



Wie Sie mit Apps Ihr Business antreiben

Nicht nur für Privatnutzer sind Apps interessant. In Unternehmen können sie Geschäftsprozesse verschlanken, wie unsere Beispiele zeigen.

Der Dachdecker steht mit seinem Smartphone unter der sanierungsbedürftigen Lichtkuppel. In einer App kann er eine Checkliste ausfüllen: Maße eintippen, Fabrikat angeben, Fotos hochladen, Anfragen absenden. Die Daten landen bei der Eternit GmbH. Der Hersteller von Flachdachelementen sendet daraufhin per E-Mail Informationen zum Produkt und ein Angebot zurück. „Dank des Bedienkomforts ist die Lichtkuppel-Sanierungs-App für unsere Kunden eine echte Hilfe“, sagt Volker Tings, Marketingmanager bei Eternit Flachdach. Technisch realisiert wurde die App von der Chemnitzer Online-Agentur „das Medienkombinat“. „Dieses Segment der Business-to-Business-App (B2B) wird stark zu nehmen“, so Geschäftsführer Tim Neugebauer. „Sie eignen sich hervorragend zur Anbahnung von Geschäften, für unkomplizierte und effiziente Serviceleistungen sowie zur Optimierung von speziellen Geschäftsprozessen.“

Mag die Zielgruppe mobile Geräte?

Ob eine Business-App zum eigenen Geschäftsmodell und zu den -prozessen passt, muss jedes Unternehmen individuell entscheiden. „Generell ist eine App nur dann sinnvoll, wenn die Zielgruppe affin für die Nutzung von mobilen Endgeräten ist“, sagt Roland Leißle, Key Account Manager beim IT-Dienstleister nionex. „Ein Unternehmensbereich, dessen Effektivität und Effizienz durch Apps spürbar steigt, ist in der Regel der Vertrieb“, so Leißle: „Mitarbeiter können ihren Kunden zum Beispiel einen Pro-

duktkatalog auf dem Tablet oder Smartphone zeigen.“

Fest steht: Smartphone- und Tablet-Nutzer fragen Apps für alle Lebensbereiche zunehmend nach. 1,7 Milliarden Mal wurden die Mini-Programme in Deutschland laut Bitkom-Studie im Jahr 2012 heruntergeladen. „Generell sind Zielgruppen immer dann bereit, für eine mobile Applikation oder deren Inhalte zu zahlen, wenn diese einen besonderen Mehrwert bietet“, so Lauterbach. „Zudem sei eine gut gemachte App ein wirksames Mittel, um die Bekanntheit eines Unternehmens zu steigern und dessen Image zu verbessern.“

Um sich von den Apps der Konkurrenz abzuheben, sollten Unternehmen selbstentwickelte, neuartige Applikationen anbieten. Falsch sei dabei die Annahme, dass Apps nur für große Unternehmen mit großen Budgets sowohl sinnvoll als auch bezahlbar sind, sagt Dr. Ralf Lauterbach, CEO und Gründer des Full-Service-Providers Appseleration. „Im Gegenteil: Mobile Anwendungen bieten gerade den Mittelständlern entscheidende Vorteile, was sich an optimierten Workflows und Kostenersparnissen zeigt.“ Auch Lauterbach zieht das Beispiel Handwerk heran: „Betriebe, die mit einer schlanken App beim Kunden Papierberge vermeiden helfen und Rechnungen via App vor Ort verschicken können, erfahren den direkten Mehrwert der Anwendung.“

Da immer mehr Mitarbeiter mit Smartphones und Tablets ausgestattet sind, wird auch die Zahl von Business-Apps wachsen. „Die Auf-

