

M:Metrics: Europäische UMTS-Anbieter wittern Morgenluft

07.02.2006, 17:24 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *M:Metrics*
Presseagentur: *billo pr GmbH*

LONDON, 07.02.2006 - M:Metrics, spezialisiert auf die Untersuchung des Nutzungsverhalten von Mobilfunkkunden, veröffentlicht heute die Ergebnisse seiner ersten europäischen Benchmark-Studie. Die Marktforscher fanden heraus, dass deutsche und britische 3G-Kunden die multimedialen Möglichkeiten ihres mobilen Endgeräts eher ausschöpfen als 2G-Nutzer. Gemäß der von M:Metrics durchgeführten Befragung liegt die Wahrscheinlichkeit hierfür um das fünffache höher. Auf besonderes Interesse stoßen vor allem Mobile-Messaging-Dienste oder die Option, Videos anzusehen. Auch das Herunterladen von Spielen sowie Klingeltönen, Hintergrundbildern und Bildschirmschonern zur individuellen Einrichtung des eigenen Mobiltelefons gilt als äußerst attraktiv. Die Zahl der UMTS-Kunden stellt derzeit allerdings prozentual nach wie vor nur einen Bruchteil des Gesamtmarktes dar: Großbritannien liegt mit 7,7 Prozent an erster Stelle, gefolgt von Deutschland mit 3,2 Prozent. In den USA ist die Anwenderbasis mit anteiligen 1,9 Prozent noch verhältnismäßig klein.

Videodienste erfreuen sich speziell in Deutschland wachsender Beliebtheit

Nicht überraschend ist, dass UMTS-Kunden ihre Mobiltelefone wesentlich häufiger zur Aufzeichnung und dem Versand von Videos an Bekannte nutzen, als 2G-Abonnenten. Zwei Faktoren sind hierfür ausschlaggebend: Einerseits bieten Netzwerke der 3. Generation herausragende Übertragungskapazitäten, andererseits sind Funktionen zur Videoaufzeichnung heute Teil der Standardausstattung moderner 3G-Mobiltelefone. Über 9,8 Prozent der deutschen UMTS-Nutzer schicken bereits jeden Monat bewegte Bilder über ihr mobiles Endgerät an andere Anwender – dreimal häufiger als dies bei GPRS-Teilnehmern der Fall ist. In Großbritannien nutzen schon 18,9 Prozent der 3G-Kunden diese Möglichkeit.

Auch der Abruf von Videoclips gewinnt dank der schnelleren Datenübertragung über 3G-Netze an Popularität. Gemäß den von M:Metrics vorgelegten Zahlen, sahen sich während des letzten Quartals 2005 pro Monat etwa 107.000 deutsche und 404.000 britische Mobiltelefonkunden kurze Videosequenzen auf ihren mobilen Endgeräten an. Dabei kristallisierte sich heraus, dass es vor allem die deutschen 3G-Kunden sind, bei denen dieses Angebot hoch im Kurs steht. Die Wahrscheinlichkeit, diesen Dienst auch künftig zu nutzen, liegt bei ihnen um das dreizehnfache höher als bei den befragten 2G-Teilnehmern. In Großbritannien ist die Tendenz ähnlich: Neunmal mehr UMTS-Anwender gaben an, dass sie die Möglichkeit als attraktiv erachten, jederzeit und an jedem Ort Videoclips auf ihrem mobilen Endgerät anzuschauen.

Versand von Textnachrichten per SMS rangiert nach wie vor auf Platz 1

Die von M:Metrics ermittelten Daten weisen darauf hin, dass 3G-Netzwerke derzeit noch vorwiegend Spielwiese von sogenannten „Early Adopters“ sind - dass heißt technikinteressierten und –affinen Anwendern, die stets als erste innovative Produkte und Services nutzen. Insgesamt ist jedoch zu erwarten, dass die überwiegende Mehrheit der UMTS-Kunden in Zukunft verstärkt Datendienste in Anspruch nimmt. Hierzu zählen vor allem bewährte Angebote, mit denen sie bereits vertraut sind. „Trotz der neuen vielfältigen Messaging-Optionen versenden Abonnenten von 3G-Services Textnachrichten weiterhin hauptsächlich per SMS. Die von uns ermittelten Zahlen zeigen, dass sie diesen Dienst noch intensiver nutzen als 2G-Kunden. Dementsprechend ist davon auszugehen, dass die mit SMS erzielbaren Umsätze stabil bleiben und nicht wie einstmals spekuliert ein Kannibalisierungseffekt auftritt“, so Paul Goode, Vice President und Senior Analyst von M:Metrics Ltd. „Ein Indiz hierfür ist auch, dass UMTS-Kunden doppelt so oft SMS-Nachrichten senden, anstelle hierfür auf Mobile E-Mail- oder Instant-Messaging-Dienste zurückzugreifen“, fährt er fort.

