Inhaltsübersicht

Geleitwort
Mark Wächter (BVDW) 11

Vorwort der Herausgeber
Dr. Hagen Sexauer (bench-breaking.com MANAGEMENT CONSULTANTS) & Florian Treiß (mobilbranche.de) 13

Teil 1: Entwicklungen und strategische Einordnung des Mobilen Internet

Mobiles Internet als Gamechanger und neuer Massenmarkt
Florian Treiß (mobilbranche.de) 17

App-Economy. Revisited.
Dr. Ansgar Mayer (Computerbild) 31

Smart, smarter, mobil: wie Tablet, Smartphone & Co. unser (Online-)Nutzerverhalten revolutionieren
Prof. Dr. Elisabeth Heinemann (FH Worms) 49

Mobile ist weit mehr als das Smartphone – Strategien für den Every-where Commerce
Achim Himmelreich (Mücke, Sturm & Company) 67

Strategische Einführung des Mobilen Internet in Unternehmen
Dr. Hagen Sexauer (bench-breaking.com MANAGEMENT CONSULTANTS) ... 85

Datenschutzrechtliche Anforderungen an Apps
Sarah Haghdoust & Dr. Reemt Matthiesen (CMS Hasche Sigle) 91

Bibliografische Informationen
http://d-nb.info/1068549386

digitalisiert durch DEUTSCHE NATIONAL BIBLIOTHEK

Exkurs: Herausforderungen für die Gesundheitsbranche

Mobile Health: Neue Herausforderungen für Unternehmen in der Healthcare-Branche
Jan Jursa (idealo.de) & Dr. Hagen Sexauer (bench-breaking.com MANAGEMENT CONSULTANTS) 115

Teil 2: Kundengewinnung und -bindung im Mobile-Marketing-Mix

Anwendungen, Akzeptanz und Erlösmodelle von NFC im Mobile Marketing Mix
Dr. Marc-Oliver Reeh & Dr. Günter Wohlers (Universität Hannover) 127

App-Marketing – Rechtliche Tipps & Tricks
Florian Dietrich (CMS Hasche Sigle) 149

QR Codes in Publikumszeitschriften: Eine Heftanalyse zu Anwendung und Trends im deutschen Markt
Prof. Dr. Stephan Böhm & Daniela Ruthardt (Hochschule RheinMain) 165

Secret Escapes / JustBook: Aufbau und Vermarktung eines mobile-first Geschäftsmodells
Stefan Menden (JustBook) 185

Location-based Advertising
Dr. Florian Resatsch (Ströer Mobile Media) 197

Erfolgsfaktor App-Design – Handgepäck für eine Reise in die Download-Charts
Melinda Albert (Mobile App Designerin) & Christian Bösel (Online-Redakteur/ -Journalist) 215

Digitales Leadmanagement – ein Ansatz zur Optimierung von Messeerfolgen
Tim Wiengarten (Rabbit Mobile) 247

Mobile Game Analytics
Stefan Bielau (freier Consultant) 259

Teil 3: Aspekte des Mobile Payments

Mobile Payment und Mobile Couponing – Licht am Ende des Tunnels?!
Ercan Kilic (GS1 Germany) 273

Mobile Banking und Payment – Wächst zusammen, was zusammen gehört?
André M. Bajorat (figo) 303

Mobile Wallet – Erfolgsstrategien für Marktteilnehmer auf Basis aktueller Verbraucherwünsche
Marcus Worbs (goertzpartners) & Judith Halbach (Butlers) 315

Mobile Payment – Rechtliches Neuland?
Thorsten Hemme (CMS Hasche Sigle) 335

Mobile Payment 2014
PD Dr. Key Pousttchi (wi-mobile Dr. Pousttchi) 353

Teil 4: Anwendungen am Point of Sale

Loyalty 3.0 - die Zukunft des interaktiven Marketings für kleine und mittlere Unternehmen am Beispiel 10stamps
Arash Houshmand & Harald Siebenweiber (10stamps) 371

Mobile Retail – Smartphones und digitale Dienste am Point of Sale
Axel Hoehnke (sembassy) **395**

iBeacon als Chance für den stationären Einzelhandel
Maik Klotz (Speaker und freier Autor) **407**

Indoor Location Based Services: Bestandsaufnahme eines hoch-fragmentierten und aufstrebenden Marktes
Annette Zimmermann (Gartner) **419**

Teil 5: Anhang

Autoren-Kurzbiographien **435**