

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Starkes Interesse der Führungskräfte am mobilen Web **Mobiles Internet stellt deutsche Unternehmen vor** **tiefgreifende Herausforderungen**

Hamburg, 31. März 2010. Das Ende der telefonischen Service-Hotline, massive Verschiebung der Marktanteile im stationären Handel und E-Commerce sowie neue Formen der personalisierten Werbung – der Siegeszug des mobilen Internets wird sich nachhaltig auf deutsche Unternehmen auswirken. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie „Business-Motor mobiles Internet“ der Hamburger Agentur Rio Mobile. Die Studie untersucht den Einfluss der neuen Technologie auf unterschiedliche Unternehmensbereiche wie Marketing, Service, Außendienst, Vertrieb und Verkauf.

Die Resultate zeigen, dass mobile Endgeräte – allen voran das Handy – zukünftig etwa das Einkaufsverhalten nachhaltig beeinflussen werden. „Konsumenten können sich mit Hilfe von Internet-Handys jederzeit und an jedem Ort über Produkte und Preise informieren. Selbst während des Einkaufs im Laden“, erklärt Arne Flick, Gründer und Geschäftsführer von Rio Mobile. Zugleich ist damit zu rechnen, dass ein signifikanter Anteil des elektronischen Handels über mobile Endgeräte laufen wird. „Mit dem Handy als Absatzkanal wird der Impulskauf in den E-Commerce einziehen. Wir prognostizieren, dass schon 2013 rund 20 Prozent der Online-Umsätze auf den Mobile Commerce entfallen werden“, sagt Arne Flick. „Wer sich in diesem neuen Absatzkanal frühzeitig etabliert, kann Marktanteile gewinnen.“

Im Marketing werden eigene Apps für Unternehmen selbstverständlich. Schon heute beurteilen 65 Prozent der von Rio Mobile befragten Entscheider die App als wirkungsvolles Pre-Sales-Instrument. 54 Prozent gaben an, bereits eine App zu nutzen oder bis Ende 2011 zur Kundenansprache einzusetzen. Rio Mobile rechnet allein in Deutschland mit rund einer Million Unternehmens-Apps bis 2013. Dabei wird vor allem die Produktinformation eine zentrale

Rolle spielen. Auch die Art der Kundenansprache wird sich ändern. Werbung auf dem Handy wird persönlich auf den einzelnen Adressaten zugeschnitten und auf den jeweiligen Aufenthaltsort abgestimmt.

Tiefgreifende Folgen sind auch für den Service zu erwarten. In der Kundenbetreuung wird etwa die Hotline durch neuartige Service-Portale für Handys abgelöst. „Telefonische Hotline und Video-Chat werden auf dem Handy verschmelzen. Wer ein Problem mit seinem neuen Laptop oder der Waschmaschine hat, dreht ein kurzes Video oder macht ein Foto und schickt es an den Service“, prognostiziert Arne Flick.

In zwei Umfragen unter 250 budgetverantwortlichen Entscheidern hat Rio Mobile für die Studien die aktuelle Wahrnehmung und Einschätzung des mobilen Internets in deutschen Unternehmen eingeholt. Dabei zeigte sich, dass ein Großteil der befragten Führungskräfte die Technologie bereits als relevanten wirtschaftlichen Faktor erkannt hat und diesen auch aktiv nutzen wird. Vertriebsunterstützung und Service beurteilen derzeit 73 Prozent der Befragten als wirtschaftlich lohnenswerte Einsatzgebiete des mobilen Webs. Ebenso wird die Produktvermarktung (47 Prozent) deutlich positiv eingeschätzt. Mobile Bezahldienste (35 Prozent), Branding und Markenkommunikation (31 Prozent) sowie mobiler Verkauf (30 Prozent) erreichen die Zustimmung von rund einem Drittel der Befragten. Nur fünf Prozent sehen keine wirtschaftlich lohnenswerten Einsatzbereiche für das mobile Internet. Auch die Rolle als leistungsstarker Kommunikationskanal steht außer Frage: 63 Prozent gehen davon aus, dass sie bis 2013 wichtige Zielgruppen effektiv über das mobile Internet erreichen werden.

„Die heutige Situation beim mobilen Web ähnelt dem Durchbruch des stationären Internets vor rund zehn Jahren“, sagt Arne Flick. „Unternehmen haben erneut die Chance, dynamisch zu wachsen und strategische Vorteile zu erlangen. Mit unserer Studie wollen wir hierzu Wege und Möglichkeiten aufzeigen.“



Die Studie ist ab sofort unter www.riomobile.de kostenfrei erhältlich.

Über RIO MOBILE

Die RIO MOBILE GmbH wurde Ende 2009 als ein Tochterunternehmen der führenden Webdesign & SEO-Agentur rio nord GmbH gegründet. Die Mobile Marketing Agentur RIO MOBILE ist auf standardisierte Apps zur Produkt- und Unternehmensdarstellungen spezialisiert. RIO MOBILE erstellt für Geschäftskunden innerhalb von nur drei Wochen eine eigene iPhone-App. Basis ist ein eingeständig entwickeltes Content Management System (CMS), das die fortlaufende Pflege und Aktualisierung der Apps ermöglicht. Technische Partnerfirma der RIO MOBILE ist die CELLULAR GmbH aus Hamburg, eine der wichtigsten Full-Service-Agenturen Deutschlands für mobile Lösungen im Marken- und Mediumfeld. Das Team von RIO MOBILE besteht aus erfahrenen Spezialisten für Konzeptentwicklung, Design, Projektmanagement und Programmierung. Sitz der Agentur ist die Pianofabrik am Schulterblatt, im Herzen des kreativen Schanzenviertels in Hamburg.

Weitere Informationen

HOSCHKE & CONSORTEN Public Relations

Peter Jefimiec

Phone: 040 369050 53

Mail: p.jefimiec@hoschke.de

Fax: +49- (0) 40 369050 -10