



Foto: Appgeneration GmbH

# Die Welt der Apps

Der Vielfalt der Applikationen sind keine Grenzen gesetzt, täglich kommen rund 1 000 neue hinzu. Doch muss zwangsläufig jedes Unternehmen über Investitionen in diesem Bereich nachdenken? Für wen lohnen sie sich und was muss dabei beachtet werden? **Business4** fragte bei Experten nach.

**D**as Internet wird immer wichtiger. Dazu gehört auch die Entwicklung so genannter Applikationen, kurz Apps genannt. Dabei handelt es sich um Anwendungen für Computer und Smartphones, die über einen – in das Betriebssystem integrierten – Onlineshop herunter geladen und im Anschluss auf die eigenen Geräte installiert werden können. Der Vielfalt der Applikationen sind kei-

ne Grenzen gesetzt. Ein Großteil ist eher für den rein privaten Gebrauch gedacht, aber auch für berufliche Zwecke stehen vielfältige Variationen zur Verfügung.

## Alle 90 Sekunden eine Neue

Laut aktuellen Daten des Unternehmens AppShopper wird im AppStore alle 90 Sekunden eine neue App hochgeladen. Damit kommen täglich gut 1 000 hinzu.

Immer mehr Unternehmen haben die Zeichen der Zeit erkannt und lassen für ihre Dienstleistungen oder Produkte von Fachleuten eigene Applikationen erstellen. Doch muss jede Firma zwangsläufig über die Investition in diesem Bereich nachdenken? Oder gibt es Unternehmenszweige, die das Thema zunächst einmal vernachlässigen können. **Business4** hörte sich bei Experten aus der Region um.

So fällt André Lapehn, dem Inhaber von WJH-Kommunikation in Düsseldorf spontan kein Unternehmenszweig ein, der nicht profitieren könnte. Allerdings würde er einen Unterschied zwischen Unter-



Foto: WJH-Kommunikation

André Lapehn, Inhaber der 2010 in Düsseldorf gegründeten Agentur WJH-Kommunikation.

nehmen, die mit einer App ihren Kunden den Zugang zu Informationen erleichtern und verbessern wollen und Unternehmen, die eine App von Beginn an als reines Image/Marketing-Tool verstehen möchten, machen.

## «Wen möchte und kann ich mit einer App erreichen?»

„Beides geht völlig in Ordnung, wenn es dem Nutzer (Verbraucher, Mitarbeiter etc.) einen direkten Mehrwert bietet. Unternehmen, beispielsweise aus dem Bereich „Solarenergie“, nutzen Apps bereits sinnvoll, in Form von Energiekostenrechnern oder für die Berechnung der Investition in eine Solaranlage durch Angabe bestimmter Werte. Auch die „myTaxi“-App bietet beispielsweise einen wunderba-



Foto: Intelligent Apps GmbH

ren Mehrwert für den Nutzer: Nicht per Anruf, sondern via Knopfdruck ein Taxi zu bestellen und den Standort direkt mitzuteilen – das kann schon sehr praktisch sein.“ Zusätzlich weist er darauf hin, dass die mobile Kommunikation zukünftig zweifellos weiter an Bedeutung gewinne, da seiner Einschätzung nach schon jetzt bei unter 30-Jährigen das Smartphone bereits das Auto als Statussymbol Nummer Eins abgelöst habe.

Ähnlich sehen es auch Tanja Hoffmann und Michael Schäfer, die Inhaber von TM74 in Düsseldorf: „Grundsätzlich ist es natürlich für kein Unternehmen von Nachteil, eine eigene App oder Mobile Webapp zu haben, vorausgesetzt, das Ergebnis stimmt. Vor zehn bis 15 Jahren kam häufig die selbe Frage in Bezug auf Desktop-Webseiten. Heute ist es nicht nur für größere Unternehmen sondern auch für den kleinen Laden um die Ecke selbstverständlich, eine eigene Seite zu haben.“ Ihrer Einschätzung nach wird es sich mit Apps/WebApps und mobilen Webseiten in Zukunft ähnlich verhalten.



Foto: 4D Projekts

Stephan Widerra ist der Geschäftsführender Gesellschafter des im Jahr 2000 in Düsseldorf gegründeten Unternehmens 4D Projekts.

