: Britische Smartphone-Besitzer sind besonders "vielseitige Kommunikatoren"; 76 Prozent nutzen verschiedene Messaging-Dienste parallel

Spanien (ots/PRNewswire) -

- IM ist der von vielen bevorzugte Service, wobei SMS der allen zugängliche Service ist und das gleichzeitige Verwenden mehrerer Services eine beliebte Praxis ist
- SMS ist eine Notwendigkeit; 76 Prozent sind darauf angewiesen
- 78 Prozent sind an einem Betreiber-Service wie beispielsweise "joyn" interessiert, der die Fragmentierung beim Messaging beseitigt kann
- Acision fördert ein schnelles Handeln der Betreiber, um sich mit einem einzigartigen Serviceangebot am dynamisch entwickelnden Markt zu positionieren

In den letzten Jahren konnten wir beobachten, dass sich die Verhaltensweisen, Erwartungen und die allgemeine Wahrnehmung von Messaging bei Verbrauchern weiterentwickelt haben. Nutzer von mobilen Endgeräten sind ständig auf der Suche nach einem besseren Messaging-Erlebnis, um zu kommunizieren und in Verbindung zu bleiben. Dies ist auch das Ergebnis einer umfassenden Studie des britischen Mobile Messaging-Marktes von Acision, die belegt, dass Verbraucher dazu neigen, eine stetig wachsende Anzahl von Services für die Kommunikation zu verwenden. Laut Acision nutzen 80 Prozent der Smartphone-Besitzer in Grossbritannien jetzt Over-the-Top- (OTT) oder Instant-Messaging-(IM)-Services; davon 76 Prozent sowohl SMS als auch OTT/IM Messaging-Services gemeinsam. Dies deutet darauf hin, dass die Briten besonders "vielseitige Kommunikatoren" sind; 76 Prozent der Smartphone-Besitzer nutzen tagtäglich mehrere Messaging-Dienste gleichzeitig und 40 Prozent nutzen diese ständig.

Die zweite Studie von Acision zum Messaging-Verhalten und Anforderungen der Smartphone-Nutzer in Grossbritannien bestätigte auch, dass SMS mit einem Anteil von 96 Prozent der Nutzer immer noch der beliebteste Messaging-Service ist. In der Tat ist die Abhängigkeit von SMS extrem hoch: 76 Prozent sagen, dass sie auf SMS nicht verzichten könnten und 41 Prozent, dass sie ohne SMS verloren wären. Während SMS eindeutig für die Mehrheit der Nutzer von mobilen Endgeräten eine Notwendigkeit ist, gewinnen auch IM/OTT-Apps an Boden und generieren über die Vielzahl an Apps mittlerweile 61 Prozent des Messaging-Datenverkehrs. Mehr als die Hälfte der Umfrageteilnehmer haben nichts dagegen, mehrere Messaging-Dienste zu nutzen, wenn es sich um Communities handelt bei denen sie angemeldet sind. 60 Prozent behaupteten auch, sie kämen ohne OTT/IM-Messaging nicht mehr aus.

Warum verwenden Smartphone-Besitzer also mehrere Messaging-Apps und was kann getan werden, um sicherzustellen, dass Verbraucher einem Dienst treu bleiben? Acisions Studie zeigt, dass Verbraucher eine Reihe von Anforderungen haben, die Kosten, umfangreiche Features und Servicequalität umfassen sowie die Sicherheit, jeden rund um die Uhr erreichen zu können. Da dies heute kein einziger Dienstleister auf dem Markt bieten kann, ist die gleichzeitige Nutzung von SMS und OTT/IM-Diensten der beste Weg, alle diese Anforderungen zu erfüllen.

Neben der bewiesenen hohen Abhängigkeit von SMS als dem einzigen universellen Dienst, der jederzeit sofort auf allen Mobiltelefonen funktioniert, gaben die Befragten an, dass Zuverlässigkeit (36 Prozent) und Reichweite (34 Prozent) die wichtigsten Eigenschaften und der Hauptgrund dafür seien, warum sie diesen Service nutzten. Gründe für die Verwendung von OTT/IM waren die Geschwindigkeit (53 Prozent) und bei 47 Prozent die Kosten. Darüber hinaus begrüßen mehr als ein Drittel die reichhaltigen Funktionen, die mit IM verbunden sind, einschliesslich der "gesendet/empfangen"-Benachrichtigungen (39 Prozent), den Hinweis, dass gerade eine Antwort geschrieben wird (34 Prozent) und den Austausch von Multimedia-Content wie Videos und Bildern (29 Prozent).

