

Nicht ohne klare Planung

Das Geschäft mit Applikationen für mobile Geräte boomt. Auch viele KMU wollen inzwischen eine eigene App. Doch bevor man loslegt, sollten einige Punkte geklärt werden.

VON CORINNE JAKOB

Laut einer aktuellen, repräsentativen Studie von Comparis.ch (1/2013) besitzen momentan bereits rund 3,6 Millionen Schweizer ein Smartphone – Tendenz steigend. Und die Zahl der Tablet User hat sich in der Schweiz im letzten Jahr auf 1,7 Millionen verdoppelt. Höchste Zeit also für Unternehmen, auf den mobilen Zug aufzuspringen und ihre Webseiten für Touchscreens und kleinere Bildschirme zu optimieren. Normale Webseiten werden auf mobilen Geräten nämlich meist nicht benutzerfreundlich angezeigt und bei fehlerhafter oder unvollständiger Darstellung springen die User schnell ab – und dem Unternehmen entgeht viel potentieller Traffic. Das Zauberwort heisst Responsive Design. Der grafische Aufbau einer Webseite erfolgt neu anhand der Anforderungen des jeweiligen Gerätes, mit dem die Seite betrachtet wird.

Eine mobile Webseite zu haben, ist zwar schon einmal positiv, Smartphone- und Tablet-Nutzer verwenden jedoch bevorzugt und immer häufiger einfach zugängliche Apps, für die nicht erst aktiv ein Web-Browser gestartet werden muss. Zudem eröffnen die mobilen Endgeräte dank vieler integrierter Sensoren und Chips eine Reihe von weiteren Möglichkeiten wie zum Beispiel Geolocation, die sich ein Unternehmen zunutze machen kann. Eine eigene App wird daher auch vermehrt für KMU zu einer sinnvollen Investition – jedoch nicht ohne klare Planung und Zielsetzung im Vorfeld.

App ist nicht gleich App

Entscheidet sich ein Unternehmen für die Entwicklung einer eigenen App, so hat es grundsätzlich die Wahl zwischen zwei verschiedenen Typen: Der Web App und der nativen App. Beide haben ihre spezifischen Vor- und Nachteile.

Bei KMU mit wenig Budget ist vor allem die Web App beliebt. Es handelt sich dabei um eine Web-Anwendung, die im Internet-Browser ausgeführt wird, sich aber durch eine Verknüpfung auf dem Smartphone (Icon) aufrufen lässt. Die Web App läuft auf mobilen Geräten unabhängig vom jeweiligen Betriebssystem, der App Code muss lediglich für die gewünschten Browser optimiert werden. So ist die App für alle mobilen Endgeräte zugänglich und die Entwicklung relativ einfach, schnell und preiswert.

Anders ist dies bei der nativen App. Im Gegensatz zur Web App ist sie in der nativen Programmiersprache eines bestimmten Betriebssystems geschrieben. Das heisst, dass sie für jedes Betriebssystem

praktisch neu programmiert werden muss. Stellt der Entwickler die native App nicht nur den Marktführern – in der Schweiz momentan Apples iOS und Googles Android – zur Verfügung, wird die Entwicklung entsprechend kostspielig und zeitaufwendig. Dies gilt auch für Updates. Da die native App ein Anwendungsprogramm für ein bestimmtes mobiles Gerät ist, ergeben sich aber auch entsprechende Vorteile. Anders als die Web App, eine reine Online-Anwendung, funktioniert die native App auch ohne Verbindung zu einem Webserver. Dadurch läuft sie stabil und schnell, also besonders benutzerfreundlich. Zusätzlich kann eine native App auf die Features des Endgerätes wie Kamera, Mikrofon oder Kalender zugreifen.

