

Web-App, Browser-App, Homepage Handy, Homepage iPhone



Web-App / Browser-App (Mobile Website)

Der Begriff Web-App respektive Browser-App bezeichnet eine App (Application = Anwendung), die **nicht** aus einem App-Store bezogen und als geschlossene (native) Anwendung auf einem Smartphone installiert werden muss, **sondern ohne vorherige Installation direkt über das Web im Browser des Handys** angezeigt und bedient wird.

Eine Browser-App ist in ihrer Machart mit einer herkömmlichen App vergleichbar. Der **grösste Vorteil** einer Web-App ist jedoch, dass sie **parallel zu einer bereits bestehenden Website** betrieben wird und **automatisch** allen Website-Besuchern zur Verfügung steht, die **mit einem Handy auf die herkömmliche Website zugreifen**, dort aber kaum etwas sehen oder bedienen können, weil ihre Smartphone-Bildschirme vergleichsweise klein sind. Eine professionell programmierte Web-App funktioniert **auf allen Smartphones**, unabhängig von deren Betriebssystem. Konventionelle App's hingegen müssen für jedes Betriebssystem neu programmiert respektive in wesentlichen Teilen angepasst werden, was sich negativ auf die Entwicklungskosten auswirkt.

Web-App können wie herkömmliche App mit einem **individuellen Touch Icon** (Bildschirmsymbol) versehen werden. Dieses Touch Icon wird als optisches Lesezeichen auf dem Display des Smartphones abgelegt. Das Antippen des Touch Icon genügt, um die Web-App sofort im Handybrowser aufzuzustarten.

Web-App / Browser-App als Marketinginstrument

Eine Web-App ist ein Marketinginstrument. Sie fördert die Kontakte mit Kunden und neuen Kundenkreisen und zeigt diesen auf, dass sie bei Ihnen ernst genommen werden. Bevor Sie eine Web-App realisieren lassen, sollten Sie sich ein paar Gedanken zu Sinn und Zweck dieses Instrumentes sowie zu Ihren Kommunikationszielen und den verfügbaren Ressourcen machen.

Drei grundsätzliche Hinweise zu Beginn:



Denken Sie an Ihre Besucher

Mobile Online-Besucher haben andere Bedürfnisse als die Besucher einer Desktop-Website. Mobile Besucher wollen sich schnell informieren, wollen Sicherheit vermittelt bekommen und von unterwegs etwas anfragen, reservieren oder bestellen.

Fazit Nehmen Sie Abstand von der Idee, Ihre herkömmliche Website vollständig in eine mobile Version zu portieren. Mobile-Marketing funktioniert nach eigenen Regeln.



Denken Sie an die Smartphones Ihrer Besucher

Fast im Wochenrhythmus kommt ein neues Smartphone auf den Markt. Alle diese Smartphones haben verschiedene Betriebssysteme, verschiedengrosse Displays und lassen sich in der Regel mit verschiedenen Browsern nutzen.

Fazit Lassen Sie sich nicht auf Browser-Apps ein, die explizit für iPhones, für Android-Handys oder BlackBerry Smartphones programmiert werden. Eine mobile Website muss auf allen Smartphones und mit allen Browsern gleichermassen funktionieren.



Denken Sie professionell

Falls Sie nicht den Willen und die finanziellen Ressourcen haben, um mit Smartphone-Benutzern in Kontakt zu treten, so lassen Sie es für den Moment bleiben.

Fazit «Gewurstelt» und «gebastelt» machen im Endeffekt niemanden glücklich – weder Sie noch Smartphone-Benutzer.

10 goldene Regeln für Web-App

Mobile Marketing ist eine Disziplin, die professionell angepackt und umgesetzt werden muss. Technisches Basiswissen für die Programmierung einer herkömmlichen Desktop-Website genügt nicht.

Folgende Regeln müssen beachtet werden, damit eine Web-App ihre Zwecke erfüllt:



1. Ladezeiten

Es muss schnell gehen. Smartphone-Zugriffe auf eine Web-App müssen auch dann rassig vonstatten gehen, wenn nur ein langsames Mobile-Netz (EDGE) zur Verfügung steht. Kurze Ladezeiten bedingen spezielle Programmieretechniken und möglichst wenig Verbindungen zu externen Dateien und Datenbanken.

Fazit Eine Mobile-App muss optimal auf Geschwindigkeit programmiert sein und möglichst wenig Datendownload verursachen.



2. Design

Mobile Apps werden auf unterschiedlich grossen Displays im Portrait- oder Landscape-Modus (Hoch- oder Breitformat) betrachtet. Alle diese Displays haben verschiedene Grössen, Auflösungen und Farbtiefen. Ein starres Design mit einer festen Breite, wie es beispielsweise bei Desktop-Websites üblich ist, funktioniert auf Smartphones nicht.

Fazit Web-Apps verlangen nach anderen Denkweisen. Das Sitedesign muss so angelegt sein, dass es auf allen Smartphone-Displays und in allen Betrachtungsmodi einwandfrei funktioniert.



3. Bedienbarkeit

Web-App werden mit den Fingern bedient, nicht mit der Maus. Eng beieinander liegende Funktionen können mit Fingern kaum fehlerfrei angewählt werden. Zudem muss der Bildschirminhalt nach oben und unten gescrollt werden können, ohne dass versehentlich eine Funktion ausgelöst wird.

Fazit Mobile Inhaltsseiten müssen optisch und technisch für die Bedienbarkeit mit Fingern optimiert sein.



