

Mobile Systeme: Vom Trend zur strategischen Lösung

Bei mobilen Lösungen macht die Vielzahl der Gerätetypen und Systeme einen hybriden Ansatz erforderlich, der plattformspezifisch entwickelte Teile mit plattformunabhängig verwendbaren Bausteinen verbindet.

Josef Brewing



Der Autor
Josef Brewing ist
Geschäftsführer der adesso mobile
solutions GmbH in Dortmund

Gastbeitrag

Die Nutzerzahlen von Smartphones und Tablet-PCs gehen steil nach oben, schon sprechen Marktauguren von der Ablösung des herkömmlichen PCs durch diese neue Generation von mobilen Systemen. Mit ihrer massenhaften Verbreitung haben mobile Systeme die Grenzen der ursprünglich auf den privaten Bereich ausgerichteten Anwendungen überschritten. Auch Unternehmen erkennen heute die Möglichkeiten der mobilen IT, und für viele gehört es bereits zum guten Ton, Kunden, Geschäftspartnern oder auch Mitarbeitern eine „App“ zur Verfügung zu stellen.

Im Kielwasser des Trends wollen Unternehmen mobile Anwendungen oft schnell entwerfen, programmieren und kurzfristig auf den Markt

bringen. Ein solches Vorgehen ist jedoch selten strategisch, und dem eigentlichen Potenzial der mobilen Systeme wird man dadurch auch nicht gerecht. Schließlich können und sollen diese die eigenen Geschäftsprozesse unterstützen und erweitern.

Bei der Umsetzung mobiler Strategien sind jene Unternehmen im Vorteil, die ihre Produkte in digitaler Form anbieten können, beispielsweise Verlage, die ihren Content problemlos digitalisieren können. Auch Banken und Versicherungen, die ebenfalls kein physisches Produkt vertreiben, haben einen Vorteil. In diesen Sektoren sind auch bereits die ersten mobilen Lösungen auf dem Markt. Als nächstes werden sich Online-Shops auf breiter Front in der mobilen Welt etablieren. Prozesse wie Bestellen, Kaufen oder Buchen lassen sich auf mobilen Systemen ohne weiteres abbilden. Der mobile Vertriebskanal wird deshalb schon bald gleichberechtigt neben den anderen stehen. Wie die klassischen Vertriebswege muss auch dieser direkt in die Geschäftsprozesse integriert werden.

Während einige Unternehmen bereits mit Hochdruck am Einstieg in die mobile Welt arbeiten, tun sich andere Unternehmen, die eventuell nur über kleine

IT-Abteilungen verfügen, bei der Realisierung entsprechender Vorhaben erheblich schwerer. Haben sich in der IT die Technologien in den letzten Jahren meist in Richtung einer Standardisierung bewegt, so ist auf dem Sektor mobiler Systeme davon noch wenig zu sehen: Es besteht hier eine große Vielfalt von unterschiedlichen Techniken, Systemen, Plattformen und Gerätetypen, die untereinander oft nicht kompatibel sind. Im Bereich mobiler Systeme sind dadurch die bereits überwunden geglaubten proprietären Lösungen neu erstanden. Wie in der Frühzeit des PCs müssen sich Unternehmen nun erneut entscheiden, für welche Systeme sie ihre mobilen Lösungen entwickeln wollen, und über welchen App-Store die Apps vertrieben werden sollen. Eine falsche technische Entscheidung kann hier schnell zu einer strategischen Sackgasse werden.

Unternehmen müssen daher einen pragmatischen Weg einschlagen. In technischer Hinsicht empfiehlt sich ein hybrider Ansatz, der plattformspezifisch entwickelte Teile mit plattformunabhängig verwendbaren Bausteinen mischt. Sind die Kernprozesse systemunabhängig und mit Schnittstellen erstellt, dann lassen sich auch neue Gerätetypen schnell einbinden. Kein Unternehmen sollte darauf warten, bis es das entsprechende Know-how selbst aufgebaut hat, sondern eher mit Partnern zusammenarbeiten, die im Bereich mobiler Lösungen über Erfahrung verfügen und wissen, welche Werkzeuge zu welchen Aufgaben passen. Gründliche Planung und professionelle Implementierung sind auch bei mobilen Systemen unverzichtbar – die neuen Geräte mögen vielleicht aussehen wie „Gadgets“, aber es handelt sich um „richtige“ IT. ■

