

## Milliardenmarkt Mehrwertdienste "Intelligente Sprachportale machen das einstige Zusatzgeschäft zum Wachstumsgaranten

**Autor:** medienbüro.sohn

**Veröffentlicht am:** 25.04.2006 um 09:31

Bonn/Berlin - Seit März verfügt die Stadt Berlin über ein neues Telefonauskunftssystem zur Verbesserung ihres Bürgerservice. Antragsteller von Personalausweisen oder Reisepässen können rund um die Uhr Bearbeitungsstand, Abholtermin und Abholort ihrer Dokumente abfragen. Nach Angabe einer persönlichen Referenznummer erhalten sie über ein elektronisches Sprachdialogsystem die gewünschte Auskunft. Allein im Starmonat März verzeichnete man in der Hauptstadt über 5000 Anfragen, die zeigen, dass Sprachdialogsysteme beim Verbraucher offensichtlich akzeptiert werden. Das bestätigt auch ein Blick in die Hauptstadt unseres Nachbarlandes, wo ein Sprachportal namens Evelyn die Vermittlung der Taxizentrale unterstützt. 'Viele Anrufer sprechen mit Evelyn genauso wie mit meinen Mitarbeiterinnen. Es ist daher davon auszugehen, dass sie gar nicht erkennen, dass sie mit einem Computer sprechen', sagt Manfred Domandl, Call-Center-Leiter der zuständigen Funkvermittlung.

Während Behörden oder die Taxizentrale mit einem Sprachdialogsystem vor allem auf Kostensenkung abzielen, sind TV- und Rundfunksender dabei, neue Geschäftsmodelle auf Basis von Voice-Portalen zu etablieren. Der Norddeutsche Rundfunk <http://www.ndr.de> etwa verzeichnete bei der diesjährigen Vorausscheidung zum Eurovision Song Contest 800.000 Interaktionen. 620.000 Anrufer vermittelten ihre Entscheidung per Telefon, 180.000 per SMS. Home Shopping Europe <http://www.hse24.de> hat nach eigenen Angaben 1,4 Millionen Kunden, die mindestens einmal innerhalb von zwölf Monaten anrufen - das entspricht rund 20.000 Telefonaten täglich, die aber weitgehend per Call-Center abgearbeitet werden. Der einzige nennenswerte Betreiber eines Sprachdialogsystems ist der Bezahlsender Premiere <http://www.premiere.de>, der auf diesem Weg bis zu 250.000 Bestellungen pro Tag abwickeln kann. Und der Quizsender Neun Live <http://www.9live.de> zeigt exemplarisch, dass Klingeltöne, Auktionen, Produktverkäufe, SMS-Games oder Dating-Kanäle längst kein Zusatzgeschäft mehr darstellen, sondern die Grundlage für neue Sendermodelle bilden. Für die TV-Branche rechnet die Berliner Medienberatung Goldmedia <http://www.goldmedia.de> mit einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von 13 Prozent durch den Einsatz von Mehrwertdiensten bis zum Jahr 2009.

'Eindeutig positive Wachstumsaussichten' prognostiziert auch das Wissenschaftliche Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste <http://www.wik.org> nach einem Bericht der Marketing-Börse <http://www.marketing-boerse.de> so genannten Customer Care- und Vertriebs-Mehrwertdiensten. Immer mehr Unternehmen setzen auf den intelligenten Einsatz von Telefondiensten. Einträgliche Geschäftsmodelle werden in dieser Woche auf dem telemedia

