

# Inhalt

|          |  |
|----------|--|
|          | <b>Einleitung — 1</b>  |
| <b>1</b> | <b>Das richtige Produkt entwickeln im digitalen Markt – Strategie und Methode — 7</b>                                      |
| <b>2</b> | <b>Mobile Publishing – So entwickelt sich der Markt — 16</b>   |
| 2.1      | Der Markt für Endgeräte — 16   |
| 2.2      | Die Kunden: Wie nutzen die Personen die Geräte?<br>Was machen Sie im Netz? Wie verändert sich der Arbeitsplatz? — 20       |
| 2.3      | E-Reader, Tablets oder Smartphones? — 23   |
| 2.4      | Die Ökosysteme der global player:<br>Wie spielen die Ökosysteme von Apple, Amazon, Google und anderen zusammen? — 24       |
| 2.5      | Andere Anbieter von Inhalten: Jeder ist ein Verleger — 42  |
| <b>3</b> | <b>Mobile Publishing – Die Technologien zur Umsetzung — 50</b>   |
| 3.1      | eBooks — 50  |
| 3.2      | Apps — 56  |
| 3.3      | Enhanced eBooks — 65   |
| 3.4      | Einsatz-Szenarien für Verlagsprodukte — 76   |
| 3.5      | Vergleich der verschiedenen Ansätze,<br>Kombinationsmöglichkeiten — 78   |
| 3.6      | Marktentwicklung und Trends in der technischen Entwicklung — 81  |
| 3.7      | Strategische Empfehlungen — 84   |
| <b>4</b> | <b>Das richtige Produkt entwickeln – Das ist die Zielgruppe — 87</b>   |
| 4.1      | Die Definition der Zielgruppe — 88   |
| 4.2      | Daten, Daten, Daten — 89   |
| 4.3      | Die soziologische Betrachtung – Sag mir, mit wem du gehst, und ich sage dir, wer du bist — 92                              |
| 4.4      | Die Tätigkeitsbeschreibung: Ich bin, was ich tue — 100   |
| 4.5      | Das Nutzungsverhalten: Zeig mir, wie du surfst und ich sage dir, wer du bist — 105   |
| 4.6      | Der bewusste, unbewusste Wunsch – oder was treibt den Kunden wirklich um? — 106  |
| 4.7      | Zusammenfassung — 111  |
| <b>5</b> | <b>Das richtige Produkt entwickeln – Dieses Produkt will der Kunde — 112</b>   |
| 5.1      | Auf welchen Geräten erreiche ich meine Kunden? – Die Kennzahlen aus dem Markt — 113  |
| 5.2      | Mit welchen Produkten erreiche ich meine Kunden? Die tausend Möglichkeiten, die bisherigen Produkte besser zu machen — 119 |
| <b>6</b> | <b>Das richtige Produkt entwickeln – So erreiche ich den Kunden — 125</b>  |
| 6.1      | Was will mein Kunde und wie binde ich ihn an mich?<br>Der Weg führt über „Big Data“ — 128                                  |
| 6.2      | Was muss ich wissen? — 129   |
| 6.3      | Welche Arten von Daten soll man sammeln? — 130   |

|      |   |     |
|------|---|-----|
| 6.4  | Program follows data —  | 131 |
| 6.5  | Den Kunden kennen —   | 132 |
| 6.6  | Distribution ist nur ein Teil des Kundenkontakts – Social Media — | 133 |
| 6.7  | Social Media Marketing —  | 135 |
| 6.8  | Die Vermarktung von Apps —  | 137 |
| 6.9  | Crossmediales Marketing – Content Marketing – Co-Creation... —    | 140 |
| 6.10 | Zusammenfassung —   | 142 |

**7 Das richtige Produkt entwickeln – So rechnet sich das — 143**

**8 Epilog – die Umsetzung — 148**

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 8.1 | Was muss ich machen, um überlebensfähig zu sein? —                    | 148 |
| 8.2 | Was passt zu meinem Unternehmen, meinen Fähigkeiten und meiner DNA? — | 149 |
| 8.3 | Welche Werkzeuge brauche ich dafür? —                                 | 149 |

**Literaturverzeichnis — 150**

**Über die Autoren — 153**