

NACHRICHT VON APPLE

Wie **iMessage** auf Steroiden: Der Apple Business Chat präsentiert sich als geheimes Power-Tool für das Digital Business. Apples Messenger stößt auch in eine Lücke, die Whatsapp geöffnet hat, und beschert Publishern neue Möglichkeiten.

Text **Holger Schellkopf**

Es war ein großes Heulen und Zähneknirschen, als Whatsapp Mitte 2019 das Ende der Newsletter verkündete und ein paar Monate später die Ankündigung auch wirklich umsetzte. Für viele Medien war der Messenger ein zuverlässiger Reichweitenlieferant. Die Newsletter gehörten zu den besten Werkzeugen bei der Gewinnung von neuen Abonnenten. Alternativen? Nicht wirklich vorhanden. Weder der Facebook-Messenger noch andere Angebote wie Telegram hatten und haben auch nur annähernd dieses Potenzial. Fast schon heimlich hat sich das in den vergangenen Monaten aber geändert.

Der Grund: ABC, der Apple Business Chat. Nach einer eher zurückhaltenden Einführung wird langsam aber sicher das Potenzial des Tools sichtbar. Wie viel Musik für Medien und Marken im ABC stecken könnte, zeigen die puren Zahlen. Der Apple Business Chat ist auf mehr als 1,5 Milliarden aktiven Apple-Geräten ab Werk mit der Betriebssoftware iOS installiert. Denn der Business Chat steckt in der gleichen Anwendung, mit der iPhone-Nutzer untereinander iMessage oder mit anderen Systemen die klassische SMS austauschen. Damit erzielt Apples Messaging-Dienst für Kundenkommunikation eine ähnlich hohe Reichweite wie die größten Mitbewerber. Whatsapp liegt aktuell bei über zwei Milliarden

Nutzern weltweit. In Deutschland sind potenziell alle der über 15 Millionen monatlich aktiven Apple-Nutzer erreichbar.

EINDEUTIGE REGELN VON APPLE

Wer mitspielen will, muss sich an die Regeln halten. Dazu gehört, dass Apple keine stumpfen Newsletter-Schleudern zulässt. Es ist zwar sehr wohl erlaubt, dass Nutzerinnen und Nutzer nach Anforderung regelmäßig Nachrichten erhalten. Apple verlangt von den Anbietern aber auch, dass Benutzer Fragen stellen können. Bot-only-Lösungen werden nicht unterstützt, die Benutzer müssen in der Lage sein, jederzeit einen Menschen zu erreichen. „Jederzeit“ ist allerdings recht weit gefasst. Ob man rund um die Uhr verfügbar ist oder nur während der klassischen Geschäftszeiten, das bleibt den Anbietern überlassen. Aber: Apple erwartet, dass Nutzer immer eine Antwort erhalten. Klingt nach einem sauberen Angebot mit Potenzial – nicht zuletzt, weil Apple-Nutzer als überdurchschnittlich zahlungskräftig und zahlungswillig gelten. Umso erstaunlicher, dass der Apple Business Chat bisher nicht so wirklich wahrgenommen wird.

Das wird sich ziemlich sicher ändern. Nicht zuletzt, weil immer mehr prominente Medien die Plattform für sich entdecken. „Morgens und abends die wichtigsten News im Überblick: Das ist die Tagesschau im Messenger“, heißt es beispielsweise seit Ende April. Das Ganze durchaus zur Zufriedenheit des öffentlich-rechtlichen Anbieters. Andreas Lützkendorf, Leiter Strategie & Innovation ARD-aktuell, sagt: „Apple Business Chat zeigt sich als vielversprechende Alternative zu Whatsapp. Wir haben innerhalb nur eines Monats bereits knapp 10 000 Abonnenten für unseren News-Service gewonnen.“

»Apple Business Chat zeigt sich als vielversprechende Alternative zu Whatsapp. Wir haben in nur einem Monat knapp 10 000 Abonnenten gewonnen.«

ANDREAS LÜTZKENDORF, Leiter Strategie & Innovation ARD-aktuell.



APPLE-ANSPRACHE

Mit dem Apple Business Chat erreichen Medien wie die „Tagesschau“, der NDR, die Münchner „Abendzeitung“ und der Postillon, aber auch die Fraunhofer-Gesellschaft oder der internationale Sportartikel-Anbieter Women's Best potenziell alle der über 15 Millionen monatlich aktiven Apple-Nutzer in Deutschland. Eines der ersten Unternehmen in Deutschland, das den Apple Business Chat professionell für die Kundenberatung einsetzte, war der Telekommunikationsanbieter Vodafone.



»Was wir bei Whatsapp vermissen, gibt es im Apple Business Chat.«

MATTHIAS MEHNER,
CMO Messenger People

Durchaus unterschiedliche Medien wie eben die *Tagesschau*, der NDR, die Münchner *Abendzeitung* oder der *Postillon*, aber auch die Fraunhofer-Gesellschaft oder der internationale Sportartikel-Anbieter Women's Best sind bereits mit dem Apple Business Chat unterwegs. Das ganz große Reichweitenwunder sollte man sich zumindest aktuell wohl noch nicht erwarten. Lutz Teubert, als Gesamtleiter Digital der Mediengruppe Attenkofer auch für die *Abendzeitung* in München zuständig, sieht zwar enorme Zuwachsraten, trotzdem sei man bei den Messenger-Abos noch sehr weit von den Zeiten mit Whatsapp entfernt.

VOLLSTÄNDIGE ABBILDUNG DER CUSTOMER-JOURNEY

Dabei sehen Messenger-Experten gerade den Apple Business Chat als Kanal mit großen Chancen. „Unternehmen sind gut beraten, auch an den Apple Business Chat zu denken – besonders, wenn man als Marke weiß, dass ein großer Teil seiner Kunden iOS-Nutzer sind“, sagt beispielsweise Matthias Mehner, CMO des Münchner Messenger-Software-Dienstleisters Messenger People. Er spricht von „Apples Power-Tool für die Kundeninteraktion“ und sieht auch klare Vorteile zu den großen Konkurrenten. „Mit seinen Funktionen und der tiefen Integration in das Apple-Universum bietet der Business Chat eine 360-Grad-Plattform für die vollständige Digitalisierung sämtlicher Kundeninteraktionen – vom News-Versand über Beratung und Service bis hin zu Rechnungstellung und Bezahlung. Was wir bei Whatsapp vermissen, gibt es im Apple Business Chat“, sagt Mehner.

Da der Messenger fester Bestandteil fast aller Produkte des Tech-Konzerns aus Cupertino ist (iPhone, iPad, Mac, Apple Watch), komme die App bei nahezu allen Apple-Usern zum Einsatz – oft eher unbewusst. Apple kann Unternehmen dadurch einen kürzeren Weg von der Suche über die Kontaktaufnahme bis hin zum Kaufprozess bieten – und ermöglicht eine vollständige Abbildung der Customer-Journey, ohne die Nachrichten-App dazu verlassen zu müssen. Zumindest in Sachen Bezahlen zieht Whatsapp offenbar nach. Der Roll-out einer entsprechenden Funktion hat in einigen Ländern schon begonnen. Mal sehen, vielleicht kommt ja irgendwann sogar der Newsletter zurück. 🍀