

Pressemitteilung – 1. Dezember 2010 – HEUTE UND MORGEN GmbH - Köln

APPS BEFLÜGELN DEN MOBILEN HANDEL

Die Deutschen shoppen zunehmend mobil

Köln, 1. Dezember 2010. Die rasante Verbreitung von Smartphones im deutschen Mobilfunkmarkt bietet der Wirtschaft enorme Potenziale für den Ausbau des mobilen Handels (Mobile Commerce). Eine zentrale Rolle spielen dabei Apps, maßgeschneiderte Miniprogramme für mobile Endgeräte, die neben spielerischen und rein informationellen Funktionen das mobile Einkaufen erleichtern sollen. Mit Erfolg: Bereits heute kauft oder bestellt mehr als jeder vierte Bundesbürger, der regelmäßig Apps nutzt, Waren oder Dienstleistungen mit dem Smartphone. Hochgerechnet entspricht dies rund 1 Mio. Verbrauchern. Tendenz steigend.

Dies zeigt die aktuelle Trendstudie "Der große App-Test - Wie gelingt der Sprung zum Mobile Commerce?" des Marktforschungsinstituts HEUTE UND MORGEN aus Köln. 1.000 Bundesbürger ab 18 Jahren, die regelmäßig Apps nutzen, wurden repräsentativ zu ihrem Verhalten und ihren Vorlieben im Bereich Mobile Commerce befragt.

Einkaufsfavoriten der überdurchschnittlich kaufstarken "Smartphone-Shopper" sind neben Unterhaltungsmedien (Bücher, Musik, Spiele, Elektronikartikel) reiserelevante Angebote (Bahntickets, Flüge, Mietautos), Modeartikel und Versandservices. Mehr als jeder fünfte App-Nutzer hat zudem einen kostenpflichtigen täglichen Nachrichtendienst abonniert (Tageszeitungen, etc.). Einzelne Apps, wie von Amazon, Deutsche Bahn, eBay oder Facebook, weisen bereits Reichweiten zwischen 34 und 46 Prozent unter allen App-Nutzern auf.

Bei der Umsetzung mobil nutzbarer Shops ist freilich zu beachten, dass die Datenschutzbedenken der Verbraucher bei Bezahlvorgängen im mobilen Internet derzeit noch deutlich größer sind als im bereits etablierten stationären Internet.

Apps im Verbrauchertest

Aufgrund der hohen Bedeutung von Shopping-Apps für die weitere Entwicklung des Mobile Commerce wurden im Rahmen der Studie 30 weit verbreitete verkaufsnaher Apps aus sieben verschiedenen Branchen einem Verbrauchertest unterzogen. Die besten Gesamtnoten in ihren Bereichen erzielten dabei folgende Apps: Aldi Süd (Supermärkte), Amazon.de (Onlineshops), Facebook (Soziale Netzwerke), Lufthansa (Reise), Otto Style Catcher (Mode), Post mobil (Logistik), sueddeutsche.de Basic (Tageszeitungen) und Volkswagen Touareg Challenge (Automobil). Beurteilungskriterien waren Gefallen, Verständlichkeit, Übersichtlichkeit, Funktionsumfang, Einzigartigkeit, Zahlungsbereitschaft und Design.

Insgesamt zeigt der Test deutliche Qualitätsunterschiede, nachhaltig begeistern können bisher erst wenige Apps. Erwartungsgemäß urteilen die aktuellen Nutzer der jeweiligen App besser als die bisherigen Nicht-Nutzer.

Folgende Unternehmen wurden im Rahmen des App-Tests untersucht: Airberlin, ALDI Süd, Amazon, BILD, BMW, Deutsche Bahn, DHL, Die WELT, eBay, EDEKA, Europcar, Facebook, Frankfurter Allgemeine Zeitung, H&M, Hermes, HRS, Lufthansa, Media Markt, Nike, OTTO, Post, SIXT, StayFriends, Süddeutsche, swoodoo, REWE, Toyota, Volkswagen, XING und Zara.

"Um die Nutzer von Apps noch stärker zu begeistern sind kreative neue Ideen und echte Mehrwerte gefragt, die über eine Kopie der Angebote im stationären Internet hinausgehen", sagt Axel Stempel, Geschäftsführer der HEUTE UND MORGEN GmbH. "Hierzu zählen beispielsweise standortbasierte Dienste oder die intelligente Verknüpfung unterschiedlicher Alltagsanwendungen".

Entwicklung steht erst am Anfang

Untersucht wurde in den jeweiligen Branchen daher auch, welche unverzichtbaren Basisfunktionen die Nutzer von Shopping-Apps wünschen, welche Funktionen eher als störend erlebt werden und welche Ideen begeistern und zukunftssträftig sind. Auf Begeisterung stieß beispielsweise die Idee einer App-Funktion, die Zutaten von Rezeptvorschlägen direkt in einen mobilen Einkaufszettel überträgt, oder auch die Möglichkeit zum Fotografieren und Hochladen von Kleidungsstücken mit nachfolgender Suche nach ähnlichen Artikeln in der näheren Umgebung.

Insgesamt bieten die Smartphones den Unternehmen durch ihre integrierten multimedialen Funktionen wie Internet, Fotografie, Push-Dienste und GPS-Ortung für die Zukunft schier endlose Möglichkeiten einer situativ-individuellen Kundenansprache. Diese Entwicklung hat gerade erst begonnen.

Die komplette, rund 150-seitige Studie "Der große App-Test - Wie gelingt der Sprung zum Mobile Commerce?" inklusive der Detailergebnisse der einzelnen App-Tests, Marktpotenzialen, Nutzerprofilen und Zielgruppenanalysen kann über die HEUTE UND MORGEN GmbH bezogen werden.

Weitere Studieninformation: http://www.heuteundmorgen.de/frontend/downloads/studie_app_test.pdf

Pressekontakt

Axel Stempel
Geschäftsführer
HEUTE UND MORGEN GmbH
Venloer Straße 19
D-50672 Köln
Telefon: +49 (0)221 995 005-0
E-Mail: info@heuteundmorgen.de
www.heuteundmorgen.de