

---

# Inhaltsverzeichnis

**Teil I   Zum Geleit**

<b>1   Servicelandschaften im Umbruch: Neue Mobility Services revolutionieren den Automobil-Servicemarkt .....</b>	<b>3</b>
Markus Heyn	
<b>2   Flughafenlandschaft im Umbruch: Reisen mit individualisiertem Travel-Assistant .....</b>	<b>7</b>
Michael Kerkloh	
<b>3   Finanzindustrie im Umbruch: Digitalisierte Services für Versicherungskunden .....</b>	<b>11</b>
Ralf Schneider	
<b>4   Softwareindustrie im Umbruch: Das digitale Unternehmen der Zukunft ...</b>	<b>15</b>
Karl-Heinz Streibich	

**Teil II   Einführung**

<b>5   Marktplätze im Umbruch: Entwicklungen im Zeitalter des mobilen Internets .....</b>	<b>21</b>
Claudia Linnhoff-Popien, Michael Zaddach und Andreas Grahl	

**Teil III   Dem Kundenverhalten angepasste Verkaufswege**

<b>6   Zum Geleit: Dem Kundenverhalten angepasste Verkaufswege .....</b>	<b>37</b>
Dirk Guß	

<b>7 Auf der Jagd nach dem günstigsten Preis: Was beeinflusst die Kaufabsicht von Nutzern von Produkt- und Preisvergleichsseiten? . . . . .</b>	<b>43</b>
Ulrich Bretschneider, Michael Marcin Gierczak, Anna Sonnick und Jan Marco Leimeister	
<b>8 Dem Kundenverhalten angepasste Verkaufswege bei Sonnenschutz-Produkten . . . . .</b>	<b>55</b>
Imre Endre Koncsik	
<b>9 ‚It’s the digital, stupid‘ – Herausforderungen für Banken . . . . .</b>	<b>63</b>
Christian Reichmayr und Irene Baur	
<b>10 Kunden-Monitoring im stationären Handel . . . . .</b>	<b>73</b>
Lorenz Schauer und Martin Werner	
<b>11 Vertriebswege in der vernetzten Welt: Wie Kunden heute und morgen einkaufen . . . . .</b>	<b>83</b>
Christine Spietz	
<b>12 Die Zukunft der Anlageberatung: Der Bankkunde im Omnikanal zwischen Beratung und Selbstbedienung . . . . .</b>	<b>95</b>
Christiane Jonietz, Hans-Gert Penzel und Anja Peters	
<b>Teil IV Mobilisierung der Customer Journey</b>	
<b>13 Zum Geleit: Mobilisierung der Customer Journey . . . . .</b>	<b>107</b>
Carsten Schürg	
<b>14 Kampf der Aufmerksamkeit im M-Commerce: Auf die Benutzerfreundlichkeit kommt es an . . . . .</b>	<b>111</b>
Veronika Wasza und Georg Hansbauer	
<b>15 Vom Zugangs- zum Dienstanbieter: Wie Mobilfunkprovider das Internet der Zukunft mitgestalten können . . . . .</b>	<b>123</b>
Michael Till Beck, Sebastian Feld und Thomas Schimper	
<b>16 Mobile Kunden mit ortsbezogenen Nachrichten bewerben . . . . .</b>	<b>133</b>
Lars Schmitz und Alexander Tegeder	
<b>17 Der digitale Versicherungskunde: anspruchsvoll, vernetzt und mobil . . . .</b>	<b>141</b>
Michael Cebulsky und Jörg Günther	

---

<b>18 Wenn der Versicherer mitreist – Die Barrieren des digitalen Handels über mobile Endgeräte und Wege zur Steigerung der Konsumentenakzeptanz</b> .....	149
Jörg Heinze und Matthias Thomann	
<b>19 Kundenservice 2.0: Kundenverhalten und Serviceleistungen in der digitalen Transformation</b> .....	161
Alexander Rossmann und Michael Tangemann	
 <b>Teil V Kunden und Mitarbeiter als Markenbotschafter im Netz</b>	
<b>20 Zum Geleit: Kunden und Mitarbeiter als Markenbotschafter im Netz</b> ...	175
Ina Bourmer	
<b>21 Intelligent Business Operations: Was steckt dahinter?</b> .....	179
Jürgen Krämer	
<b>22 Chancen und Grenzen des „Social Business“</b> .....	191
Patrick Möbert	
<b>23 HbbRadio oder der personalisierte Rundfunk</b> .....	203
Mirco Schönfeld	
 <b>Teil VI Situative Kaufanreize, Marketing und Monitoring</b>	
<b>24 Zum Geleit: Situative Kaufanreize, Marketing und Monitoring</b> .....	215
Rahoul Bhasin	
<b>25 Neue Technologien in der mobilen Kundenansprache am Flughafen München</b> .....	227
Julian Schmidl	
<b>26 Die letzte Hürde zum Kunden bleibt analog</b> .....	237
Joachim Kistner	
<b>27 Kaufanreize durch Nachhaltigkeit schaffen – Potentialanalyse von Cause-Related Marketing für Versicherungs-Apps</b> .....	247
Sabrina Lucke und Jörg Heinze	

