



Freitag, 18. Juli 2008

Studie: Technische Innovationen begünstigen Erfolgsaussichten für Mobile Commerce

Leistungsfähige mobile Endgeräte sowie ein wachsendes Angebot vorteilhaftiger Applikationen steigern die Akzeptanz und Nutzung von Mobile Commerce in Deutschland. Schätzungen der Bundesnetzagentur zufolge setzten Mobilfunk-Netzbetreiber 2007 über 900 Millionen Euro mit Datendiensten (ohne SMS) um. Noch 2004 lagen die entsprechenden Umsätze bei weniger als 350 Millionen Euro.

Immer mehr Unternehmen aus unterschiedlichsten Branchen entdecken Mobile Commerce als vorteilhaftes Instrument der Geschäftsfelderweiterung, der Kundenbindung oder der Imageförderung, wie eine neu veröffentlichte Studie der Technischen Universität Hamburg-Harburg (TUHH) belegt. Verbesserte Rahmenbedingungen wie leistungsfähigere Endgeräte mit größeren Displays, schnellere Datenübertragungstechnologien wie UMTS sowie ein erhöhter Missbrauchsschutz fördern das Angebot neuer und verbesserter Mobile Commerce-Applikationen, stellen die Verfasser der TUHH-Studie "Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland" fest.

Dass sich mobile Anwendungen hierzulande aber deutlich langsamer durchsetzen als im Ausland (insbesondere in Asien oder Skandinavien), liegt laut Aussage der Wissenschaftler im Wesentlichen an zwei Faktoren. Zum einen halten die immer noch hohen Gebühren der Mobilfunkbetreiber die Preise hoch. Zum anderen versäumen es viele Unternehmen immer noch, ihre Angebote und Abrechnungsmodelle an den Kundenwünschen auszurichten.

Dass die Wünsche der (potenziellen) Kunden nur wenig bis gar nicht berücksichtigt werden, zeigt sich daran, dass so genannte Abonnementlösungen die bevorzugte und in vielen Fällen einzig angebotene Zahlungsmöglichkeit der Anbieter darstellen. Über 90% der potenziellen Kunden kritisieren bzw. lehnen diese Bezahlform jedoch ab. Es kann daher geschlussfolgert werden, dass das Nachfragepotenzial bei weitem noch nicht ausgeschöpft ist und die Gefahr besteht, dass Neukunden schnell wieder abspringen.

Ein weiterer Beleg dafür, dass der Kunde noch nicht König ist, zeigt sich auch in der Studie zum Mobile Ticketing (Bezug von Fahrscheinen oder Veranstaltungstickets über mobile Endgeräte). Während Nutzerbefragungen eine eindeutige Präferenz für so genannte „SMS-Lösungen“ (Ticketbestellung per SMS) bestätigen, favorisieren viele Anbieter Lösungen, die in der Handhabung deutlich komplizierter sind und deshalb in den Umfragen deutlich niedrigere Akzeptanzwerte erzielen. „Service-Anbieter setzen nicht selten auf technologiegetriebene Innovationen“, sagt Rajnish Tiwari, Co-Projektleiter des Forschungsprojektes. „Die Mehrzahl von zahlungskräftigen Kunden erwartet aber simple, benutzerfreundliche und funktionale Lösungen mit Zusatzdiensten über den mobilen Kanal“. In diesem Zusammenhang verweist Tiwari auf den schwierigen Start des kostenpflichtigen Handy-TV von Mobile 3.0, das auf Basis eines separaten TV-Signals angeboten werden sollte und mittlerweile von Mobiltelefonen überholt worden ist, die auch reguläre (kostenlose) TV-Signale empfangen.

Für die Studie untersuchten die Wissenschaftler anwendungsorientierte Einsatzfelder wie mobile Informations- und Unterhaltungsdienste („Mobile Content“ und „Mobile Entertainment“), Mobile Finanzdienste („Mobile Banking“), „Mobile Ticketing“ und „Mobile Marketing“. Ziel der Untersuchung war es, die Erfolgchancen endkundenbezogener Mobile Commerce-Applikationen durch eine Gegenüberstellung der Angebots- und Nachfrageseite zu analysieren sowie den konzeptionellen und rechtlichen Rahmen auszuarbeiten. In den einzelnen Teilprojekten wurden Fallstudienanalysen ausgesuchter Geschäftsstrategien und großzahlige Nutzerbefragungen durchgeführt.

Die Ergebnisse dieser Untersuchungen sind jetzt in Form eines Herausgeberbandes im Shaker Verlag erschienen. Nähere Informationen zum Herausgeberband: www.mobile-prospects.com/publications/de/perspektiven.html (http://www.gfm-nachrichten.de/news/exit.php?url_id=7&entry_id=93)

Tags für diesen Artikel: [Mobile](http://www.gfm-nachrichten.de/news/plugin/tag/Mobile) (<http://www.gfm-nachrichten.de/news/plugin/tag/Mobile>), [Studie](http://www.gfm-nachrichten.de/news/plugin/tag/Studie) (<http://www.gfm-nachrichten.de/news/plugin/tag/Studie>)

Artikel mit ähnlichen Themen:

- [In 2016 über 700 Millionen verkaufte Smartphones mit Touchscreen](http://www.gfm-nachrichten.de/news/archives/In-2016-ueber-700-Millionen-verkaufte-Smartphones-mit-Touchscreen.html) (<http://www.gfm-nachrichten.de/news/archives/In-2016-ueber-700-Millionen-verkaufte-Smartphones-mit-Touchscreen.html>)
- [Detecon veröffentlicht Opinion Paper zu Crowd Computing](http://www.gfm-nachrichten.de/news/archives/Detecon-veroeffentlicht-Opinion-Paper-zu-Crowd-Computing.html) (<http://www.gfm-nachrichten.de/news/archives/Detecon-veroeffentlicht-Opinion-Paper-zu-Crowd-Computing.html>)
- [Studie: Apps im Marketing-Mix der Werbetreibenden](http://www.gfm-nachrichten.de/news/archives/Studie-Apps-im-Marketing-Mix-der-Werbetreibenden.html) (<http://www.gfm-nachrichten.de/news/archives/Studie-Apps-im-Marketing-Mix-der-Werbetreibenden.html>)
- [TNS-Studie: Mobile Social Media boomt](http://www.gfm-nachrichten.de/news/archives/TNS-Studie-Mobile-Social-Media-boomt.html) (<http://www.gfm-nachrichten.de/news/archives/TNS-Studie-Mobile-Social-Media-boomt.html>)
- [Mobile-Integration im Auto: Consortium gegründet](http://www.gfm-nachrichten.de/news/archives/Mobile-Integration-im-Auto-Consortium-gegruendet.html) (<http://www.gfm-nachrichten.de/news/archives/Mobile-Integration-im-Auto-Consortium-gegruendet.html>)