

Web. App. Mobile

Das Internet in Zeiten der Mobilität

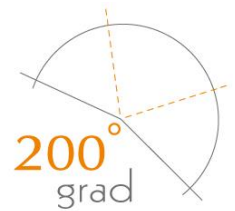
200grad GmbH & Co. KG

27.06.2013

200grad GmbH & Co KG
Ludwigstraße 8
D-63067 Offenbach a.M.
Tel. +49 (0)69 – 94 94 65 30
Fax +49 (0)69 – 94 94 65 38
info@200grad.de
www.200grad.de

Geschäftsführung:
Thomas Hebbel, Thomas Hörle
Sitz: Offenbach a.M.
Registergericht Offenbach
HRA 41258

Komplementärin:
200grad Verwaltungsgesellschaft mbH
Sitz: Offenbach a.M.
Registergericht Offenbach
HRB 43947



Die Revolution brach im Jahre 2007 aus. Als das iPhone von Apple auf den Markt kam, veränderte es tatsächlich die Nutzung mobiler Geräte im Internet radikal. Vorbei waren die Zeiten, wo man sich auf einem winzigen Display mühsam mittels Tastatur durch WAP-basierte Webseiten bewegen musste. Schön anzusehen war das Ganze ohnehin nicht.

Endlich gab es ein Gerät mit einem vernünftigen Display auf dem man Webseiten so sehen konnte, wie man es vom heimischen Rechner gewohnt war (zumindest mehr oder weniger): optisch ansprechend und intuitiv zu bedienen. Nun begannen sich die jahrelangen Vorhersagen vom Durchbruch des mobilen Webs tatsächlich zu erfüllen. Mobile Breitbandverbindungen und sinkende Kosten für Datenübertragungen taten ihr Übriges.

Die Zahl der Nutzer im mobilen Web wächst ständig

Im Jahr 2013 surft bereits mehr als jeder zweite deutsche Internetnutzer mit einem mobilen Endgerät. Dies geht aus einer Studie der Initiative D21 hervor, bei der 2013 1005 Personen ab 14 Jahren in Deutschland befragt wurden.

Über die Hälfte der mobilen Internetnutzer surfen über Breitbandverbindungen und nutzen ein Smartphone, das jünger als zwei Jahre ist. Die zunehmende Verbreitung von Tablets wird die Nutzung des mobilen Webs nochmals stark beschleunigen. Überdurchschnittlich oft wird das mobile Web von Jugendlichen und Geschäftskunden genutzt. Einen besonderen Zuwachs verzeichnen Dienste im Bereich Online Communities und Location Based Services. Auch mobile Shopping bekommt eine immer größere Bedeutung: schon jeder Dritte Internetnutzer kauft heute mit seinem Smartphone ein.

Was bedeutet das für mein Unternehmen?

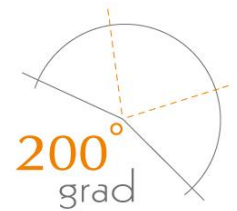
Die gerade vorgestellten Zahlen lassen nur einen eindeutigen Schluss zu: Als Unternehmen müssen Sie das mobile Internet heute in Ihre Kommunikationsstrategie mit einbeziehen. Die Zunehmende Nutzung des mobilen Internets ist erst der Beginn einer tiefgreifenden Veränderung hin zum mobilen Computing, bei dem die Vernetzung und der Zugriff auf alle Daten immer und überall gegeben ist.

Während die Frage nach dem „Ob“ also recht einfach zu beantworten ist, kann es auf das „Wie“ keine allgemeingültige Antwort geben. Zu vielfältig sind die technischen Möglichkeiten – zu unterschiedlich die Anforderungen und Zielsetzungen auf Unternehmensseite.

200grad GmbH & Co KG
Ludwigstraße 8
D-63067 Offenbach a.M.
Tel. +49 (0)69 – 94 94 65 30
Fax +49 (0)69 – 94 94 65 38
info@200grad.de
www.200grad.de

Geschäftsführung:
Thomas Hebbel, Thomas Hörle
Sitz: Offenbach a.M.
Registergericht Offenbach
HRA 41258

Komplementärin:
200grad Verwaltungsgesellschaft mbH
Sitz: Offenbach a.M.
Registergericht Offenbach
HRB 43947



In einem ersten Schritt könnten Sie z.B. die Interpräsenz Ihres Unternehmens auf eine mobile Nutzung hin untersuchen. Selbst wenn man voraussetzt, dass die Unternehmens-Website den heutigen Layout- und Usability-Anforderungen genügt (was durchaus eine Portion Optimismus verlangt), heißt das noch nicht, dass diese Site auch auf einem modernen Smartphone gut zu bedienen ist.

