



[Diesen Artikel als PDF herunterladen](#)

Im Bereich Fokus greifen wir in loser Folge aktuelle Themen auf, stellen neue Publikationen vor, lassen interessante Leute zu Wort kommen oder informieren über besondere Aspekte unserer Arbeit.

- [Corporate Architecture](#)  
Das Strassenbild als Tummelfeld der Marken?
- [Mobile Content](#)  
Hype oder Notwendigkeit?
- [Webbasierte Informationssysteme](#)  
Eine Fallstudie mit Replik

Links zu diesem Artikel

- [Smartphone](#)  
Wikipedia
- [Wireless Application Protocol \(WAP\)](#)  
Wikipedia
- [Mobile Content Days in Zürich](#)  
Messe Zürich 26.8.2009
- [Markt für Mobile Content boomt](#)  
Presstext Austria, Artikel vom 3.10.2008
- [Mehr zum iPhone](#)  
Apple Produkteinformationen



## Mobile Content

Hype oder Notwendigkeit?

**Mit einer neuen Generation von mobilen Endgeräten und innovativen Interfaces wird möglich, was noch nicht vor allzu langer Zeit mit WAP ein Flop war.**

Mit dem iPhone von Apple schafft eine Generation von mobilen Geräten den Durchbruch, den man sich schon längst erhofft hat. Waren die Bildschirme WAP-fähiger Handys zu klein, die angebotenen Dienste zu kläglich, explodiert heute das Angebot für iPhones und dessen am Horizont auftauchende Konkurrenz von Anbietern wie HTC, Samsung, Nokia, und richtig, auch dem immer wieder todegegläubten Palm, ja sogar von Google.

Es ist aber unbestritten das iPhone, das diesen Trend eingeläutet hat. Tolles Design, ein perfektes Marketing mit der klaren Ansage an die Vertriebspartner, wer das Sagen hat, gepaart mit einem Fundus an innovativen Funktionalitäten und einer intuitiven Benutzeroberfläche haben die Saat für den Kultstatus gestreut.

### Interessantes Umfeld für geschäftliche Aktivitäten?

Die Öffnung für Fremdanbieter mit der Systemversion 2.0 hat die Entwicklung in den letzten Monaten nochmals beschleunigt. Unterdessen finden sich im AppStore von Apples iTunes-Plattform tausende von mehr oder minder hilfreichen Tools und Programmen für die virtuellen Probleme des realen Alltags. Eine eigene geschäftlich intendierte Präsenz in diesem Umfeld mag man als Unternehmung kurzerhand vom Tisch wischen. Tatsache aber ist, dass das Publikum auf den Geschmack gekommen ist. Und: in zeitgemässen Vorstellungen einer akkuraten Life-Work-Balance vermischen sich Beruf, Freizeit und andere Aktivitätsbereiche immer stärker, womit sich auch Angebots- und Kommunikationsstrategien nicht mehr so eindeutig kanalisieren lassen. Zielgruppen aber werden damit noch umfassender und wirkungsvoller erreicht. Und der Konsument ist dem gar nicht sonderlich abgeneigt. Denn die Vorteile liegen wahrlich auf der Hand: Wer früher Laptop, Organizer und Handy herumschleppte, dem reicht heute in vielen Situationen sein Smartphone. Das Telefonieren verkommt hierbei

Die durchdachten Bedienoptionen des iPhone kombiniert Apple mit einer Vielzahl von Automatismen, die selbst bei nicht weiter optimierten Websites zu annehmbaren Darstellungen führen. Dank des grossen Bildschirms ist die Seitenansicht eine gute Ausgangslage zur Navigation im Layout. Ist die Seite zudem durch geeignete Spaltendimensionen gegliedert, können Inhalte bequem ausgewählt, auf eine optimale Grösse gebracht und betrachtet werden. Bestimmte Bedienelemente, zum Beispiel in Formularen, werden ohne besondere Massnahmen direkt in gewohnte Einstellelemente des Gerätes gewandelt. Für wenige Einschränkungen muss umgedacht werden. So sind zum Beispiel Mouseover-Vorgänge auf Grund der Touchscreen-Funktionalität nicht wie gewohnt umsetzbar.



Mit der Entwicklungsumgebung Viewport lassen sich Inhalte von Websites komfortabel auf die Möglichkeiten des iPhones optimieren. Dabei können alle Bedienvorgänge bis ins Detail kontrolliert werden, wie die Skalierung vor sich gehen soll, ob der Screen drehbar ist oder wie auf Benutzeraktionen reagiert werden soll. Mit entsprechenden Tags kann aus dem Browser heraus direkt zu den einzelnen Gerätemodulen verzweigt werden. So kann durch Klick auf eine Telefonnummer diese direkt gewählt werden oder mit einem Link lässt sich der Standort zu einer Adresse im Kartenmodul anzeigen. Und all dies, ohne dass applikatorische Massnahmen vorgenommen werden müssen.

beinahe zur Nebensache.

So fragt sich mancher Betreiber von Webangeboten, wie komfortabel wohl deren Inhalte über ein solches Smartphone abrufbar sind? Oder noch viel eher: Ist es erforderlich, diese Benutzergruppe zu bedienen? Aus Sicht des Marketings stellt sich diese Frage allerdings kaum. Eine solch schnellwachsende und den elektronischen Medien ohne grosse Vorbehalte gegenüberstehende Zielgruppe kann niemand einfach übergehen.

#### Für wen besteht Handlungsbedarf?

Was im Business-to-Business-Bereich schon länger Usus und auch im privaten Bereich bei bestimmten Geschäftsvorgängen nicht mehr wegzudenken ist (wer etwa hat noch nie bei einer Postzustellung eine krakelige Unterschrift auf einem dieser eher klobigen Geräte gegeben), setzt sich nun auch in den Consumer-Märkten fort. Doch nicht jede Branche, nicht jeder Anbieter dürfte dem gleichen Handlungsbedarf ausgesetzt sein. Imagebildende Angebote profitieren sicherlich von einer gewissen State-of-the-Art-Ausstrahlung, wirklich notwendig ist eine umfassende Mobile-Präsenz hierbei aber (noch) nicht. Anbieter von Produkten, Dienstleistungen und Informationen hingegen bleibt gar nichts anderes übrig, als rechtzeitig auf diesen Zug aufzuspringen.

#### Wir helfen weiter

Was heisst das für ein bestehendes Webangebot? Nicht jeder Betreiber kann kurzerhand eine parallele technische und inhaltliche Webstruktur aufziehen – sei es aus finanziellen Gründen oder weil interne oder externe Kapazitäten fehlen. Hier setzen wir ein. Wir evaluieren Ihr bestehendes Webangebot in Bezug auf die Erfordernisse mobiler Endgeräte. Da sich hierzu aber noch keine eigentlichen Standards abzeichnen und man kaum jedes der wie Pilze aus dem Boden schieessenden Geräte mit proprietären Daten und Funktionsoptionen bedienen kann, gilt es, einen möglichst optimalen Kompromiss anzugehen. Wie die nebenstehenden Anmerkungen zum iPhone zeigen, gibt es aber neben gerätespezifischen Optimierungen auch grundsätzlich vorteilhaftere Konstrukte, damit Webinhalte gleichermaßen mit Desktopcomputern, Laptops und Smartphones genutzt werden können. Wir eruieren für Sie, ob und mit welchem Aufwand Ihr Webangebot entsprechend angepasst oder ergänzt werden kann. Und natürlich setzen wir gegebenenfalls diese Möglichkeiten auch für Sie um. Fragen Sie uns danach. (hn)

→ | [Kontakt](#)