

1	„Always-on und Always-in-Touch“ – das neue Kaufverhalten	1
2	Social Commerce als Basisfaktor Nr. 1 des SoLoMo	15
3	Location Based Services als Basisfaktor Nr. 2 des SoLoMo	65
4	Mobile-Commercess als Basisfaktor Nr. 3 des SoLoMo	119
5	Studie – Status und Potenziale von Location Based Services	181
	Sachverzeichnis	215