Der Weg zur mobilen Website

Zwar leisten die Browser auf diesen Geräten enorm viel und stellen die Seiten in der Regel genauso dar, wie man es von Desktop-Rechner oder normalen Notebooks gewohnt ist. Bei den Displaygrößen der Smartphones ist dann allerdings nicht allzu viel zu erkennen. Man muss also rein- und rauszoomen, hin- und her-scrollen und wer dabei schon mal versehentlich einen Link berührt hat und sich plötzlich auf einer ganz anderen Seite wieder gefunden hat, weiß wie schnell man vom Frust geplagt wird. Wenn dann noch ein (durchaus Platz ersparendes) Aufklappmenü hinzukommt, ist eine mobile Nutzung per Touchscreen praktisch ausgeschlossen.

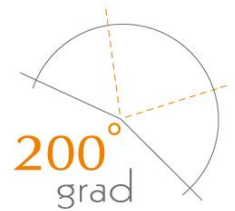
Sollten Sie also anhand Ihrer Trackingdaten feststellen, dass eine nennenswerte Zahl von Nutzer Ihre Website mit mobilen Endgeräten besucht, wäre eine Optimierung der Ausgabe an diese Geräte empfehlenswert. Dabei ist eine Vielzahl von Faktoren zu beachten, von denen hier nur ein paar kurz skizziert werden sollen.

- Zunächst bedarf es einer Entscheidung, welche Gerätegruppen für die mobile Ausgabe berücksichtigt werden. Angesichts der zuvor beschriebenen Entwicklung, scheint es vertretbar, sich auf die Kategorie der Smartphones und Tablets zu beschränken. Aber auch hier gibt es z.B. unterschiedliche Displaygrößen, die optimal genutzt werden sollten. Eine optimierte Ausgabe auch für ältere Geräte lässt den Aufwand und die Kosten schnell in die Höhe steigen.
- Nicht alle mobilen Browser beherrschen alle Techniken, wie man es vom Desktop gewohnt ist. Browser auf dem iPhone können z.B. bekanntermaßen kein Flash darstellen.
- Auch in Zeiten von allgemein verbreiteten Breitbandzugängen macht es sich bezahlt, Bilder für die Ausgabe auf kleinen Smartphone-Displays anzupassen, um unnötigen Traffic zu vermeiden und die Ladegeschwindigkeit zu erhöhen.
- Noch immer verfahren viele Designer nach dem Motto: „Klein ist chic“. Trotzdem sollten Buttons und Navigationselement auf mobilen Seiten groß genug sein, damit man sie mit dem Finger bequem bedienen kann. Überhaupt muss das Layout der Website den kleineren Displaygrößen angepasst

200grad GmbH & Co KG
Ludwigstraße 8
D-63067 Offenbach a.M.
Tel. +49 (0)69 – 94 94 65 30
Fax +49 (0)69 – 94 94 65 38
info@200grad.de
www.200grad.de

Geschäftsführung:
Thomas Hebbel, Thomas Hörle
Sitz: Offenbach a.M.
Registergericht Offenbach
HRA 41258

Komplementärin:
200grad Verwaltungsgesellschaft mbH
Sitz: Offenbach a.M.
Registergericht Offenbach
HRB 43947



werden. Ein mehrspaltiges Layout macht auf einem Smartphone schlichtweg keinen Sinn.

- Auch inhaltlich kann man einen mobilen Webauftritt anpassen: so sind Gerätetreiber zum Download mobil eher weniger interessant – dafür wird eine interaktive Anfahrtsskizze vom aktuellen Standort aus wahrscheinlich gerne genutzt. Die früher einmal gängige Praxis, nur eine stark abgespeckte Version der Website mobil zur Verfügung zu stellen, ist heute allerdings überholt. Möglicherweise hat einer Ihrer potentiellen Kunden gerade während einer langen Zugfahrt Gelegenheit, sich intensiv mit dem Angebot Ihres Unternehmens zu beschäftigen.

App oder nicht App....