JF Sullivan, Chief Marketing Officer bei Acision, kommentiert: "Wir sehen einen Trend, dass heutige Verbraucher zunehmend über eine Auswahl von unterschiedlichen Plattformen und über mehrere Geräte hinweg Nachrichten versenden. Dies zeigt, dass Verbraucher das gewisse "Extra" wollen - eine Kombination aus universeller Reichweite, kompromissloser Zuverlässigkeit und umfangreichen Features - was heute nur erfüllt werden kann, indem man mehrere Dienste gleichzeitig nutzt. Dieses sozusagen "schizophrene" Messaging zeigt, dass Verbraucher von einem Dienst zum anderen springen, je nach wechselnden Trends und genutzten Kontakten, was zu einem fragmentierten Markt führt. Während Text-Nachrichten seit über 20 Jahren König sind, beginnen sich die Unterschiede bei der Nutzung der Services anzugleichen. Doch während der Markt sich schnell weiterentwickelt, besteht eine riesige ungenutzte Chance für die Betreiber darin, eine solide Messaging-Plattform einzurichten, die alle Anforderungen der Endkunden aus einer Hand erfüllt und Marktanteile abgreifen kann."

Seit der Markteinführung von "joyn", der Verbrauchermarke des GSMA Rich Communications Suite-Standards (RCS-e, RCS5) haben Branchenvertreter wichtige Schritte unternommen, um offiziell einen robusteren Messaging-Service auf den Markt zu bringen, der alle diese Bereiche anspricht. Während dies rasch die Aufmerksamkeit und die Investitionen der Netzbetreiber weltweit für sich gewinnt, haben nur 6 Prozent der britischen Nutzer, die befragt wurden, schon jemals von der "joyn"-Initiative gehört. Wenn der Dienst jedoch beschrieben wurde, sagten 78 Prozent, sie würden gerne "joyn" ausprobieren, wenn der Preis stimme. Nur 5 Prozent gaben an, dass sie den Service nicht nutzen würden.

Um die Möglichkeiten zu verstehen, die sich Betreibern mit den umfangreicheren Funktionen des Rich Messaging oder RCS, "joyn"-Service, bietet, fragte Acision nach der Attraktivität der folgenden Features: einen Service, der jeden auf jeder Applikation erreichen kann, würden 64 Prozent attraktiv finden. 62 Prozent meinten auch, ein Service, bei dem sie eine Nachricht auf allen ihrer Smart-Geräten erhalten würden, die ihnen also folgen würde, wenn sie von einem Gerät zu einem anderen wechselten, wäre ebenfalls von grossem Wert. SMS-Fallback, das die sofortige Übermittlung einer Nachricht per SMS garantiert, wenn andere Anwendungen aufgrund des Fehlens einer Breitbandverbindung nicht verfügbar sind, wurde von 59 Prozent für sehr attraktiv gehalten. Zudem meinten die Verbraucher, dass ein Service, der sowohl jedermann von einer Applikation aus erreicht (58 Prozent), als auch einen Gesprächs-Trail (52 Prozent) von allen Apps in einer Ansicht vereinen würde, ein attraktiver Service wäre, wenn er zur Verfügung stünde. "Der Wunsch nach einem SMS-Fallback-System zeigt, dass Nutzer ihre Interaktion offline fortsetzen wollen, und dass sie Nutzer erreichen wollen, die nicht zu einer ihrer Communities bzw. Netzwerke gehören. Die dafür benötigte Kombination der Eigenschaften von SMS und MMS kann nur von Mobilfunkbetreibern gewährleistet werden und hat das Potenzial eine Wunderwaffe in ihrem Service-Angebot zu sein", sagt Sullivan.

