

PRESSEMITTEILUNG

goetzpartners Studie: Smartphones verhelfen Mobile Commerce zum Durchbruch

München, 23. August 2012. Smartphones werden in Deutschland die dominierenden mobilen Endgeräte. Die Zahl der Smartphone-Nutzer wird von heute ca. 27 Millionen auf über 42 Millionen in 2015 ansteigen. Darüber hinaus gehen heute bereits 43 Prozent der Smartphonebesitzer täglich über ihr mobiles Endgerät ins Internet. Smartphones werden mobile Commerce zum Durchbruch verhelfen. mCommerce umfasst im weitesten Sinne alle verkaufsunterstützenden Maßnahmen bis hin zum After-Sales unter Verwendung mobiler Endgeräte. Damit die Anbieter von mCommerce ständig in Verbindung zum Kunden stehen, müssen sie den Sprung in deren „relevant Set“ an Apps und mobilen Webseiten schaffen. Dies wird ihnen nur dann gelingen, wenn sie dem Kunden Mehrwert bieten: Hohe Convenience, Zeitersparnis, sowie Preis- und Informationsvorteile sind der Schlüssel zum Erfolg. Darüber hinaus muss die Gestaltung des mobilen Auftritts an die mobilen Endgeräte angepasst sein. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Umfrage von goetzpartners. Im Juli und August 2012 führte das Beratungshaus Interviews mit mCommerce-Experten in Universitäten, bei Handelsunternehmen, Herstellern, Telekommunikationsanbietern sowie IT- und Servicedienstleistern durch.

2015 werden mehr als 51 Prozent der deutschen Bevölkerung ein Smartphone besitzen. Darüber hinaus werden zwischen 5 und 10 Prozent des Onlineumsatzes schon heute über mobile Endgeräte erzielt, und knapp 75 Prozent aller eCommerce-Anbieter investieren bereits in mCommerce.

Gründe für den Siegeszug von mCommerce:

Der goetzpartners Analyse zufolge wird sich das Marktvolumen im Onlinehandel von 2011 bis 2015 mehr als verdreifachen, auf dann fast 6 Milliarden Euro. Der Anteil von mCommerce im gesamten Onlinehandel wird sich bis 2015 auf ca. 14 Prozent verdoppeln, das entspricht einem Volumen von etwa 840 Millionen Euro.

Als Gründe für den Siegeszug von mCommerce lassen sich vor allem folgende vier Faktoren heranziehen:

- **Smartphones werden die dominierenden mobilen Endgeräte.** Das Beratungshaus prognostiziert einen Anstieg der Smartphone-Nutzerzahlen von ca. 27 Millionen in 2012 auf über 42 Millionen in 2015.
- **Datenübertragungsraten steigen.** Der heutige UMTS-Standard ermöglicht bereits Übertragungsraten zwischen 7 und 28 Mbit/Sekunde. Der Nachfolger LTE (Longterm evolution) übertrifft mit Übertragungsraten von ca. 100 Mbit/Sekunde schon vielfach die Bandbreiten von Festnetz-Internetverbindungen und war in 2011 bereits für 10 Prozent der deutschen Haushalte verfügbar. In den nächsten Jahren planen die Mobilfunkbetreiber, zwischen 8 und 10 Milliarden Euro in den Ausbau von LTE zu investieren.

- **Kosten der Datenübertragung sinken.** Zwischen 2008 und 2010 ist der ARPU (average return per user) um fast 30 Prozent gesunken und wird sich der Analyse zufolge in den folgenden Jahren jährlich um weitere 5 bis 10 Prozent reduzieren.
- **Convenience und Nutzererfahrung werden immer besser.** Neben der erhöhten Verfügbarkeit des mobilen Internets erleichtern größere Bildschirme, eine verbesserte Menüführung, sowie spezifische Apps die Verwendung. Vor allem Apps stellen sich als Katalysator für mCommerce heraus, da sie den Kauf- und Serviceprozess für Nutzer erheblich vereinfachen.