HTML5 und hybride Apps

Mit dem technischen Fortschritt verschwimmt die Grenze zwischen nativen und Web Apps zunehmend. Die Oberfläche neuer Web Apps ist so konzipiert, dass es für den User kaum mehr ersichtlich ist, dass die Applikation in einem Browser läuft. Web Apps erhalten dank den neuen Internetstandards HTML5 und CSS3 generell immer mehr Eigenschaften nativer Apps. HTML5 ermöglicht Web Apps unter anderem die Nutzung von GPS und Lagesensor (Geolocation) und das Zwischenspeichern von Daten in einem Application Cache, so dass Seiteninhalte auch ohne Internetverbindung angesehen werden können. Der zur Verfügung stehende Speicherplatz ist jedoch noch stark beschränkt. Auf der anderen Seite nutzen die meisten nativen Apps inzwischen die Real-Time-Internetverbindung und werden nicht mehr nur offline verwendet.

Natürlich gibt es auch den Ansatz, die beiden App-Typen und deren Vorteile zu verbinden. HTML5 Web Apps werden dabei – je nach Zielplattform – in native Apps transformiert und können so auch in offiziellen App Stores vertrieben und vermarktet werden. Zudem können hybride Apps wie native Apps auf die Features der Endgeräte zugreifen. Hybride Apps laufen wie Web Apps auf mehreren Plattformen, doch brauchen sie für jede Plattform einen eigenen nativen Container. Das macht die Entwicklung unter Umständen zeit- und damit auch kostenaufwendig.

Zu den Kosten einer App-Entwicklung können übrigens keine allgemeingültigen Angaben gemacht werden. Wie beim allgemeinen Web-Design kommt es ganz auf die individuellen Wünsche und die gewählte App-Agentur (Grösse, Land, Referenzen) an.

IN KÜRZE

- Eine App wird vermehrt auch für KMU zu einer sinnvollen Investition – jedoch nicht ohne klare Planung und Zielsetzung.
- Entscheidet sich ein Unternehmen für die Entwicklung, so hat es grundsätzlich die Wahl zwischen zwei Typen.
- Ob eine App erfolgreich ist oder nicht, liegt letztendlich immer in der Hand der User.

Zielsetzung und Einsatzbereich definieren

Eine pauschale Antwort auf die Frage, auf welchen App-Typ man als Firma setzen sollte, gibt es nicht. Grosse Unternehmen wie Facebook, Ebay oder Fedex umgehen die Entscheidung, indem sie sowohl native wie auch Web Apps entwickeln lassen. Dafür muss aber ein entsprechend grosses Budget vorhanden sein – was bei den meisten KMU nicht der Fall ist. Deshalb macht es Sinn, die individuelle Ausgangslage zu analysieren: Was (Ziel) und wen (Zielpublikum) will man mit der App erreichen? Mögliche Ziele reichen von Branding bis hin zum Angebot von mobilen Services für die eigenen Mitarbeiter.

Ob eine App erfolgreich ist oder nicht, liegt letztendlich in der Hand der User. Eine Applikation kann technisch noch so gut sein, wenn sie nicht heruntergeladen beziehungsweise benutzt wird, hat sie ihr Ziel klar verfehlt. Bei der Entwicklung zählen deshalb eigene Präferenzen weniger als diejenigen der Zielgruppe.

Jede Zielgruppe stellt eigene Anforderungen und verwendet unterschiedliche mobile Endgeräte und Betriebssysteme. Eine App kann für Privatpersonen (Consumer) oder für externe Unternehmen und/oder die eigene Firma (Business) entwickelt werden. So sind zwar in der Schweiz Android und iOS die momentan verbreitetsten Betriebssysteme, doch spielt Blackberry in der Geschäftswelt noch immer eine wichtige Rolle. Wenn ein Unternehmen daher eine native App für den Business-Bereich entwickeln lässt, sind Android und/oder iOS nicht zwangsläufig die einzige oder beste Wahl.

Vermarktung der App ist wichtig

Vor Beginn der Entwicklung sollte ebenfalls entschieden werden, ob die entwickelte App kostenpflichtig oder kostenlos zum Download angeboten wird. Ist es das Ziel, mit der App Geld zu verdienen, muss neben dem Entwicklungsbudget genügend Geld für die Vermarktung eingeplant werden. Ohne umfassendes Marketing lässt sich eine App nämlich kaum monetarisieren, denn die Platzierung in den App Stores ist nicht direkt kontrollierbar. Nur mit aktiver Werbung geht die App nicht völlig in der Masse der Angebote unter (mehr zu diesem Thema gibt es ab Seite 38). Zudem lohnt es sich, seine App so schön und interessant wie möglich zu präsentieren (Icon Design, Name der App) – denn das Auge bestimmt bekanntlich mit.

