

Wann Mobile-Apps für Online-Händler sinnvoll sind

☒ Auf der Couch, in der U-Bahn oder beim Gang mit dem Hund. Dank Mobile-Apps können Kunden bequem überall online einkaufen. Doch ist für den mobilen Einkauf nicht eine angepasste Webseite ausreichend? Der Schweizer e-Commerce-Berater Thomas Lang gibt die Antwort.

Braucht Ihr Shop eine Mobile-App?

Waren die Optimierungsanstrengungen von Sortimenten und Produktpräsentationen im Online-Handel bis vor etwa zwei Jahren fast ausschließlich auf Webbrowser ausgerichtet, so stellt sich die heutige Situation durch den Siegeszug der Smartphones ganz anders dar.

Experten, Berater und nicht zuletzt die Shopbetreiber selber sprechen nicht mehr von mobilen Webseiten, sondern richten ihr Augenmerk auf Shopping-Apps. Für **Thomas Lang**, e-Commerce-Berater aus der Schweiz, sind vor allem zwei Fragen von entscheidender Bedeutung:

1. Muss ich eine Shopping-App haben?
2. Falls ja, benötige ich separate Apps für das Smartphone und für Tablet-PCs?

Die Antworten sind eindeutig:

“Die Antwort heißt JA, wenn mein Sortiment und meine Zielgruppe auf den verschiedenen Devices und in den jeweiligen Situationen individuell angesprochen werden kann. Kann ich meinem potentiellen Kunden einen Zusatznutzen bieten, wenn ich ihn in seiner mobilen Situation “on the road” erreiche oder relaxed auf dem “Sofa”. Kann ich die Zusatzfunktionen der jeweiligen Endgeräte wie GPS, Kamera, Neigungssensor, Zugriff auf Kontakte oder auch grosses Video-Display, Multi-Touch u.a. für meine Produktpräsentation nutzen?

Die Antwort heißt NEIN, wenn mein Verkaufskonzept auf allen Devices und in allen Situation mehr oder weniger dasselbe ist. Dann ist jedoch darauf zu achten, dass die Ansicht des Shops wie auch dessen Usability und Funktionen auf die jeweiligen Bildschirmgrößen und -ausrichtungen angepasst wird.”

Käuferlebnisse wie im alten Print-Katalog

Großes Potenzial für den e-Commerce versprechen vor allem die neuen Tablett-PCs, wie das iPad oder Konkurrenzprodukte. Denn durch Tablett-PCs hält der Online-Handel Einzug in die heimischen Wohnzimmer. “Sofa-Commerce” nennt Lang diese Variante des e-Commerce. Die älteren Leser werden sich vielleicht noch erinnern. Am Sonntag kam die Familie im Wohnzimmer oder der Küche zusammen, um in den Katalogen der Quelles, Ottos und Neckermänner dieser Welt, für die neue Saison einzukaufen.

Diese Zeiten sind vorbei – so scheint es. Fakt ist, dass durch das Internet zunächst einmal eine Verschiebung der Bestellwege einsetzte. Der Kunde erhielt seine Kaufmotivation aus dem Katalog und nutzte den Online-Shop anschließend als Bestellkanal.

Später dann gingen die Kunden im Netz auf die gezielte Produktsuche, um den jeweils günstigsten Anbieter ausfindig zu machen. Der Anstoß zum Kauf, kam aber nicht zwangsläufig aus dem Netz, sondern aus anderen Kanälen. Aber der Einkauf im Netz war auf den Desktop-Rechner oder das Laptop beschränkt. Eine gemütliche Shopping-Atmosphäre stellte sich meistens nicht ein. Statt dessen war nüchterne Effizienz bei der Warenbeschaffung angesagt.

Durch Tablett-PCs erlebt das Einkaufserlebnis aus der Katalogzeit eine Wiedergeburt oder kann sie zumindest erleben.

*“Die Herausforderung im Mobile-Commerce liegt darin, das Shopping-Bedürfnis auf die mobile Situation zu adaptieren. Die Herausforderung im Sofa-Commerce liegt darin, sich auf die **Lean-Back Situation** der Anwender einzustellen sowie Möglichkeiten und Interaktionen des grossen Displays optimal zu nutzen. Das iPad wird als Entertainmentcomputer für eine gemütliche Nutzung im Wohnzimmer angesehen.”*

Rechtliche Sorgfalt auch bei Shopping-Apps

Bei aller Euphorie über das große Vertriebspotenzial der Shopping-Apps für den Online-Händler, darf der sorgsame Umgang mit den rechtlichen Rahmenbedingungen nicht vergessen werden. Denn auch eine Shopping-App, egal ob sie für ein Smartphone oder einen Tablett-PC programmiert worden ist, muss dem deutschen e-Commerce-Recht genügen.

So zeigte beispielsweise ein Test der Wirtschaftsjuristen von Trusted Shops, dass Händler, die über die Shopping-Apps bei **Amazon** und **eBay** verkaufen, akut abmahngefährdet waren und es zum Teil noch sind. Zumindest eBay hat auf diese Tests reagiert und die Anwendung umprogrammiert.

Dass dies dringend notwendig wurde, zeigt auch ein Urteil des OLG Hamm (Urteil v. 20.05.2010 - I-4 U 225/09), welches die mobile Darstellung massiv kritisiert hatte. Verurteilt wurde ein Händler und nicht eBay selbst.