
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung: Context Business – nur der nächste Hype?	1
2	Context Design: Wie künftig Produkte und Services gestaltet werden	7
2.1	Die Vorstufe: Responsive Design – auf jedem Gerät die passende Darstellung	7
2.1.1	Von GUI zu NUI	11
2.1.2	Erfolge im E-Commerce	12
2.2	Die Königsklasse: Context Design – in jeder Situation das passende Angebot	16
2.2.1	Das OSIT-Modell	17
2.2.2	Context Design: userzentriert, nicht gerätezentriert	18
2.2.3	Content (und Service) Strategy	23
2.2.4	Context Design: Wie alles begann	27
2.2.5	Context Design: Weitere Beispiele aus der Praxis	29
2.2.6	Wie sehen Sie das, Frau von Lewinski?	31
2.3	Big Data: Kundenwünsche messen und vorhersagen	35
2.3.1	Big Data oder Big Blabla?	37
2.3.2	Big Data – die Risiken	41
2.3.3	Wie sehen Sie das, Herr Professor Hagen?	44
2.3.4	Context: Die fünf Kraftfelder von Big Data	46
2.3.5	Big Data: Wo und wie anwenden?	49
2.3.6	Big Data und Datenschutz	53
2.3.7	Und noch einmal: Best Practice	56
2.3.8	Wie sehen Sie das, Herr Kleske?	60
2.4	Ambient Data: Welchen Einfluss hat die Umwelt?	64
2.4.1	Exkurs: Wetter und Kaufverhalten	67
2.4.2	Und noch ein Exkurs: Augmented Reality	68
2.5	Verknüpfte Kontexte sind der Datenschatz jedes Einzelnen (von Peter Schink)	77

3 Location-based Services	87
3.1 Location-based Services: Worum geht es und was taugen sie?	87
3.1.1 Foursquare	88
3.1.2 Facebook Places	91
3.2 „Es gibt für alles eine App“	96
3.2.1 Büffet contra Menü	99
3.2.2 Situation-based Services	102
3.3 LBS als Datenquelle: Wo sind eigentlich meine Kunden (gerade jetzt)?	104
3.3.1 Predictive Analyzing	106
3.3.2 Business Performance Index	108
3.3.3 In den Tiefen der Apps	110
3.4 Keine Raketenwissenschaft: Was man von den Großen lernen kann	112
3.4.1 Lasst die Leute spielen	114
3.4.2 Ohne Messen ist alles Mist	121
3.4.3 Wie sehen Sie das, Herr Professor Kollmann?	126
3.5 Exkurs: Emotion-based Services	132
3.5.1 Was denkt mein Kunde?	134
3.5.2 Mood Management	138
4 Ausblick: Die Gesetze des Context Business	145
4.1 Connected Life	145
4.1.1 Connected Car	147
4.1.2 Connected Home	153
4.1.3 Connected Health	162
4.2 Und was kommt dann? Ausblick auf die weitere Entwicklung der Kontextualisierung	171
4.2.1 Internet der Dinge	171
4.2.2 Das Beispiel IBM	179
4.2.3 Und dann wären da noch: Beacons	182
4.2.4 Wie sehen Sie das, Herr Diering?	187
4.3 Industrie 4.0	191
4.4 Und jetzt? Die ersten Schritte ins Context Business	198
4.4.1 Die Gesetze des Context Business	203
Sachverzeichnis	207

Context Business

Neue Umsatzpotenziale durch Kontextualisierung

Mayer, A.

2014, XI, 208 S. 109 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-658-05447-2