Zum Verkauf angeboten werden in erster Linie native oder hybride Apps, da viele Shops – allen voran Apples App Store – keine Web Apps

aufnehmen. Web Apps eignen sich aber für Unternehmen, die nicht mit der App selber, sondern wie Zeitungen beispielsweise mit direktem Aboverkauf Geld einnehmen wollen. Die Finanzierung durch Werbung von Drittanbietern innerhalb der App ist schwierig, damit kann grundsätzlich nur sehr wenig Geld eingenommen werden.

Natürlich muss der App-Anbieter auch eine gewisse Summe ins Marketing von kostenlosen Apps investieren. Auch wenn diese nicht vorrangig Umsatz generieren sollen, so will das Unternehmen durch die App doch von einem möglichst grossen Publikum wahrgenommen werden. Digitales Marketing, zum Beispiel Social Media Marketing oder Blogs, eignen sich besonders, um die Aufmerksamkeit auf Apps zu lenken, da User diese sogleich mit wenigen Klicks downloaden können. Printmedien, welche offline gelesen werden, sind diesbezüglich viel ineffizienter.

Fazit

Eine erfolgreiche App setzt sich also zusammen aus gelungener Programmierung, interessantem Design und professioneller Vermarktung. Full-Service-Agenturen können KMU – wenn gewünscht – in allen drei Bereichen unterstützen. Doch nicht alle diese Agenturen bieten auch komplexere Programmierungen an. Dafür eignen sich spezialisierte App-Agenturen. Für KMU mit geringem Budget sind Freelancer eine preiswerte Alternative.

Bevor Unternehmen eine App entwickeln lassen, braucht es aber wie erwähnt unbedingt eine genaue Definition der zu erreichenden Ziele und Zielgruppen und eine handfeste Marketingstrategie. Falls Unternehmen dafür keine internen Ressourcen wie etwa eine eigene Marketing-Abteilung haben, lohnt es sich auch hier, Hilfe bei einer Full-Service-Agentur zu holen. So wird der Launch der App keine (finanzielle) Enttäuschung, sondern eine Investition in die Zukunft.

CORINNE JAKOB IST ZUSTÄNDIG FÜR ONLINE MARKETING UND KOMMUNIKATION BEIM OFFERTENPORTAL GRYP.S.CH.

UNTERSCHIEDE ZWISCHEN WEB APP UND NATIVER APP

	WEB APP	NATIVE APP
Zugang	Online	Offline / Online
Geschwindigkeit	Je nach Internetverbindung	Sehr schnell
Entwicklungszeit	Schnell	Zeitaufwendig
Entwicklungskosten	Günstig, ab ca. Fr. 4000.- bis Fr. 5000.-	Teurer (mehrfache Programmierungen pro Technologie nötig)
Zugriff auf Hardware	Nur beschränkt möglich	Ohne Probleme möglich
Updates und Erweiterungen	Leicht zu erweitern, Updates werden bei Web-Zugriff des Users direkt installiert	Aufwendige Entwicklung und Verteilung (z.T. erneute Review durch App Stores), müssen vom User manuell installiert werden
Vorteile	<ul style="list-style-type: none"> Einfache und kostengünstige Entwicklung Läuft auf allen Betriebssystemen 	<ul style="list-style-type: none"> Kann problemlos auf Schnittstellen und Funktionen der Endgeräte zugreifen Funktioniert auch mit aufwendiger Grafik Vermarktung über offizielle App Stores
Nachteile	<ul style="list-style-type: none"> Bisher nur begrenzter Zugriff auf Features der Endgeräte Je nach Internetverbindung oder Grafikanforderungen langsam Roaming-Kosten im Ausland 	<ul style="list-style-type: none"> Komplexe und teure Entwicklung (gilt auch für Updates) Muss für alle Betriebssysteme einzeln programmiert werden Abhängigkeit von offiziellen App Stores (Aufnahme z.T. schwierig und unkalkulierbar)

Quelle: Gryps.ch