Eine optimierte Website ist aber nur ein möglicher Kanal für Ihre mobile Marketingstrategie. Ein elementarer Bestandteil des Erfolgs von Smartphones sind Apps. 80% aller User haben solche kleinen Programme auf Ihren Geräten installiert. Der Begriff „App“ ist im Moment in aller Mund und das Angebot einer App ermöglicht eine positive Imagepflege. Technisch sind bei einer App keinerlei Grenzen gesetzt. Mit ihrer Hilfe kann man alle Möglichkeiten eines mobilen Gerätes ausschöpfen - ganz egal, ob es sich um Spiele, Informationen, Kommunikation, Shopping o.a. handelt.

Das Handling und haptische Erlebnis einer (gut gemachten) App kann durch keine andere Technik erreicht werden. Die Bedienung ist aus einem Guss – alle Funktionen greifen (idealerweise) nahtlos ineinander. Die Vermarktungsmöglichkeiten sind ideal: schon der Hinweis auf die Existenz der App reicht aus, und der User kann sie sich problemlos im Portal seines Handyherstellers downloaden.

Die Crux mit der Zielgruppe

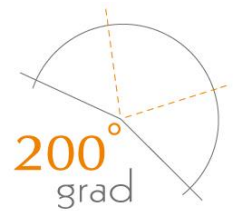
Bei so vielen Vorteilen sind natürlich auch die Nachteile nicht weit entfernt: Ein großer Nachteil der Apps ist deren Plattformabhängigkeit. Noch immer ist es oft so, dass der Begriff Smartphone mit dem iPhone gleichgesetzt wird. Wird über die Entwicklung einer App nachgedacht, so steht die Entwicklung für iPhone bzw. iOS eindeutig im Vordergrund.

Zwar war das iPhone lange Zeit das Maß aller Dinge und es gab praktisch keine nennenswerte Konkurrenz auf dem Smartphone-Markt. Dies hat sich jedoch erheblich geändert. Smartphones mit Android-Betriebssystemen haben inzwischen den

200grad GmbH & Co KG
Ludwigstraße 8
D-63067 Offenbach a.M.
Tel. +49 (0)69 – 94 94 65 30
Fax +49 (0)69 – 94 94 65 38
info@200grad.de
www.200grad.de

Geschäftsführung:
Thomas Hebbel, Thomas Hörle
Sitz: Offenbach a.M.
Registergericht Offenbach
HRA 41258

Komplementärin:
200grad Verwaltungsgesellschaft mbH
Sitz: Offenbach a.M.
Registergericht Offenbach
HRB 43947



größten Marktanteil erobert. Dazu kommen noch andere Systeme wie z.B. Windows Phone, Nokia, Blackberry. Um alle potentielle User zu erreichen, ist es notwendig für jedes Betriebssystem eine eigene App zu entwickeln.

Viele Unternehmen scheuen jedoch den damit verbundenen Aufwand – und vor allen deren Kosten. Angesichts der aktuellen Situation ist es aber fraglich, ob diese Strategie wirklich aufgeht. Der Marktanteil von Apple bei Smartphones liegt bei knapp unter 20%. Der weitaus größte Teil der mobilen Nutzer kann also eine ausschließlich für iOS entwickelte App nicht nutzen. Vor der Entwicklung einer App sollte daher eine genaue Zielgruppenanalyse stehen, welche Betriebssysteme abgedeckt werden müssen, um die gesteckten Ziele optimal zu erreichen.

Ich will aber Alle erreichen!

Mit der Weiterentwicklung klassischer Web-Technologien wie HTML und Javascript ergeben sich heute aber auch vielversprechende Alternativen zur nativen App. Speziell aufbereitete mobile Webanwendungen (WebApps) besitzen den enormen Vorteil, dass sie plattformunabhängig sind. Sie stehen damit auf allen gängigen Systemen wie Android, iOS, Windows Phone etc. zur Verfügung. Die Entwicklungskosten können hierdurch drastisch reduziert werden.

Darüber hinaus sind aber auch noch andere Vorteile zu nennen: Bei Änderungen in der Funktionalität einer WebApp muss der User kein Update installieren. Da der Zugriff über den Browser auf die webbasierte Anwendungen erfolgt, ist sichergestellt, dass alle User immer die aktuellste Version der Anwendung nutzen. (Am Rande sei hier nur erwähnt, dass natürlich auch die Veröffentlichung einer neuen Version entsprechend schnell geschehen kann, ohne den doch zumindest bei Apple recht aufwendigen Weg in den App-Store gehen zu müssen.)

