

Kunder beredda att betala för mobila tjänster

Drygt 70 procent av alla som beställer nyheter, sport och nöjen som SMS-meddelanden till sina mobiler är nöjda med vad de får. Det visar en aktuell undersökning från Temo. Undersökningen är beställd av Schibsted Telecom och avser Schibstedägda portalen Inpocs SMS-tjänster. Bland andra Aftonbladet och Svenska Dagbladet levererar innehållet i SMS-tjänsterna.

Schibsted Telecom lanserade sina SMS-tjänster i februari i år och redan efter två månader har man haft 175 000 betalande kunder. Schibsted Telecom är därmed det första svenska företag som framgångsrikt kunnat lansera avgiftsbelagda mobila innehållstjänster.

- Det visar att folk verkligen är beredda att betala för mobila tjänster, säger **Hördur Bender**, VD på Schibsted Telecom och Inpoc. Men resultatet för de första månaderna är ändå överraskande positivt. Att så många som två tredjedelar dessutom själva betalar för tjänsterna visar på en stor marknadspotential för denna typ av tjänster.

Tre av fyra nöjda

Undersökningen visar att SMS-tjänsterna i första hand intresserar yngre och medelålders personer. Majoriteten av användarna är män i åldrarna 16-33 år. Männen dominerar, särskilt som användare av tjänsterna målbevakning och nyhetsuppföljning. Den största andelen kvinnor finns bland beställarna av nya ringsignaler.

Tre av fyra tillfrågade är nöjda eller mycket nöjda med tjänsterna och lika många säger att det är troligt att de kommer använda dem igen. Det största intresset finns bland yngre personer (16-24 år). Av de nöjda kunderna var kvinnorna mest positiva – nästan 50 procent sa sig vara "mycket nöjda". Benägenheten att använda tjänsten igen är också större bland kvinnor än män.

Gemensamt för hela undersökningsgruppen är att mycket få uppger att storleken på telefonens display är ett problem, trots att textmängden som kan skickas till en vanlig GSM-telefon är begränsad till 160 tecken. Ett annat gemensamt drag är att kunderna är beredda att betala för SMS-tjänsterna själva – två tredjedelar betalar ur egen ficka.

Kvinnor väljer nöje, män sport

Användningen av tjänsterna är inte begränsad till ungdomar och till personer i den yngre medelåldern, men intresset för de olika tjänsterna varierar med ålder och kön.

De fem mest populära tjänsterna är målbevakning, nyhetsuppföljning, ringsignaler, senaste nyheterna och sportnyheter.

Ringsignaler är mycket populära bland unga användare, inte minst bland kvinnor. Bland beställarna av ringsignaler finns också en stor grupp som använder tjänsterna om och om igen.

Bland yngre och medelålders män är målbevakning och sportnyheter populära tjänster. Tjänsten nyhetsuppföljning används i hög grad av välutbildade medelålders män i storstäderna.

Personer över 55 år använder i stor utsträckning tjänsterna senaste nyheterna och nyhetsuppföljning. Intresset för ringsignaler och målbevakning är begränsat i denna grupp.

- Att så många av våra kunder är nöjda visar att vi är på rätt väg, säger **Hördur Bender**. Vi kommer även fortsättningsvis att utveckla och erbjuda nya tjänster som motsvarar våra kunders behov och önskemål.

Om undersökningen

Undersökningen genomfördes av Temo i april i år och bygger på intervjuer med 402 personer, i åldrarna 16 år och uppåt, som någon gång beställt Schibsteds SMS-tjänster. Svarsfrekvensen var 76 procent. Av de tillfrågade var 77 procent män och 23 procent kvinnor.

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Hördur Bender, VD, Schibsted Telecom, tel 0733 - 50 33 46

Kort om SMS-tjänsterna

I februari i år lanserade Schibsted Telecom AB sina SMS-tjänster på den svenska marknaden. Tjänsterna innefattar bland annat uppdatering av enskilda huvudnyheter, sportresultat, affärsnyheter, tips och trav och nöjesnyheter som skickas som SMS-meddelanden till vanliga mobiltelefoner. I tjänsterna ingår även nedladdningsbara ikoner och ringsignaler. För innehållet i nyhetstjänsterna står redaktionerna på Aftonbladet och Svenska Dagbladet.

Kunderna får tillgång till SMS-tjänsterna genom att ringa ett nummer från en mobiltelefon eller fast telefon och ange den kod som specificerar den önskade tjänsten samt ange det mobiltelefonnummer till vilket SMS-meddelandet ska skickas. Koderna till tjänsterna hittar kunderna bland annat dagligen i Aftonbladets och Svenska Dagbladets nät- och pappersupplagor. Tjänsterna är också tillgängliga på Passagens och Yahoo! Sveriges internetportaler. Betalning för tjänsterna sker genom den vanliga telefonräkningen.

Schibsted Telecom AB

Schibsted Telecom AB ägs till 80 procent av norska Schibsted AS. Aftonbladet och Svenska Dagbladet äger 10 procent vardera. Schibsted Telecom AB utvecklar innehåll och tjänster för mobila miljöer. Schibsted Telecom erbjuder sina användare personligt anpassade informations-, underhållnings-, och kommunikationstjänster.

Schibsted Telecom AB samarbetar med Passagen, Spray och Yahoo! Sverige.

Schibsted AS är Norges största och en av Nordens ledande mediekoncerner. Företaget är verksamt inom tidningsutgivning, bokproduktion, produktion av TV och film och utveckling av multimediatjänster.

Inpoc

Inpoc är en tjänst från Schibsted Telecom AB. Genom Inpoc levererar Schibsted innehållet i alla sina SMS-tjänster.

Sedan lanseringen i februari har Schibsted Telecom AB och Inpoc haft mer än 175 000 betalande kunder.