„mCommerce wird den Nutzern das Einkaufsleben deutlich erleichtern“, stellt Marcus Worbs-Remann, Partner bei goetzpartners und Autor der Studie, fest. Das Beratungshaus sieht folgende Schlüsselfaktoren zur Etablierung erfolgreicher mCommerce-Aktivitäten:

- Bereitstellung eines mobilen Shops (**mobile Sales**). Bei der Entscheidung über den Aufbau eines mobilen Shops müssen vor allem die Kosten für IT und Prozessanpassung sowie für die Vermarktung und Schaffung von Reichweite berücksichtigt werden. Die Shop-Umgebung muss sich an die Anforderung der Endnutzer anpassen: einfache Gestaltung und Bedienbarkeit sind unabdingbar. Darüber hinaus sollten die Features der Smartphones mit genutzt werden wie beispielsweise der Storefinder. Augmented Reality-Applikationen etc. helfen, Erlebniswelten rund um Produkte und Dienstleistungen aufzubauen.
- Nutzung mobiler Endgeräte als Bezahlinstrument (**mobile Payment**). Der Bezahlprozess muss einfach und sicher ablaufen. Um den Kunden zu mPayment zu veranlassen, sollte der Anbieter entsprechenden Mehrwert bieten, wie beispielsweise Rabatte, spezielle Treueangebote und After Sales Service. Da der Unsicherheitsfaktor hier noch hoch ist, empfiehlt sich die Kooperation mit bereits etablierten Partnern.
- **Mobile After Sales.** Anbieter sollten mobile Kundenserviceangebote entwickeln, die den Bedürfnissen der Kunden entsprechen. Dies ist beispielsweise durch die Kombination aus einer App zur Lösung einfacher Themen und der Vermittlung eines telefonischen Ansprechpartners für weitere Fragen möglich. Auch können soziale Netzwerke in das Angebot mit einbezogen werden.

Darüber hinaus können sich Anbieter noch durch weitere Serviceangebote differenzieren, wie beispielsweise eine Erinnerungsfunktion zur Abfahrt des gewünschten Zuges und die Einbindung einer Bewertungsfunktion von Produkten oder Dienstleistungen, um sie mit anderen zu teilen.

Für den Endnutzer zählen vor allem folgende Faktoren:

- **Hohe Convenience:** smarte mobile Endgeräte sind einfach zu bedienen und immer zur Hand.
- **Zeitersparnis:** Der Bestellprozess muss durch die kleinen Bildschirme einfacher und kürzer gestaltet werden.
- **Preisvorteile.** Der Nutzer profitiert z.B. durch Coupons oder spezielle Rabattaktionen beim Kauf über das mobile Endgerät.
- **Informationsvorteile:** Der Nutzer erhält Produktzusatzinformationen z.B. durch Barcodescan.

„mCommerce-Angebote müssen den Kunden einen klaren Vorteil bieten, um die Revolution zur Realität werden zu lassen“, sagt Dr. Alexander Henschel, Managing Director von goetzpartners und Verantwortlicher für die Studie. „Nur nette Gadgets reichen nicht aus.“

Über goetzpartners

goetzpartners ist ein führendes unabhängiges europäisches Beratungsunternehmen, das M&A-Beratung (Mergers & Acquisitions) und Management Consulting unter einem Dach kombiniert. Mit diesem einzigartigen Angebot berät goetzpartners Unternehmen entlang ihrer gesamten Wertschöpfungskette und schafft für sie nachhaltige Werte. Die Gruppe ist mit Büros in München, Düsseldorf, Frankfurt, London, Madrid, Moskau, Paris, Prag, Shanghai und Zürich sowie internationalen Kooperationen vertreten.

goetzpartners Management Consultants berät schwerpunktmäßig in den Bereichen Strategie, Operational Excellence und Business Transformation. Fokus von goetzpartners Corporate Finance ist die Beratung bei Unternehmenskäufen, -verkäufen und Fusionen.

Kontakt:

goetzpartners
Manuela Nikui
Director Marketing/PR
Prinzregentenstr. 56
80538 München
Tel.: +49 89 29 07 25-117
Fax: +49 89 29 07 25-215
Email: nikui@goetzpartners.com
www.goetzpartners.com