

Inhalt

Prolog	10
Grundlagen	14
Was ist Mobile Marketing?	17
Daten, Fakten und Diagramme zum Markt	29
Geschäftsmodelle im Mobile Business	59
Kostenstrukturen im Mobile Marketing	73
Datensicherheit und Spam-Problematik	81
Situation des Mobile Marketing	100
Wie wirbt man mobil?	103
Codebasierte Gewinn-Kampagnen	113
Mobile Gutschein-Kampagnen	137
Mobile-Content-Kampagnen	151
Mobile Games als Werbemittel	171
Mobile Virus-Kampagnen	183
Multi-Channel-Kampagnen	197
Zukunft des Mobile Marketing	212
Eine Bitte: Jetzt alles schnell wieder vergessen!	215
Das Mobiltelefon wird zum universellen Rückkanal	221
Im mobilen Internet werden Micro-Wrapz zum Quaüty-Channel	247
Konsumenten machen Programm	261
Werbung mit geografischem Bezug: Location-based Services	283
Werbung wird zum allumfassenden Spiel: Pervasive Gaming	291
Epilog	306
Anhang	310
Glossar	312
Autoreninformation	326