Da sich die überwiegende Mehrheit der britischen Mobilfunkteilnehmer immer noch auf SMS verlässt, erfragte Acision auch das Interesse an Rich-Messaging-Funktionen, welche die traditionelle SMS-Erfahrung erweitern und sie mehr auf Augenhöhe mit der OTT-Nutzererfahrung bringen können. Sehr attraktiv waren demnach Funktionen wie SMS-Notifications (59 Prozent), die Möglichkeit, Kontakte auf Black- oder Whitelists zu setzen (58 Prozent), die Verfügbarkeit von Kontakten zu sehen (43 Prozent) und SMS-Forwarding (39 Prozent). Dies zeigt eine klare Chance, SMS benutzerfreundlicher zu gestalten und umfangreiche Features auch den Nutzern anzubieten, die kein IM verwenden, allen voran Feature-Phone-Besitzern.

"Betreiber haben es in der Hand, das traditionelle Messaging zu erweitern und bereichern, und die gefühlte Geschwindigkeit durch die Einführung von Benachrichtigungen und Verfügbarkeitsanzeigen zu verbessern, womit nicht nur das Content-Sharing durch MMS attraktiver, sondern auch die Kontaktverwaltung durch Black- und Whitelists verbessert wird. Kombiniert mit schnellen, RCS-basierten Tracking-Services bedeutet dies, dass Betreiber ein neues Ökosystem schaffen können, in dem alle Benutzer, egal ob sie ein Feature Phone oder ein Smartphone benutzen, eine vielfältige, nahtlose Nutzererfahrung geniessen können, welche die Fragmentierung beseitigt und die Monetarisierung neuer Geschäftsmodelle ermöglicht. Die positive Reaktion auf "joyn" und die erweiterten Features sind ein guter Massstab dafür, dass Smartphone-Nutzer einen einzigen Dienst zu einem guten Preis wollen, der Reichweite, Zuverlässigkeit und Vielfalt bietet. Wenn Betreiber jetzt handeln, können sie eine Nische für Service-Erfahrung besetzen, welche die Kundenzufriedenheit und -treue verbessert und so die IP-Messaging-Revolution anführen", schliesst Sullivan.

Methodologie

Die Studie wurde im Januar 2013 von Vanson Bourne im Auftrag von Acision durchgeführt. Die zweite umfassende Studie zur Mobile Messaging-Landschaft basiert auf Interviews mit 1000 Smartphone-Besitzern in Grossbritannien.

Über Vanson Bourne

Vanson Bourne ist ein spezialisiertes IT Marktforschungsunternehmen. Zu den Kunden von Vanson Bourne zählen grosse, global agierende Unternehmen ebenso wie hochspezialisierte Startup-Unternehmen. Das Unternehmen bietet Marktforschungs-Know-How und Marktinformationen, Analysen und Beratung auf Basis präziser und zielgenauer Marktforschung.

Über Acision

Als weltweiter Marktführer im Bereich Mobile Messaging verbindet Acision die Welt durch die Bereitstellung von relevanten, nahtlos-integrierten Messaging-Services. Diese verbessern nicht nur die Mobilfunk-Erfahrung, sondern eröffnen Betreibern und Unternehmen auch eine Vielzahl neuer Umsatzmöglichkeiten. Für weitere Informationen, besuchen Sie bitte <http://www.acision.com>.

Über Acision Broadband Messaging Service Centre (BMSC)

Acision Broadband Messaging Service Centre (BMSC) ist eine konsolidierte Messaging-Plattform, die ein vollständiges Portfolio an Messaging-Services einschliesslich SMS, MMS, Voicemail sowie die GSMA Rich Communication Suite (RCS) mit Services wie Instant Messaging, Gruppen-Chats, File Transfer und Video Sharing bietet.

Acision BMSC geht über normale RCS-Standards hinaus und bietet Betreibern die Möglichkeit, eine konsistente Nutzererfahrung über alle Messaging Services hinweg zu bieten.

- Dritte und Unternehmen profitieren von umfassenderen Messaging Services mit RCS-Funktionen als Erweiterung für beliebte SMS/MMS-Services
- Mehrwertsteigernde, personalisierte Services (Auto Reply, Weiterleitung von Kopien, elterliche Kontrolle) über SMS, MMS und RCS hinweg
- Nahtlose Zusammenarbeit über mobile und Internet-basierte Messaging-Communities und soziale Netzwerke

Kontakt:

Pressekontakt: Maria Hudson, Acision, Tel: +44-(0)118-930-8826,
E-Mail: maria.hudson@acision.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100015203/100733595> abgerufen werden.