„Ideal ist sicherlich, sein Angebot auf möglichst vielen Kanälen zu senden. Dazu gehören mittlerweile eben auch verstärkt die mobilen Geräte,“ so die Experten von TM74. Trotzdem raten sie dazu, im Einzelfall zu überlegen, für wen es wirklich sinnvoll ist, oder wer eventuell auch darauf verzichten könnte. Ihrer Meinung nach spielen die folgenden Punkte eine wichtige Rolle bei der Entscheidungsfindung: „Wen möchte und kann ich mit meiner App erreichen? Welchen Nutzen (z.B. Markenbindung, Serviceaspekte) haben die User davon? Welche Kosten entstehen bei der Entwicklung?“

## Für den Außendienst

Der Geschäftsführende Gesellschafter von 4D Projekts in der Landeshauptstadt, Stephan Widerra, gibt einen weiteren Aspekt zu bedenken: „Bei dem Begriff App denken die meisten zunächst an originelle iPhone-Programme für Endverbraucher. Dabei tun sich noch ganz andere Möglichkeiten, speziell im BtoB Bereich, auf. Unseres Erachtens sind solche Business Apps besonders für Unternehmen interessant, deren Mitarbeiter öfter unterwegs sind, sei es im Außendienst, auf Messen oder in größeren Einheiten, wie beispielsweise Produktion, Lager, Hotel, Schiff oder ähnliches. Hier können Apps den jeweiligen Mitarbeiter stets auf





dem Laufenden halten bzw. ihm nützliche Tools zur Hand geben. Auch die Tablet-Computer mit ihren größeren Displays ermöglichen viele neue Anwendungsbereiche für den Business-Bereich wie etwa Präsentationen, Produkt-Kataloge, Messe- und Aussendienst-Anwendungen oder Umfragen.“

### Es geht nicht mehr ohne

Ein klares Ja für alle Unternehmen hat Oliver Büscher, der Head of Sales der Appseleration GmbH in Düsseldorf: „Über 40 Prozent der Internetaufrufe werden bereits über das Mobiltelefon getätigt und über 68 Prozent der Smartphone Nutzer sagen nach eigener Aussage, dass sie ohne nicht mehr aus dem Haus gehen würden. Damit ist klar, dass sich jedes Unternehmen die Fragen stellen muss, ob Sie perfekt für die mobile Präsenz ausgestattet sind. Apps müssen daher für jedes Unternehmen eine immer wichtigere Rolle spielen. Es gilt „nur“ zu prü-

Oliver Büscher, Head of Sales des im März 2010 gegründeten Unternehmens Appseleration in Düsseldorf.

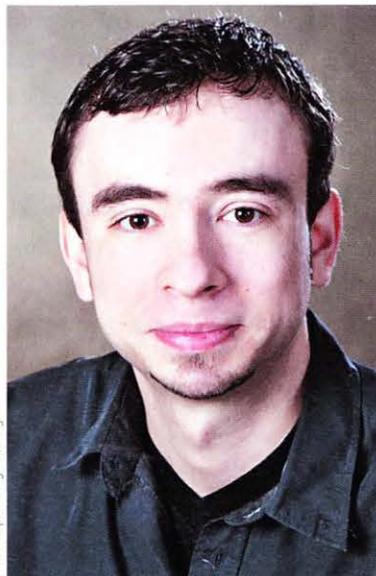


Foto: Napsio Engineering

Der in Serbien geborene Goran Zunic hat im Januar 2011 seine Firma Napsio Engineering in Krefeld gegründet.

fen, was der bestimmte Mehrwert ist und welche Zielgruppe ich damit ansprechen möchte/muss.“

Auch Goran Zunic, der Inhaber von Napsio Engineering in Krefeld

rät grundsätzlich jedem Unternehmen, zumindest über diese Option nachzudenken, da der Markt immenses Überraschungspotential bietet.

„Jedes Unternehmen hat die Möglichkeit, mit innovativen Ideen zu punkten und sich so ein einmaliges Marketing-Werkzeug zu schaffen, respektive die Produktivität enorm zu steigern. Sei es ein Manager, der per App aktuelle Firmenkennzahlen überwacht oder die Bäckerei von neben an, bei der man per App Brötchen für den nächsten Tag vorbestellen kann,“ erklärt der Fachmann aus Krefeld.

### Wer ist der Nutzer?

Von besonderer Wichtigkeit scheint also zu sein, welches Ziel konkret mit einer App realisiert werden soll. Geht es also eher um Kundenbindung oder Markenimage? Adr Lapehn rät: „Es ist besonders wichtig, den potentiellen Nutzer möglichst konkret zu definieren. Welche Endgeräte nutzt er, zu welchem Zweck, an welchem Ort? Welchen Mehrwert kann ich für ihn schaffen bzw. welches Problem lösen? Dann erst sollte ich entscheiden, ob der Einsatz einer App sinnvoll ist und welche Art von App entwickelt werden soll.“

