

KMU und das mobile Internet - eine Bestandsaufnahme

18.10.2011, 12:54 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *tagworx.net*

Presseagentur: **TAGWORX.NET**



Michael Schmidt, Inhaber TAGWORX.NET

Bei Smartphones und Tablets können wir einen beispiellosen Siegeszug beobachten, gewissermaßen im Sekundentakt löst eine technische Neuerung die andere ab und die Akzeptanz der User ist überwältigend. Zumindest beim Endverbraucher stehen mobile Endgeräte weitaus höher in der Gunst als herkömmliche PC-Hardware, entsprechend surfen immer mehr User mobil im Internet.

Seit rund 10 Jahren kann das Internet mobil genutzt werden. In den Anfangsjahren reichte es, wenn man "drin" war,

heute wollen mobile Nutzer via Apps permanent mit Diensten und Informationen versorgt werden. Im Fokus stehen dabei Anfragen zu Unternehmen, Produkten, Dienstleistungen und Preisen ebenso wie geodatenbasierte Rahmeninformationen beispielsweise zu Service-, Tourismus- und Gastronomieangeboten. Und wie kein anderes Endgerät bieten Smartphones und Tablets schnelle und attraktive Zugriffsmöglichkeiten auf zur Verfügung gestellte Informationen.

Durch die Verknüpfung mit anderen Diensten besteht darüber hinaus die Möglichkeit, andere Meinungen einzuholen oder Preise zu vergleichen. Beim vergleichsweise einfachen Zugriff auf soziale Netzwerke können blitzschnell Daten und Meinungen ausgetauscht werden, die sich wie ein Lauffeuer verbreiten können.

Wo stehen klein- und mittelständische Unternehmen beim mobilen Internet? Alles in allem hat es den Anschein, als würden Mittelständler zunächst einmal abwartend die Entwicklung beobachten, KMU mit tragfähiger mobiler Präsenz sind die Ausnahme. Unverständlich, denn gerade klein- und mittelständische Unternehmen, die im Segment Tourismus, Gastronomie aber auch in der individuellen Fertigung stark vertreten sind, könnten mit mobilen Diensten als Ergänzung zur herkömmlichen Website auf ihre Produkte und Dienstleistungen aufmerksam machen und so neue Nutzerschichten gewinnen. Denn das Smartphone bietet anders als ein Hardware-PC ganz andere und vor allem komfortablere Möglichkeiten der direkten Kommunikation, ein Telefonat ist nur eine Armbewegung entfernt, Kontaktdaten lassen sich mit einer Daumenbewegung abspeichern. Mit Hilfe von QR-Codes lassen sich komplexe Informationen in das mobile Endgerät übernehmen - beispielsweise um das komplizierte und monotone Tippen von URLs zu vermeiden.

Bisher nutzen viele Unternehmer die Möglichkeit des mobilen Internets nicht oder nicht richtig. Bei vielen mobilen Präsenzen werden einfach Adaptionen der "normalen" Unternehmensseite verfügbar gemacht, speziell aufbereitete Informationen für mobile Endgeräte sind meist Fehlanzeige. "Gefährlich, denn wo die Besucher bei Desktop-Websites meist mehrere Minuten verweilen, müssen im mobilen Web Sekunden ausreichen um die angefragten Informationen 'mundgerecht' auszuliefern." so Stefan Grün vom Expertennetzwerk TAGWORX.NET aus München. "Das kann mit herkömmlichen Websites, die für den Desktop-Browser bestimmt sind, selten erreicht werden."

Oftmals wird auf Seite der Unternehmen von falschen Prämissen ausgegangen und so scheut man die Herausforderung, die das Internet im Allgemeinen und das mobile Web im Besonderen mit sich bringt. Michael Schmidt, Inhaber von TAGWORX.NET kann sich die zögerliche Haltung erklären: "Klar, KMU haben üblicherweise weder Kapital noch Expertise, um aufwändige Lösungen umzusetzen. Doch mobile Websites oder Apps müssen nicht zwangsläufig ein großes Budget verschlingen. Durch standardisierte Lösungen, Automatisierung und Datenaustausch z.B. mit der eigenen Desktop-Site aber auch anderen Diensten lassen sich schnell und kostengünstig beeindruckende Ergebnisse erzielen."

Auch wenn Network Solutions in einer Anfang des Jahres herausgegebenen Studie bei amerikanischen Unternehmen eine gesteigerte Aufmerksamkeit bei Social Media und Mobile Marketing konstatiert: Ein Großteil klein- und mittelständischer Unternehmen aber auch Handwerker und Selbstständige hierzulande scheinen die rasante Entwicklung im Dunstkreis des mobilen Webs zu verschlafen. Die Möglichkeiten des mobilen Internets werden viel zu selten als Baustein der Wertschöpfungskette erkannt und genutzt. Und damit geben viele Unternehmer veritable Möglichkeiten der Kundengewinnung und Kundenbindung aus der Hand.

Der Kunde von heute ist mobil. Das mobile Web ist ein Muss für alle Unternehmen, die sich erfolgs- und zukunftsorientiert aufstellen wollen. Die Präsenz des Unternehmens auf den Smartphones und Tablets des mobilen Users spricht für modernes Denken und Innovationsgeist. Diese Chance sollten klein- und mittelständische Unternehmen nicht ungenutzt verstreichen lassen.

Portrait

TAGWORX.NET ist eine inhabergeführte Münchner Internet-Agentur und versteht sich als offenes, interdisziplinäres und unabhängiges Netzwerk professioneller und kreativer Webworker.

TAGWORX.NET konzipiert und realisiert standardkonforme Webapplikationen und sorgt dafür, dass diese auch gefunden werden (Stichwort: SEO). Die am Projekt beteiligten Fachleute verfügen über die Kompetenz und das Wissen, abseits vom Mainstream wirklich professionelle Lösungen zu entwickeln. Das Unternehmen sieht sich als Anlaufstelle für Usability/Accessibility, bietet ein umfangreiches Informations- und Leistungsangebot zum Thema Barrierefreiheit und fundiertes Wissen, wenn es darum geht, Unternehmenskommunikation mit neuen Technologien zukunftssicher zu orientieren.

News-ID: 579608 • Views: 646 (Stand: 29.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/579608/KMU-und-das-mobile-Internet-eine-Bestandsaufnahme.html>