<b>28 Future Sales – ein exploratives und visionäres Zukunftsbild des Vertrieb von morgen</b> .....	255
Axel Liebetrau	

<b>29 Der digitale Gutschein – Neue Möglichkeiten für Vertrieb und Kundenbindung</b> .....	263
Annette März, Andreas Gutjahr und Carsten Schwewe	

## **Teil VII Shopping Experience mit dem Smartphone**

<b>30 Zum Geleit: Shopping Experience mit dem Smartphone</b> .....	275
Grit Enkelmann	

<b>31 Das Everywhere-Phänomen: Warum Mobile Payment nur funktioniert, wenn es überall funktioniert. Und was das für den Handel bedeutet</b> .....	279
Nils Winkler und Martin Zander	

<b>32 Trends und Chancen beim mobilen Einkaufen</b> .....	289
Chadly Marouane, Andre Ebert und Benno Rott	

<b>33 Innovative Einkaufserlebnisse mit Beacon-Technologie gestalten</b> .....	299
Oliver Böpple, Sebastian Glende und Cornelia Schaubert	

<b>34 Mehr Kontext, mehr Nutzen – warum iBeacons alleine noch nicht genug sind</b> .....	309
Gregor Ottmann	

<b>35 A Novel Concept for the Usage of Mobile Information Services</b> .....	319
Bernd Heinrich and Lars Lewerenz	

## **Teil VIII Zukunft des Bezahlens – Mobile Technologien im Handel**

<b>36 Zum Geleit: Zukunft des Bezahlens – Mobile Technologien im Handel</b> ...	333
Susanne Steidl	

<b>37 Auf der Suche nach dem ultimativen digitalen Geld</b> .....	339
Helmut Scherzer	

---

<b>38 „Nur Bares ist Wahres“ – Kundenbindung in Zeiten der Digitalisierung des Retail-Bankgeschäftes</b>	359
Thomas Altenhain, Konrad Ess und Attul Sehgal	
<b>39 Zukunft des Bezahlens: Mobile Technologien im Handel</b>	369
Jörg Abrolat	
<b>40 Zukunft des Bezahlens – Mobile Payment</b>	379
Mirko Bleyh und Christian Feser	
<b>41 New Market Opportunities By Merging Loyalty and Payment</b>	389
Toni Goeller and Tet Hin Yeap	
<b>42 Die mobile Revolution im Handel definiert die Zukunft des Bezahlens neu</b>	399
Maike Strudthoff	
<b>43 Der steinige Weg zum mobilen Bezahlen</b>	409
Hans-Gert Penzel, Ernst Stahl, Stefan Weinfurter und Georg Wittmann	
 <b>Teil IX Content trifft Commerce</b>	
<b>44 Zum Geleit: Content trifft Commerce</b>	423
Mathias Wahrenberger	
<b>45 Marktplätze im Umbruch: Der Wandel im Handel</b>	427
Wolfgang Bscheid und Thomas Hohenacker	
<b>46 Mobiler Content – Strategie und Produktion</b>	441
Saim Alkan	
<b>47 Die Konvergenz von Medien und Handel im Internet</b>	449
Benedikt Berger und Thomas Hess	
<b>48 Ausgewählte Prinzipien für die Steuerung von Plattformen</b>	459
Julia Manner, Michael Schermann und Helmut Krcmar	

## **Teil X Smart Cities – vernetzt denken, vernetzt handeln**

<b>49 Zum Geleit: Smart Cities – vernetzt denken, vernetzt handeln</b> .....	469
Stephan Schneider	
<b>50 Telemedizinisches Lifestyle Coaching zur Prävention und Behandlung von chronischen Volkserkrankungen</b> .....	473
Stephan Martin	
<b>51 Das mobile Internet und seine mögliche Bedeutung für die Zukunftsmärkte alternder sich wandelnder Gesellschaften</b> .....	483
Kerstin Wessig	
<b>52 Smart Energy – Die Digitalisierung der Energiewirtschaft</b> .....	495
Ines Varela	
<b>53 Smart Cleaning – Digitalisierung der Sauberkeit</b> .....	503
Matthias Mehrtens	
<b>54 Energieeffiziente Städte – Herausforderungen und Lösungen aus Sicht des Software Engineerings</b> .....	511
Timo Greifenberg, Markus Look, Claas Pinkernell und Bernhard Rumpe	
<b>55 Digitalisierung und Vernetzung der Verwaltung als Basis für ein daten- und dienstebasiertes Ökosystem</b> .....	521
Andreas Steffen	

