Mobil Shopping: "Momentan könnte ich nur davon abraten"

Wie ist es in Deutschland tatsächlich um das Einkaufen mit iPhone, iPad & Co. bestellt? In einer Untersuchung zeichnen der Bundesverband "Die Verbraucher Initiative" und ebay ein rosa-rotes Bild. Brancheninsider sehen den Markt jedoch wesentlich kritischer und verweisen auf die Zukunft.

So ist Mobile Shopping in Deutschland 2012.

"M-Commerce ist in Deutschland angekommen." Dieser Ansicht ist der Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh) und beruft sich auf eine Studie von Innofact, die im Auftrag von ebay und "Die Verbraucher Initiative".

Demnach haben bereits gut ein Drittel der Verbraucher (36 Prozent) über das Smartphone oder das Tablet eingekauft. 74 Prozent hätten sich vor einem Kauf unterwegs über Produkte informiert.

Für den Durchbruch des Mobile-Commerce scheint auch der durchschnittliche Warenkorbwert zu sprechen. Laut Innofact-Untersuchung wird via Smartphone und Tablet-PCs im Durchschnitt etwa für 227 Euro eingekauft. Im klassischen Online-Handel ist der Warenkorb nur etwa halb soviel wert — 102,60 Euro nach Auskunft des bvh.

Trotz dieser positiven Ergebnisse ist Branchenexperte Jochen Krisch von der Unternehmensberatung Exciting Future bislang noch nicht vom breiten Erfolg des M-Commerce überzeugt:

> *"Wenn der Handel in bald 20 Jahren Internet etwas gelernt haben sollte, dann, dass für den Handel nicht nur die Verfügbarkeit der Geräte, sondern vor allem der kostengünstige Zugang und die tatsächlichen Nutzungszeiten ausschlaggebend sind für die Umsatzrelevanz. Momentan könnte ich nur dagegen argumentieren und davon abraten."*

Auch das bvh-Blog sieht noch einige hohe Hürden, die es im M-Commerce zu überwinden gelte:

> *Zu hohe Mobilfunkpreise, Sicherheitsbedenken und zu geringe Mobilfunk-Übertragungsraten sind aus Sicht der Verbraucher die größten Hemmschuhe für den mobilen Handel. Rund 60 Prozent der Verbraucher wünschen sich in diesen Bereichen Verbesserungen, um künftig häufiger mobil nach Produkten und Dienstleistungen zu recherchieren und diese per Smartphone & Tablet einzukaufen.*
>
> *Im Einzelnen werden als Hindernisse für den mobilen Einkauf hohe Kosten für das mobile Surfen (69 Prozent), eine schlechte Infrastruktur kostenloser öffentlicher WLAN-Netze (69 Prozent), der Sicherheitsaspekt beim Bezahlen sowie geringe Transparenz bei Kaufverträgen (59 Prozent) ins Feld geführt. Ein weiterer wichtiger Faktor beim M-Commerce ist aber auch die Performance der Websites selbst.*

[poll id="39"]