Checkliste Wichtige Fragen vor der eigenen App

- Überprüfen Sie Ihre Geschäftsprozesse, wo der Einsatz einer mobilen App Sinn machen kann: Wo lassen sich Vorgänge verändern und vereinfachen, Prozesse verschlanken und die Kommunikation verbessern?
- Betrachten Sie das adressierte Publikum: Ist die angesprochene Nutzergruppe bereits im mobilen Zeitalter angekommen oder laufen Investitionen ins Leere?
- Wählen Sie einen Dienstleister, der aus einer Hand den kompletten App-Entwicklungsprozess abdeckt.
- Analysieren Sie, welchen Typ von App Sie benötigen. Eine native App wird für einen bestimmten Endgerätetyp implementiert und unterstützt dessen spezifische Funktionen, etwa Kamera oder GPS. Eine Web-App unterstützt spezifische Funktionen und ist ohne Installation über den Browser des Mobilgeräts verfügbar. Eine Hybrid-App vereint die Vorzüge von nativen und Web-Apps, unterstützt bestimmte Gerätefunktionen und stellt gleichzeitig Webinhalte dar.
- Achten Sie auf die nötige Sicherheit: Insbesondere Business-Apps für den Außendienst müssen höchsten Ansprüchen in puncto Sicherheit und Datenschutz genügen.

gabe von Full-Service-Dienstleistern rund um mobile Applikationen ist es, Problemfelder in Unternehmen zu identifizieren, für die der mobile Kanal die passende Lösung sein kann“, so Lauterbach. „Wenn etwa eine Reisekostenabrechnung bis zur Freigabe mehrere Ansprechpartner oder unterschiedliche Abteilungen durchlaufen muss, bis der Mitarbeiter sein Geld zurückerhält, dann ist dieser Prozess in puncto Zeit und Kosten suboptimal.“ Eine entsprechende mobile App, die alle Informationen direkt über das System an die richtige Abteilung leitet, noch bevor der Mitarbeiter wieder im Unternehmen ist, könne hier Abhilfe schaffen. Appseleration bietet unter anderem mit einem Baukasten-System Apps für die Plattformen iOS und Android schon für unter 5.000 Euro an. In der Regel sollten Unternehmen aber von höheren Kosten ausgehen. „Zwischen den realistischen Aufwänden für die Bereitstellung einer App und dem als angemessen empfundenen Preis klafft eine gefühlte Lücke“, berichtet Dr. Michael Bark, Geschäftsführer des IT-Dienstleisters evodion. Viele Apps wirken zudem auf den ersten Blick wenig komplex – zumindest im Vergleich

© fotolia.com

Anzeige

zu Desktop-Anwendungen. Die intuitive Nutzbarkeit sei aber das Ergebnis einer aufwändigen Entwicklung, so Bark. „Daher sehe ich letztlich nur wenige Unterschiede zwischen der App und der Client- bzw. Webentwicklung, was die Aufwände betrifft.“ Für eine simple Unternehmens-App mit Geolokation, Kartenanzeige von Filialadressen und Routenplaner sowie E-Mail-Direktkontakt seien meist weniger als 10.000 Euro erforderlich. Gerade bei Business-Apps müssen allerdings Daten und Informationen mit Drittsystemen ausgetauscht werden. „Bedenkt man auch die Themen Sicherheit, Verfügbarkeit und Integrität, kommen tatsächlich eher sechsstellige Aufwände ins Spiel“, erklärt Bark. Zudem müssen Versionen für verschiedene Betriebssysteme beachtet werden. Das heißt aber nicht, dass man eine mobile Anwendung in allen Ausprägungen als native App entwickeln und über die diversen App-Shops zur Verfügung stellen muss.“ Hier bieten sich laut Bark Web-Apps oder hybride Apps an, die eine plattformübergreifende Entwicklung ermöglichen und gleichzeitig eine breite Palette von mobilen Devices unterstützen.

Michael Schlösser



Web-Service

Lohnen sich Business-Apps auch für den Mittelstand? Für weiterführende Links zu Business Apps QR-Code scannen oder Adresse aufrufen: creditreform-magazin.de/heft