Der Haken an der Sache

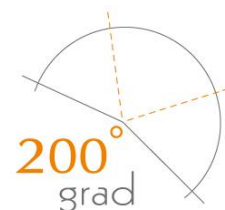
Ein Nachteil einer WebApp ist allerdings, dass auf die spezifischen Funktionen eines Smartphones wie zum Beispiel Kamera, Adressbuch etc. nicht zugegriffen werden kann. Andere Funktionen wie z.B. eine Standortbestimmung sind grundsätzlich möglich, aber doch abhängig von den Einstellungen des Betriebssystems und des Browsers. Hier bieten native Apps wesentlich bessere Möglichkeiten Fehler abzufangen und den User auch durch die Einstellungen seines Gerätes zu führen.

Heutige Smartphones bringen genügend Leistung mit, um die Geschmeidigkeit der Bedienung einer nativen App auch für WebApps zu ermöglichen. Damit lässt sich das Look & Feel einer WebApp sehr nahe an das einer nativen App heran führen.

200grad GmbH & Co KG
Ludwigstraße 8
D-63067 Offenbach a.M.
Tel. +49 (0)69 – 94 94 65 30
Fax +49 (0)69 – 94 94 65 38
info@200grad.de
www.200grad.de

Geschäftsführung:
Thomas Hebbel, Thomas Hörle
Sitz: Offenbach a.M.
Registergericht Offenbach
HRA 41258

Komplementärin:
200grad Verwaltungsgesellschaft mbH
Sitz: Offenbach a.M.
Registergericht Offenbach
HRB 43947



Allerdings ist die Vermarktung einer WebApp wesentlich schwieriger: Kein Verweis auf einen Download, sondern lediglich eine URL, die beworben werden muss. Damit wird für den User auch das Starten einer WebApp wesentlich umständlicher: er muss zunächst den Browser starten, dann über eine URL die Anwendung aufrufen. Kein Button auf dem Homescreen, der mit einem Touch einfach zur Anwendung führt. Zwar kann er sich den über ein Bookmark selber erzeugen, die Wahrscheinlichkeit, dass er dies tut, ist aber eher gering. Damit ist die Gefahr groß, dass die Anwendung schnell in Vergessenheit gerät. Hier kann man eventuell durch den Einsatz von QR-Codes dem User den Zugang zur Anwendung erleichtern.

Die eierlegende Wollmilchsau?

Eine Kombination aus nativer App und WebApp stellen sogenannte Hybrid-Apps dar. Diese Form der Apps vereinigt die Vorteile der zuvor beschriebenen beiden Kategorien (manche bevorzugen die Aussage, dass hierdurch eher die Nachteile von App und WebApp reduziert werden). Für die Erstellung einer Hybrid-App wird diese zunächst wie eine WebApp mit gewohnten Webtechnologien (HTML, CSS, Javascript) entwickelt. Dadurch ist eine plattformübergreifende Nutzung möglich. Nach der Entwicklung wird daraus mittels spezieller Software eine native App für die verschiedenen Plattformen erstellt. Diese App kann dann auch auf (einige) Gerätefunktionen wie Kamera, Kompass, etc zugreifen. Die Bereitstellung und Vermarktung erfolgt wie bei einer reinen App über die jeweiligen Appstores. Allerdings wird hierbei die Performance und die Bedienbarkeit nicht an die einer direkt programmierten App heran reichen.

Wie aus den Ausführungen deutlich wird, gibt es den Königsweg für eine mobile Kommunikationsstrategie nicht. Jede Möglichkeit hat ihre Vor- und Nachteile, ihre Chancen und Risiken. Je nach Zielgruppe und Einsatzgebiet gilt es daher gut abzuwägen, für welche Technik man sich entscheidet.

200grad GmbH & Co KG
Ludwigstraße 8
D-63067 Offenbach a.M.
Tel. +49 (0)69 – 94 94 65 30
Fax +49 (0)69 – 94 94 65 38
info@200grad.de
www.200grad.de

Geschäftsführung:
Thomas Hebbel, Thomas Hörle
Sitz: Offenbach a.M.
Registergericht Offenbach
HRA 41258

Komplementärin:
200grad Verwaltungsgesellschaft mbH
Sitz: Offenbach a.M.
Registergericht Offenbach
HRB 43947