## **Teil XI Mobile Services – Car Sharing, Parken und Intermodalität**

<b>56 Zum Geleit: Mobile Services – Car Sharing, Parken und Intermodalität</b> ...	533
Andreas Kottmann	
<b>57 Self-Driving Cars: The Digital Transformation of Mobility</b> .....	539
Alexander Hars	
<b>58 Automobile Mehrwertdienste durch Virtuelle Marktplätze</b> .....	551
Klaus Goffart und Markus Strassberger	
<b>59 Smart Journey</b> .....	561
Jürgen Zetzsche	

<b>60 Handshakeprobleme zwischen „Old“ und „New Economy“ für Anbieter mobiler Dienste</b> .....	567
Roland Böhme	

## **Teil XII Flexible Mobilität**

<b>61 Zum Geleit: Flexible Mobilität</b> .....	575
Alexander Sixt	
<b>62 Traffic Light Assistance – Ein innovativer Mobilitätsdienst im Fahrzeug</b> .....	579
Valentin Protschky und Stefan Feit	
<b>63 Integration der Kundenperspektive als Basis für Bedarfsorientierung und Weiterentwicklung integrierter Mobilitätsplattformen</b> .....	589
Siegfried Adam und Matthias Meyer	
<b>64 Mobilität der Zukunft – Eine Vision, die beherrscht werden will</b> .....	603
Robert Lasowski, Oliver Höft, Alexander Boone und Eric-Alexander Schäfer	
<b>65 Mobilitätskonzepte von morgen – Erwartungen der Nutzer und ihre Implikationen für zukünftige Marktstrukturen</b> .....	613
Arnold Picot und Rahild Neuburger	

## **Teil XIII Software-Eco-Systeme**

<b>66 Zum Geleit: Software-Eco-Systeme</b> .....	627
Lothar Borrmann	
<b>67 Of Values and Networks: Designing Quantitative Analysis Methods for Pluralistic Telecommunication Markets</b> .....	631
Patrick Zwickl and Peter Reichl	
<b>68 Software-Industrialisierung – Wie industrialisiert man Wissensarbeit?</b> ...	643
Josef Adersberger	
<b>69 Modeling Partner Networks for Systematic Architecture Derivation in Software Ecosystems</b> .....	655
Andreas Schönberger and Christoph Elsner	

<b>70 Customer Managed Security Domain on Mobile Network Operators’ SIM Cards: Opportunities to Enable New Business Models</b> . . . . .	667
Arne Munch-Ellingsen, Anders Andersen, Sigmund Akselsen and Randi Karlsen	

<b>71 Mehr Transparenz – höheres Risiko: Sicherheit für Unternehmen im Web</b> . . . . .	679
Andrea Wiedemer und Michael Hochenrieder	

<b>72 Können Software Innovationen durch Patente geschützt werden?</b> . . . . .	691
Claudia Schwarz	

#### **Teil XIV Datability und Digitalisierung**

<b>73 Zum Geleit: Datability und Digitalisierung</b> . . . . .	705
Heinrich M. Arnold	

<b>74 Innovation und Datenschutz – kein Widerspruch</b> . . . . .	713
Raoul-Thomas Herborg und Doris Hausen	

<b>75 Finanzmärkte im Umbruch</b> . . . . .	723
Alexis Eisenhofer	

<b>76 Neue Datenbanktechnologien für die Verwaltung und Auswertung sehr großer Datenmengen</b> . . . . .	731
Richard Göbel	

<b>77 „Datability Made in Germany“ – Der digitale Marktplatz der Zukunft? . . .</b>	741
Peter Schindecker	

<b>78 Datensicherheit als Herausforderung im Cloud-Computing-Trend</b> . . . . .	751
Ralf Rieken	



Marktplätze im Umbruch

Digitale Strategien für Services im Mobilen Internet

Linnhoff-Popien, C.; Zaddach, M.; Grahl, A. (Hrsg.)

2015, XXXI, 759 S. 100 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-662-43781-0