Die steigende Akzeptanz für neue Datenservices zu zahlen, lässt sich auch an der proportional steigenden Neigung der 3G-Kunden ablesen, Klingeltöne und Spiele herunterzuladen. Die Befragungsergebnisse des vierten Quartals zeigen, dass

UMTS-Teilnehmer im Vergleich zu GPRS-Abonnenten doppelt so häufig einen Klingelton und drei bis viermal so oft ein Spiel herunterladen.

M:Metrics

Der Sprung von M:Metrics über den Atlantik und die Eröffnung der europäischen Niederlassung mit Hauptsitz in London trägt dem Umstand Rechnung „dass europäische mit dem Thema Mobilfunk und Medien befasste Unternehmen, verstärkt nach standardisierten Erhebungen zur Nutzung mobiler Inhalte und Anwendungen verlangen“, so Hervé Le Jouan, Managing Director M:Metrics . „Der Markt ist an einem Punkt angelangt, an welchem es für Mobilfunkanbieter und Hersteller von Endgeräten unerlässlich ist, mehr über ihre Kunden und deren Nutzungsverhalten zu erfahren. Nur so ist es ihnen möglich, auf die jeweilige Nachfrage mit der Entwicklung spezieller für den Abruf über mobile Endgeräte geeigneter Inhalte zu reagieren. Ebenso erleichtern ihnen die von uns bereitgestellten Kennzahlen die genaue Einschätzung, welche multimedialen Dienste und Anwendungen ein besonders hohes Umsatzpotenzial bergen.“

M:Metrics auf dem 3GSM-Kongress in Barcelona

M:Metrics ist vom 13. bis 15. Februar 2006 auf dem diesjährigen 3GSM-Kongress in Barcelona vertreten. Während der gesamten Veranstaltungsdauer stehen Analysten des Unternehmens für detaillierte Auskünfte zu den Ergebnissen oder für Hintergrundgespräche zur Verfügung. Falls Sie einen Termin mit einem Repräsentanten von M:Metrics vereinbaren oder während dem 3GSM-Kongress weiterführende Informationen zu der von dem Unternehmen durchgeführten Befragung zum Thema Mobile Content erhalten möchten, wenden Sie sich bitte an:

billo pr GmbH
Tina Billo oder Annette Spiegel
Telefon: 0611.5802.417 od. 415
Telefax: 0611.5802.434
E-Mail: tina@billo-pr.com oder annette@billo-pr.com

Tanusstraße 43
D-65183 Wiesbaden
www.billo-pr.com

Für detaillierte Auskünfte steht Ihnen von Mittwoch, dem 8. Februar bis Freitag, dem 10.02.2006 Paul Goode, Vice President Product Development und Senior Analyst, gerne im Rahmen eines Telefongesprächs zur Verfügung. Für die genaue Terminabstimmung stehen wir Ihnen jederzeit zur Verfügung.

Bei Interesse an einem Überblick der wichtigsten Ergebnissen der Befragung wenden Sie sich bitte an billo pr GmbH.

Über M:Metrics:

Kurzprofil M:Metrics: M:Metrics ist die erste Instanz bei der Ermittlung aussagekräftiger Daten zum Mobilfunkmarkt. Das Unternehmen konzentriert sich als einziges Analystenhaus darauf, das Verhalten von Mobilfunkkunden zu untersuchen. M:Metrics stellt präzise Kennziffern zur tatsächlichen Inanspruchnahme von mobilen Inhalten und Anwendungen zur Verfügung. Dabei bauen die Marktforscher auf bewährte Methodiken zur Messung des Medienverhaltens im mobilen Markt. M:Metrics monatlicher Informationsdienst gibt Kunden alle erforderlichen Daten an die Hand, die für die Entwicklung neuer, gewinnbringender Geschäftsstrategien erforderlich sind. Auch lässt sich die Leistung von Mitbewerbern und Partnern dank feststehender, vergleichender Benchmarkwerte besser einschätzen. M:Metrics ist ein privatgeführtes, mit Investorkapital finanziertes Unternehmen. Neben dem Hauptsitz in Seattle ist das Unternehmen mit weiteren Niederlassungen in San Francisco und London vertreten.

Portrait

Die in dieser Pressemitteilung vorgelegten Zahlen stellen Auszüge der jetzt erfolgten ersten europäischen Benchmark-Untersuchung dar. Die Ergebnisse fassen die im Rahmen einer repräsentativen Umfrage erhaltenen Antworten von Mobilfunkkunden zusammen. Neben detaillierten Angaben zu verwendeten mobilen Endgeräten sowie deren Ausstattung und Funktionsumfang, lässt sich die momentane und zurückliegende Nutzung von Mobiltelefonanwendungen und -inhalten ablesen. Die bei jeder Stichprobe gesammelten Daten werden statistisch ausgewertet und auf die Gesamtzahl der Mobilfunknutzer im jeweiligen Land hochgerechnet.

News-ID: 76331 • Views: 1687 (Stand: 06.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/76331/MMetrics-Europaeische-UMTS-Anbieter-wittern-Morgenluft.html>