
Vorwort

Die Informations- und Kommunikationstechnik verändert die Gesellschaft immer wieder aufs Neue. Haben vor ein paar Jahren noch einfache Handys das Bild geprägt, sind es jetzt Smartphones und andere mobile Endgeräte. Jeder zweite Mensch auf der Welt hat heute bereits eines. Die Anwender können damit nicht nur telefonieren, sondern auch E-Mails senden, Fotos und Filme machen, ins Internet gehen, soziale Medien nutzen oder navigieren. Es ist eine neue digitale Welt der intelligenten Vernetzung entstanden. Die Inhalte kommen aus der Cloud, und der Datenzugriff ist von überall möglich.

Mobile Apps sind Softwareprogramme, die auf mobilen Endgeräten wie Smartphones oder Tablets ausgeführt werden. Sie haben meist nur wenige Funktionen, damit die Anwender diese intuitiv, schnell und umfassend bedienen kann. Ein weiterer Vorteil: Smartphones sind immer sofort betriebsbereit, ein langwieriges Booten wie beim PC oder Notebook gibt es nicht.

Das vorliegende Buch „Smart Mobile Apps“ beleuchtet diese Entwicklung aus drei Perspektiven – aus der Anwendersicht, aus der technologischen Sicht und aus der marktwirtschaftlichen Sicht:

Teil I: Einführung

Teil II–IV: Anwendersicht

- Business-Apps für Endkunden
- Business-Apps für Mitarbeiter
- Herausforderungen der Anwendungsbranchen

Teil V–VIII: Technologische Sicht

- Sicherheit, Datenschutz & Privacy
- Kontext, Navigation & Personalisierung
- Workflow & Prozessintegration
- Plattformen & Betriebssysteme

Teil IX–X: Marktwirtschaftliche Sicht

- Geschäftsmodelle & Marktforschung
- Wandel in der Gesellschaft

Dies soll eine ganzheitliche Betrachtung des noch jungen Themas sicherstellen. Die Beiträge stammen von 116 Experten aus Wissenschaft, Wirtschaft und Verbänden, und sind jeweils von bis zu fünf Experten begutachtet worden, bevor eine Aufnahme in das Buch erfolgte.

Ausgangspunkt für das Werk ist eine Kooperation zwischen dem T-Systems Innovation Center München und dem Lehrstuhl für Mobile und Verteilte Systeme der Ludwig-Maximilians-Universität München. Diese hat das Ziel, das Entstehen und Gestalten von Innovationen auf dem Gebiet der Mobile Business Applications zu erforschen. Kunden, Partner und Mitstreiter haben dazu beigetragen, dass die Kooperation heute sowohl national als auch international Beachtung findet. Dieses Know-how wurde in dem Buch dokumentiert, und es spiegelt den aktuellen Stand von Wissenschaft, Wirtschaft und Technik in Deutschland wider.

Die zentrale Botschaft des vorliegenden Handbuchs lautet: Aktuell sind Consumer Apps bereits äußerst erfolgreich, Business Apps haben sich hingegen noch nicht durchgesetzt. Hierzu fehlen derzeit noch Konzepte, wie diese sich erfolgreich am Markt etablieren können. Auch wenn die Produktivitätsvorteile von Business Apps offensichtlich sind, hemmen die technischen und wirtschaftlichen Hürden eine größere Verbreitung über die derzeitigen Insellösungen oder den Testbetrieb. Dieses Dilemma gilt es künftig zu überwinden. Dazu liefert das Buch erste Ansätze. In diesem Sinne wünschen wir viel Spaß und Erfolg bei der Weiterentwicklung von Smart Mobile Apps.

Stephan Verclas, Claudia Linnhoff-Popien



<http://www.springer.com/978-3-642-22258-0>

Smart Mobile Apps

Mit Business-Apps ins Zeitalter mobiler
Geschäftsprozesse

Verclas, S.; Linnhoff-Popien, C. (Hrsg.)

2012, XIX, 575 S. 160 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-642-22258-0