

Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen

Abbildung 1: Einordnung von Mobile Commerce.....	14
Abbildung 2: Entwicklung der Mobilfunkstandards	25
Abbildung 3: Hierarchischer Zellaufbau von UMTS	30
Abbildung 4: Kommunikationsstruktur beim WAP	35
Abbildung 5: Wertschöpfungsbeteiligte des Mobile Entertainment Marktes	46
Abbildung 6: Umsätze mit mobilen Unterhaltungsdiensten weltweit.....	48
Abbildung 7: Einschätzung des Entwicklungsstandes ausgewählter Länder bei mobilen Unterhaltungsdiensten	49
Abbildung 8: Wertschöpfungskette mobile Audiodienste.....	60
Abbildung 9: Klingeltonumsätze in ausgewählten Regionen	62
Abbildung 10: Wertschöpfungskette mobile Spiele.....	69
Abbildung 11: Umsätze mit mobilen Spielen weltweit.....	71
Abbildung 12: Verteilung der Umsätze mit mobilen Spielen	72
Abbildung 13: Bezugshäufigkeit mobiler Spiele nach Geschlechtszugehörigkeit	76
Abbildung 14: Eignung unterschiedlicher Inhalte für mobile Videodienste	86
Abbildung 15: Verteilung der Umsätze mit mobilen Glücksspielen nach Dienst- Kategorien	95
Abbildung 16: Verteilung der Umsätze mit mobilen Glücksspielen nach Regionen	96
Abbildung 17: Zusammensetzung befragter Schüler nach Alter.....	101
Abbildung 18: Zusammensetzung befragter Studenten nach Alter	101
Abbildung 19: Zusammensetzung befragter Schüler nach verfügbarem Geldbetrag.....	102
Abbildung 20: Zusammensetzung befragter Studenten nach verfügbarem Geldbetrag.....	103
Abbildung 21: Nutzungsbereitschaft mobiler Unterhaltungsdienste	113
Abbildung 22: Anteil zahlungswilliger Personen für Einzelnutzungen mobiler Unterhaltungsdienste.....	115
Abbildung 23: Verteilung der Zahlungsbeträge aller zahlungswilliger Personen bei Einzelnutzung	116
Abbildung 24: Verteilung der Zahlungsbeträge aller an einer Dienstenutzung interessierter Personen bei Einzelnutzung	117
Abbildung 25: Beurteilung unterschiedlicher Kaufkriterien für mobile Audiodienste	119

Abbildung 26: Beurteilung unterschiedlicher Kaufkriterien für mobile Spiele.....	120
Abbildung 27: Beurteilung der Geeignetheit unterschiedlicher Situationen für mobile Videos / mobiles TV	121
Abbildung 28: Beurteilung der Geeignetheit unterschiedlicher Inhalte für mobile Videos / mobiles TV	123
Abbildung 29: Störung der Privatsphäre durch mobile Personenortung.....	124
Tabelle 1: Anwendungsbereiche und Dienste im Mobile Commerce	39
Tabelle 2: Überblick der Übertragungsmöglichkeiten mobiler Audiodienste.....	56
Tabelle 3: Empfundene Bedeutung ausgewählter Kaufkriterien mobiler Audiodienste	63
Tabelle 4: Überblick unterschiedlicher Ausprägungsformen mobiler Spiele	67
Tabelle 5: Nutzersegmentierung mobiler Spiele	75
Tabelle 6: Nutzungsintensität mobiler Logos	80
Tabelle 7: Download vs. Streaming beim Bezug mobiler Videos	82
Tabelle 8: Durchschnittliche gegenwärtige Nutzung mobiler Unterhaltungsdienste pro Monat.....	105
Tabelle 9: Zusammensetzung der von Schülern bzw. Studenten monatlich genutzten mobilen Unterhaltungsangebote nach Dienstekategorien	106
Tabelle 10: Zusammensetzung der von männlichen bzw. weiblichen Befragten monatlich genutzten mobilen Unterhaltungsangebote nach Dienstekategorien.....	107
Tabelle 11: Nutzung mobiler Unterhaltungsdienste nach Altersgruppen.....	108
Tabelle 12: Nutzung mobiler Unterhaltungsdienste von Schülern nach Einkommensgruppen.....	109
Tabelle 13: Nutzung mobiler Unterhaltungsdienste von Studenten nach Einkommensgruppen.....	109
Tabelle 14: Zahlungsbereitschaft bei monatlichen Abonnements mobiler Unterhaltungsdienste für jeweils fünf Nutzungen	118