



Die Erfolgsgeschichte der Apps hat gerade erst begonnen

Intelligente Dienstprogramme für die Wettervorhersage, für Nachrichten, zum Spielen oder Navigieren werden massenhaft von Konsumenten auf Smartphones und Tablets geladen und eingesetzt. In den vergangenen zwei Jahren ist mit der App-Economy ein Markt entstanden, dessen Umsätze für das Jahr 2012 auf insgesamt vier Mrd. US Dollar geschätzt werden. Die Nutzung von Business-Apps mit Einbindung in Unternehmensanwendungen und Geschäftsprozesse befindet sich hingegen noch in den Kinderschuhen. Der Münchner Kreis hat nun gezeigt, dass kleine Softwareprogramme auch für mobile Geschäftsprozesse vieler Anwenderbranchen und damit für Deutschland als Industriestandort von entscheidender Bedeutung sein können.

München, 18. November 2011 – Rund 200 Experten aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft haben auf Einladung des Münchner Kreises die Zukunftsperspektiven für die Entwicklung, Vermarktung und Nutzung von so genannten Apps diskutiert. Apps sind Softwareprogramme, die auf mobilen Endgeräten wie Smartphones oder Tablets ausgeführt werden können. „Erfolgreiche Apps sind in der Regel auf wesentliche Funktionen reduziert und äußerst intuitiv und schnell zu bedienen. Sie sind auch nicht auf lokale Daten im Gerät limitiert“, sagte Prof. Claudia Linnhoff-Popien von der Ludwig-Maximilians-Universität München. Aktuell lässt sich eine große und rasant steigende Verbreitung mobiler Apps vor allem bei Konsumenten beobachten, sei es zur Unterhaltung, Kommunikation oder als Helfer für fast jede Lebenslage. Wurden nach einer Studie des Analystenhauses Gartner im Jahr 2010 schon acht Milliarden Apps geladen, so steht der eigentliche Boom noch bevor: bis Ende 2014 sollen 185 Milliarden App-Downloads erfolgen. Neben vielen kostenfreien gibt es heute hunderttausende Bezahl-Apps, für die Nutzer durchschnittlich 3,50 Euro ausgeben. Die App-Economy hat damit von Beginn an ein Problem gelöst, das die Web Economy seit Jahren mit sich herum trägt: die Durchsetzung von Paid Content – also von bezahlten Inhalten.

Die Verbreitung von Apps, die in der Geschäftswelt eingesetzt werden, hinkt allerdings noch deutlich hinterher. Insbesondere Geschäftsvorgänge mit kurzer Interaktion, wie beispielsweise eine Reisegenehmigung oder geringfügige Änderungen in Dokumenten, wären mit ihrem Einsatz erheblich zu beschleunigen. Es existieren seit Jahren Insellösungen auf spezieller Hardware für Servicetechniker oder Paketboten. Aber die Verbreitung für andere - ebenfalls zunehmend mobile - Mitarbeiter in den Unternehmen lässt noch auf sich warten. Die Integration von Apps in die betrieblichen Kernsysteme mit Kunden-, Mitarbeiter- oder Produktionsdaten findet erst zögerlich statt. Dabei sind mobile Geschäftsprozesse, intelligente Software und Kommunikationselemente in Industrien wie Maschinenbau, Automobil oder Anlagenbau von immer größerer Bedeutung.

Gerade etablierte Unternehmen treffen ihre Investitionsentscheidungen meist auf der Basis eindeutiger Quantifizierungen von Marktpotenzial und Renditeabschätzungen. „Bei disruptiven Innovationen, wie denen der App-Economy, agieren sie oft zunächst sehr zurückhaltend, fast gelähmt“, bemerkte Prof. Arnold Picot, Vorstandsvorsitzender des Münchner Kreises. „Selbst die klassische Medienbranche ist mit ihren Investitionen in die App Economy so verhalten, dass ihr immer wieder von innovativen Start-Ups die Butter vom Brot genommen wird“. So wundert es nicht, dass erfolgreiche, bereits existierende Business-Apps von unabhängigen - und meist kleinen - Softwarehäusern entwickelt und vertrieben werden. Die Anwendungen reichen hier von der Fahrtenbuch-Applikation über Word- und Excel-Editoren bis zur App zum Scannen von Dokumenten. „Es ist allerdings davon auszugehen, dass es noch große Wachstumsfelder in allen Industrien gibt. Social Media, Location-based Services und Augmented Reality sind nur einige Funktionen, die in der Zukunft Industrieprozesse beeinflussen, verändern oder sogar ersetzen werden“, resümierte Prof. Nikolaus Mohr, Managing Director bei Accenture.

Über den Münchner Kreis

Der MÜNCHNER KREIS möchte die Wissens- und Informationsgesellschaft durch seine Arbeit aktiv mitgestalten. Als gemeinnützige, übernationale Vereinigung an der Nahtstelle von Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Medien befasst er sich mit Fragen der Technologie, der Gesellschaft, der Ökonomie und der Regulierung im Bereich von Informations- und Kommunikationstechniken (IKT) sowie der Medien. Er begleitet und fördert die Entwicklung der Informationsgesellschaft in verantwortungsvoller Weise, wirkt an der Verbesserung der Rahmenbedingungen in Deutschland und Europa durch wissenschaftlich qualifizierte Beiträge sowie sachlichen Dialog konstruktiv mit und spricht gleichermaßen Hersteller, Dienstleister und alle Anwenderbranchen wie Automotive, Energie etc. an.

www.muenchner-kreis.de

Pressekontakt:

Till Breitung
Sky Communications
Wilhelmsaue 132
10715 Berlin
Tel: +49 (0)30-861 36 05
E-Mail: t.breitung@sky-communications.de