

News

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology**

Band (Jahr): **81 (2003)**

Heft 6

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

SMS

« Chance für Festnetz-Betreiber »

Auch die Festnetzbetreiber leiden unter der anhaltenden Wirtschaftsflaute: Sinkende Umsätze und rückläufige Kundenzahlen gehen einher mit verstärktem Wettbewerbsdruck und massiven Ausgaben für den Ausbau des Festnetzes. Gibt es Chancen, aus dieser Flaute herauszukommen?

Um dieses Tief zu überwinden, sollten sich die Netzbetreiber an der Funktionalität von Mobilfunkdiensten orientieren und ihr eigenes Angebot entsprechend ausbauen. Dies empfiehlt eine neue Analyse¹ der Unternehmensberatung Frost & Sullivan zum Weltmarkt für Festnetz-SMS. Diese Studie prognostiziert den Netzbetreibern erhebliche Wachstumschancen, sofern es ihnen gelingt, SMS zur Standardanwendung auch im Festnetz zu machen. Im Gegensatz zu Mobil- und Festnetz-Sprachdiensten ist der SMS-Markt in den letzten fünf Jahren trotz gleich bleibender, in manchen Fällen sogar steigender Tarife exponentiell gewachsen. Gemäss der GSM Association wurden im Jahr 2002 weltweit an die 366 Milliarden SMS verschickt. Bei einem durchschnittlichen Preis von 0.10 US-\$ pro SMS beläuft sich der Umsatz für 2002 auf 36 Milliarden US-\$, und das bei minimalem Marketing-Aufwand und relativ geringen Implementierungskosten.

Lohnenswerte Investitionen

«Mit kontrollierten Investitionen sollten die Festnetzbetreiber in der Lage sein, ihre Netze SMS-fähig zu machen. Und selbst wenn sich damit nur ein Bruchteil des gesamten SMS-Volumens generieren lässt, wird sich die Entscheidung zur Aufnahme dieses Dienstes innerhalb kurzer Zeit auszahlen,» meint Nathan Budd, Branchenanalyst bei Frost & Sullivan. Zusätzlichen Aufschluss über das Potenzial von Festnetz-SMS gibt die britische Regulierungsbehörde für Telekommunikation Oftel. Laut Oftel schicken 70% aller Mobilfunknutzer lieber Textnachrichten, statt zu telefonieren. Ausserdem gaben 41% aller Handybesitzer an, eher Kurznachrichten zu verschicken, als von

ihrem Festnetzanschluss zu Hause aus zu telefonieren. Immerhin 17% senden häufig von zu Hause aus SMS – eine Erfolg versprechende Zahl für zukünftige Anbieter von Festnetz-SMS.

Mobilfunkkartell könnte Entwicklung bremsen

Dass der Mobilfunk-SMS-Markt bisher so schnell gewachsen ist, liegt an der hohen Handy-Penetrationsrate, die in manchen europäischen Ländern nahezu 80% beträgt. Angesichts von Milliarden versendeter SMS pro Monat in Europa und Asien gehen die Netzbetreiber mittlerweile zu Mengenrabatten in Form von Paketangeboten über. Das Ergebnis ist ein gut etablierter, starker Markt, der einen Siegeszug von Festnetz-SMS sicherlich erschweren wird. Das hängt laut Frost & Sullivan auch damit zusammen, dass der Festnetz-SMS-Dienst zunächst nicht als Komplementärtechnologie gesehen, sondern als Ersatz und damit als Konkurrenz zu Mobil-SMS eingestuft wird. In diesem Kontext warnt die Analyse davor, dass mangelnde Kooperation von Seiten der Mobilnetzbetreiber den Festnetz-SMS-Markt im Keim ersticken könnte. Im Mobilfunksektor gibt es traditionell kartellartige Interoperabilitätsvereinbarungen, die es anderen Akteuren sehr schwer machen, in der Branche Fuss zu fassen. Hier gilt es, Interesse an einer Zusammenarbeit zu wecken.

Der entscheidende Marktfaktor

«Daneben hängt der Erfolg von Festnetz-SMS massgeblich davon ab, ob es den Anbietern gelingt, die notwendigen technischen Voraussetzungen zu schaffen,» so Nathan Budd. «Es ist zwar jetzt schon möglich, Kurznachrichten aus dem oder ins Mobilnetz zu schicken oder ins Festnetz gesendete SMS mit Hilfe von TTS in Sprachnachrichten umzuwandeln. Richtig wachsen wird der Markt aber erst

dann, wenn die Festnetznutzer geeignete Handsets verwenden.» Gleichzeitig sei zu berücksichtigen, dass der SMS-Dienst momentan zu 94% für private Zwecke genutzt wird. Folglich sollte die Marketing-Strategie darauf ausgerichtet sein, den Einsatz von Handsets zu propagieren und das Channel-Management zu optimieren.

Die Frage der Zielgruppe

Wenn sich mit Festnetz-SMS möglicherweise auch nicht die gleichen Umsätze erwirtschaften lassen wie mit Mobilfunk-SMS, so gibt es doch Marktnischen, in denen sich ein Engagement durchaus lohnen könnte. So machen zum Beispiel Handynutzer im fortgeschrittenen Alter bislang kaum Gebrauch von SMS-Diensten. Sie sind generell mit der Festnetztelefonie vertrauter und bilden damit laut Analyse eine ernst zu nehmende potenzielle Zielgruppe für Festnetz-SMS. Wer in diesem Sektor erfolgreich sein will, muss allerdings viel Flexibilität hinsichtlich der spezifischen Kundenbedürfnisse aufbringen. Als weitere mögliche Zielgruppe nennt Frost & Sullivan Eltern, die ihre Kinder an SMS heranführen wollen, ohne gleich ein Handy für sie zu erwerben. «Obwohl es sich hier zunächst um Nischenanwendungen handelt, könnte die Einführung von SMS in diesen Bereichen den Weg ebnen für eine breite Akzeptanz dieser Dienste im Festnetz-Bereich, sagt Nathan Budd. Ein erhebliches Potenzial birgt ausserdem der Sektor für Geschäftsanwendungen. Hier spielen SMS bislang kaum eine Rolle. Frost & Sullivan empfiehlt den Festnetzbetreibern, sich diesen lukrativen Bereich mit Hilfe interessanter Angebote zu erschliessen und SMS als vom Netzbetreiber organisationsübergreifend verwaltete Anwendung zu vermarkten. [1]

Frost & Sullivan
Stefan Gerhardt
Clemensstrasse 9
D-60487 Frankfurt a. Main
Tel. +49 (0)69 770 33 11
E-Mail: stefan.gerhardt@frost.com
Homepage: www.wireless.frost.com

¹ Titel der Studie: Strategic Analysis of the global Fixed-Line SMS Market. Preis der Analyse: € 2790.--.