

Adieu Flash: Warum Shopbetreiber spätestens jetzt handeln sollten

✘ Mit der Einführung des iPhones im Jahr 2007 hat Apple den Sterbeprozess vom bis dahin besonders in der Werbeindustrie geliebten Flash eingeläutet. Auch, wenn einige noch immer an Flash glaubten spätestens seit Anfang September ist klar: Flash ist tot - und zuckt nur noch. Was das für Shopbetreiber und deren Weihnachtsgeschäft bedeuten kann...

Bereits vor einigen Wochen haben wir im Shopbetreiber-Blog über die Einführung einer neuen Richtlinie für HTML5-Werbemittel berichtet. Dort haben wir bereits die Vorteile von HTML5-Werbemitteln gegenüber klassischen Flash-Bannern ausführlich dargestellt. Besonders hervorzuheben sind hier Performance und Plattformunabhängigkeit der neuen Werbemittel.

Kein Flash mehr bei Google Chrome

Google hat seit Anfang September den Chrome-Browser so eingestellt, dass Flash-Dateien in Websites grundsätzlich nicht mehr automatisch starten sondern vom User manuell aktiviert werden müssen. Apples Safari-Browser hat Flash gar nicht mehr installiert und auch der Firefox-Browser blockiert Flash-Inhalte häufig. Hier muss der User manuell Software nachladen und installieren. Die Verbreitung und Unterstützung von Flash geht also nicht nur mobil stark zurück sondern ist auch auf Desktop-Geräten mittlerweile nicht mehr flächendeckend zu gewährleisten.

Für Shopbetreiber heißt das, dass nicht nur Werbemittel entweder als JPG, PNG, GIF oder HTML5 angeliefert werden müssen. Auch Elemente im Shop selbst sollten dringend überprüft werden. Besonders Shopbetreiber die noch frühe Versionen von Flashbühnen auf ihrer Startseite nutzen, müssen dringend handeln. Sonst sieht ihre Startseite möglicherweise bald so aus - und das mitten im angehenden Weihnachtsgeschäft:



Der unbedarfte User wird zunächst sicherlich denken ihr Onlineshop sei kaputt - und so falsch liegt er damit ja nicht. Dem User wird ein zentraler Zugang zu ihrer Produktwelt unzugänglich gemacht. Ebenfalls betroffen sind häufig ältere Produktkonfiguratoren, also Funktionen bei denen Kunden beispielsweise Motive für T-Shirts, Tassen oder ähnliches auswählen oder gar gestalten können.

So prüfen Sie Ihren Onlineshop auf Flash-Inhalte

Öffnen Sie den Google Chrome-Browser und geben in die Adresszeile „*chrome://plugins*“ und suchen Sie nach dem Eintrag für „Adobe Flash Player“.



Mit Hilfe des blauen Links können Sie den Flash-Player deaktivieren. Starten Sie den Chrome-Browser sicherheitshalber neu und surfen Sie über Ihren Online-Shop.

Haben Sie Flash in Ihrem Online-Shop entdeckt?

Aktuelle Shopsoftware sollte HTML5-Alternativen zu Flash-Inhalten anbieten. Informieren Sie sich am Besten direkt beim Hersteller oder Ihrem Dienstleister danach um im Weihnachtsgeschäft keine Einbußen durch veraltete Technik zu verzeichnen.

Haben Sie eine selbst-entwickelte Lösung für Ihren Shop im Einsatz? Beispielsweise für Produktpräsentationen auf Startseiten gibt es wunderbare jQuery-Plugins, die sich einfach

installieren lassen.