Germany Kongress <http://www.telemedia-deutschland.de> in Berlin sowie der begleitenden Messe World Telemedia vorgestellt. Die Mehrwertdienste gehören zu den profitabelsten Sparten in der Telekommunikation. Auf rund zwei Milliarden Euro wird der Markt für telefonische Auskunft- und Mehrwertdienste geschätzt, weitere ein bis eineinhalb Milliarden könnten durch Angebote speziell für Handybenutzer umgesetzt werden, so das Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste. Immerhin elf Prozent der Mobilfunkkunden geben bereits heute bis zu 15 Euro monatlich für mobile Inhalte aus, wie die Ergebnisse einer Studie des US-Marktforschungsunternehmens Logica CMG <http://www.logicacmg.com> zeigen. Diese Prognosen korrespondieren mit den Werbemaßnahmen der Diensteanbieter: Denn mit über zweihunderttausend Werbespots pro Jahr sind Telefondienste das am stärksten beworbene Produkt im deutschen Fernsehen.

Und das Telefon bleibt der Kommunikationskanal Nummer eins beim Mitmach-TV. Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien <http://www.blm.de> hat herausgefunden, dass die nationalen TV-Vollprogramme im Jahr 2004 bis zu acht Prozent ihrer Gesamterlöse aus so genannten Call Media-Angeboten wie Teleshopping und Gewinnspielen, Televoting-Angeboten und Klingeltönen erwirtschafteten, bei den Spartenprogrammen habe der Anteil sogar bei bis zu 40 Prozent gelegen.

Marktkenner sehen in neuen Diensten, die seit Jahresbeginn über 0900er-Rufnummern angeboten werden, außerdem eine weitere Wachstumsstory. Marco Priewe, Geschäftsführer des E-Learning-Anbieters Atlas Interactive <http://www.atlasinteractive.com>, sieht 'neue, innovative Dienste' mit flexibler Tarifierung. Für den Sprecher der Brancheninitiative Voice Business <http://www.voice-award.de>, Bernhard Steimel, kommt diese Entwicklung nicht überraschend: 'Der wichtigste Wachstums-Impuls wird in nächster Zeit von der Zusammenfassung aller Unternehmensservices unter einer 0900-Nummer als Sprachportal ausgehen. Außerdem sind mit der Neuregelung der Rufnummerngassen für kostenpflichtige Mehrwertdienste eine Reihe von Geschäftsmodellen finanziell unattraktiv geworden. Die Anbieter von Servicerufnummern machen jetzt aus der Not eine Tugend, indem sie Margenverluste aus dem einst lukrativen 0190-Business durch mehr Sprach-Automatisierung kompensieren.'

Geschäfte über einen Sprachcomputer mache überall dort Sinn, wo der Kunde sich schon über andere Medien beraten lassen konnte und eine Produktauswahl getroffen hat. Außerdem werde es vermehrt darum gehen, über Sprachdienste weitergehende, personalisierte Services für Kunden anzubieten, die regelmäßig an Gewinnspielen teilnehmen. 'Der Einsatz eines Sprachcomputer etwa bei der Vorqualifizierung von Anrufern wird in diesem Segment den Weg öffnen, bestehendes Geschäft abzusichern und neue Umsatzpotenziale durch neuartige Servicekonzepte zu erschließen', prognostiziert Steimel und verweist auf das Geschäftsmodell von dtms solutions <http://www.dtms-solutions.de> 'Die Neu-Isenburger verfolgen eine konsequente Strategie, intelligente Netzwerk-Dienste, Self-Service und Call Center-Service aus einer Hand anzubieten.'

Medienbüro.sohn

V.i.S.d.P: Gunnar Sohn  
Ettighoffer Strasse 26a  
53123 Bonn  
Germany

Telefon: +49 - 228 - 6 20 44 74  
Telefax: +49 - 228 - 6 20 44 75

medienbuero@sohn.de

Diese Pressemitteilung finden Sie auch online unter:

[Milliardenmarkt Mehrwertdienste "Intelligente Sprachportale machen das einstige Zusatzgeschäft zum Wachstumsgaranten](#)

Weitere deutschsprachige Pressemitteilungen finden Sie bei: [openPR.de](http://openPR.de)

Internationale Pressemitteilungen finden Sie bei: [openPR.com](http://openPR.com)