Darüber hinaus rät er, Folgendes zu beachten: „Unterschieden wird hier zwischen Web-App (Endgeräte-unabhängige Anwendung), native App (Plattformabhängig, IOS oder Android) und hybride App (HTML 5 in nativer Oberfläche). Bei der konkreten Entwicklung sollte neben der Sinnhaftigkeit natürlich auch auf die Benutzerfreundlichkeit geachtet werden. Sollte es sich beim Inhalt wirklich um reine Informationsinhalte (Geschäftsberichte, Programme, Kurse, Zeiten etc.) handeln, braucht das Unternehmen vielleicht nicht unbedingt eine App, sondern ist mit der mobilen Anpassung der eigenen Website



Foto: Appseleration GmbH

oder entsprechender Kampagnensite besser beraten.“

## Bedürfnis-Erfüllung

Oliver Büscher erklärt es noch genauer: „Bei Apps ist es nicht so wie bei Webseiten, dass man immer noch einen Balkon anbauen kann. Eine App muss immer ein konkretes Bedürfnis erfüllen und drum herum werden weitere Features gebaut.“ Zur Veranschaulichung gibt er folgendes Beispiel: „Bei Autovermietern findet man auf der Webseite beispielsweise die Punkte, Gebrauchtwagenbörse, Urlaubsversicherung abschließen und noch viele mehr. Das funktioniert bei einer App nicht. Entweder ich habe eine App, mit der ich unkompliziert innerhalb von zwei bis vier Clicks ein Auto mieten kann oder ich habe eine App, die mir Gebrauchtwagen anzeigt und ich daraus weitere Dinge tun kann. Beides in einer App ist verschenkte Mühe, da der Nutzer nicht konkret auf ein Bedürfnis angesprochen wird.“

«Grundsätzlich gilt: je einfacher, desto besser ist es.»

Auch das Team von TM74 spricht sich für eine weitgehende Reduzierung aus. Ihr Tenor lautet: „Je einfacher, desto besser,“ denn es mache wenig Sinn, dem User das Herunterladen großer Datenmengen zuzumuten. Zudem sei es wichtig, die Navigationsstruktur und das Userinterface möglichst einfach zu halten, um auch auf einem kleinen Bildschirm den Durchblick zu behalten.

Das Unternehmen muss also schon im Vorfeld eine Vielzahl von Entscheidungen treffen. Damit aber noch nicht genug: Nur wer genau weiß, was er haben will, kann von dem späteren Entwickler ein entsprechendes Ergebnis erwarten. In



Foto: TM74

Seit 2001 führen Tanja Hoffman und Michael Schäfer ihre Agentur TM74 mit Sitz in Düsseldorf.

diesem Punkt sind sich alle befragten Experten einig. Zudem ist auch der regelmäßige Austausch zwischen Kunden und Agentur während der Entwicklung von großer Bedeutung.

## Die Kostenfrage

Auf unsere Frage, mit welchen Kosten ein Unternehmen für eine App-Entwicklung rechnen muss, waren sich die Experten ebenfalls alle einig: Eine Pauschalaussage dazu könne nicht getroffen werden. Letztendlich hänge es vor allem

vom Funktionsumfang und der Komplexität der zu entwickelten App und dem Aufwand ab.

Kleinere Projekte sind bei WJH-Kommunikation ab etwa 1000 Euro umsetzbar. Ein interessantes Produkt für den Mittelstand hat Appseleration entwickelt: In einem App-Baukasten stehen bereits fertige App-Module, die ihre Kunden sich oftmals wünschen, zur Verfügung und können entsprechend kostengünstig angeboten werden.

Die Skala nach oben ist dagegen offen... ■

### 10-PUNKTE-CHECKLISTE FÜR DIE ERSTELLUNG EINER APP

(BEREITGESTELLT VON APPSELERATION, DÜSSELDORF)

- 1) Wer ist Anwender (Zielgruppe, Alter, Eigenschaften, usw.)?
- 2) Welchen konkreten Nutzen soll die App bieten?
- 3) In welcher Situation setzt der Anwender die App ein (auf dem Weg zur Arbeit, im Gespräch mit Kunden, usw.)?
- 4) In welchem Umfeld kommt die App zum Einsatz (im Auto, im Zug, im Laden, usw.)?
- 5) Sind neben dem Anwender weitere Personen bei der Nutzung eingebunden?
- 6) Auf welchen Endgeräten soll die App laufen?
- 7) Welche Informationen verarbeitet die App, und woher bezieht sie diese Daten? Welche Schnittstellen werden hierzu genutzt?
- 8) Existieren bereits ähnliche Apps, die als Anhaltspunkt dienen sollen?
- 9) Wie groß ist der potenzielle Anwenderkreis der App?
- 10) Welches Budget steht für die App und ihre Vermarktung zur Verfügung?