

# Inhalt

<b><u>Entwicklungen im mobilen Markt</u></b>	<b>3</b>
AdMob Report belegt Stärke des iPhones, Wachstum von Android	3
SmartPhones, mobile Nicht-Telefone gewinnen stark beim Internettraffic	3
USA: iPhone OS weiter stark, aber Android auf dem Vormarsch	4
Quantcast: Zwei Drittel des mobilen Webkonsums von iPhone OS	5
Mobile Plattformen haben distinkte Nutzerschaften	8
Publisher entwickeln für mehrere Plattformen, vor allem iPhone OS und Android	9
App Markt wächst, Umsätze vor allem aus Bezahlapps und zunehmend aus Werbung	10
<b><u>Mobile Publisher-Angebote - Kriterien und Beispiele</u></b>	<b>11</b>
Mobile Plattformen – die Qual der Wahl	11
iPhone/iPod Touch – nutzerfreundliche und beliebte App-Plattform	13
Newcomer Android gewinnt stark	13
Blackberry RIM nur ein kleiner Anteil am mobilen Webkonsum	13
Monetarisierung von mobilen Inhalten, Diensten und Apps	13
Was genau soll mobil angeboten werden?	14
Strategien und Angebote von US-Publishern	15
USA Today – drei Viertel der mobilen Nutzung kommt vom iPhone/iPod Touch	15
Weatherbug tanzt auf allen Plattformen, tendiert zu Werbefinanzierung	16
CNN bietet iPhone-affinen Nutzern Bezahl-App	16
CBS – mobile Angebote stärken Bindung zum Nutzer	17
Hachette Filipacchi führt vielfältige mobile Angebote	17
Conde Nasts GQ App zählt zur Auflage	20
Hearst bietet Dutzende von Apps nach Schablone	20
Washington Post launcht iPhone Bezahl-App mit Werbung	22
Top-Bezahlanwendung: MLB.com at Bat	22
Mobile Anwendungen für geschäftliche Nutzer	23
Apps von Fachverlagen	23
Andere Apps für professionelle Nutzer	23