4. Navigation

Eine grosse Herausforderung von Mobile-Apps ist das Festlegen der Navigationsstruktur. Kapiteltitel müssen unmissverständlich benannt sein, Inhalte müssen sinnvoll zugeordnet werden und die Navigation zu «Home» oder «Zurück» muss jederzeit gewährleistet sein.

Fazit Die Bedienbarkeit von Smartphones unterscheidet sich von derjenigen mit einer Computermaus. Deshalb müssen Strukturen vereinfacht werden und Inhalte sofort verfügbar sein.



5. Inhalte

Mobile Besucher haben spezielle Bedürfnisse. Sie wollen weder lange Geschichten lesen noch unnötige Animationen sehen. Deshalb müssen die Inhalte einer Mobile Website auf das Nützliche reduziert werden. Das Ringen um weniger Worte und verdichtete Sätze ist deshalb eher die Regel als die Ausnahme.

Fazit Relevante Informationen müssen extrahiert und auf das Optimum reduziert werden.



6. Funktionen

Ab Smartphones können direkt Telefonanrufe getätigt, Mails abgesetzt, SMS versendet, Routen errechnet oder Kontakte im Adressbuch abgelegt werden. Solche Funktionen sollen implementiert werden, falls sie Sinn machen.

Fazit Smartphones vereinfachen die Kontaktaufnahme auf vielen Ebenen. Diese Möglichkeiten sollten in eine Browser-App integriert werden, sofern sie den mobilen Besuchern das Leben erleichtern.



7. Sicherheit

Verzichten Sie darauf, in einer Web-App Passworte, Kreditkartendaten und andere sensible Daten abzufragen. Ungeschützte WLAN-Zugänge können mit einfachsten Mitteln «abgehört» und die abgefangenen Daten für kriminelle Zwecke missbraucht werden.

Fazit Setzen Sie Ihre Besucher keinen Risiken aus, selbst wenn diese nichts davon ahnen.



8. Suchmaschinen

Betrachten Sie die Web-App als «kleinen Bruder» Ihrer Desktop-Website und hosten Sie beide auf dem selben Webserver und unter der selben WWW-Adresse. Dadurch profitiert einerseits die Mobile App von den bereits existierenden Suchmaschinen-rangierungen der Standard-Website und andererseits müssen Sie nicht eine zusätzliche Webadresse nach dem Muster *kundenname.hoster.com*, *hoster.com/kundenname* oder *meinedomain.mobi* bekannt machen.

Fazit Ein grosser Vorteil von Browser-Apps gegenüber nativen Apps ist die Auffindbarkeit in Suchmaschinen auf Smartphones. Und viele Smartphone-Browser haben Google bereits als Standard-Suchmaschine eingerichtet!



9. Standardvorlagen

Lassen Sie die Finger von Standardvorlagen für Mobile Websites, die auf eine fixe Anzahl Kapitel setzen, die auf einem externen Webserver editiert werden müssen und auch dort gehostet werden. Ihre Mobile-App gehört einzig und allein auf Ihren Webserver, zusammen mit Ihrer Standard-Website. Somit haben Sie jederzeit Zugriff auf Ihre Daten und sind von niemandem abhängig, der in Konkurs geraten kann. Zudem soll Ihre Web-App im «Look and Feel» dem Aussehen Ihrer Desktop-Website entsprechen. Nur so wird die Wiedererkennung sichergestellt und Ihr Corporate Design konsequent umgesetzt.

Fazit Vermeintliche Schnäppchen und verlockende Angebote («Gratis», «ab Euro 39.90 pro Monat» und ähnliches) kosten im Endeffekt immer mehr – mehr Geld, mehr Aufwand, mehr Nerven.



10. Testen

Es existieren zwar zahlreiche Empfehlungen für die Programmierung von Web-App's, allerdings sind diese mit Vorsicht zu geniessen, da sich kein Hersteller von Smartphones konsequent daran orientiert. Spezielle Kenntnisse und Erfahrungen sind deshalb eminent wichtig. Gleichwohl muss eine Mobile-App vor dem Aufschalten zusätzlich auf möglichst vielen Smartphones mit verschiedenen Betriebssystemen und unter verschiedenen Bedingungen getestet werden.

Fazit Zahlreiche Tests sind unabdingbar. Sie stellen sicher, dass eine Web-App auf den Displays von Smartphones so ankommt, wie es sich der Absender vorgestellt hat.



Web-App mit der Bezeichnung «Smart Phone Ready» stehen für ein ausgereiftes Angebot, das mit grösstmöglicher Sorgfalt konzipiert und programmiert sowie eingehend getestet wurde.

Unsere Auftraggeber haben das Recht, mit dem Signet «Smart Phone Ready» zu werben und ihre Kunden darauf aufmerksam zu machen, dass sie nebst ihrer Standard-Website auch eine spezielle Web-App für Zugriffe mit Smartphones bereithalten.

Und weil sich die Welt der Smartphones vorzu weiter entwickelt, gewähren wir auf alle von uns erstellten Web-App **3 Jahre Garantie:** Müssen gewisse Programmierungen auf Grund technischer Veränderungen seitens der Smartphone-Technologie angepasst werden, liefern wir die entsprechenden Aktualisierungen automatisch und kostenfrei nach!

Kontakt

Herr Benno Frick
Tel. +41 44 991 61 11

Frick & Partner GmbH
Agentur für Marketingkommunikation ASW
Drusbergstrasse 18, Postfach
CH 8703 Erlenbach Zürich
www.frick-partner.ch/webapp