

<b>iPad / iPhone optimierte Website</b>	<b>iPad / iPhone App</b>
läuft auf allen Geräten mit Webbrowser	läuft auf iPad / iPhone / iPod touch
Inhalte sofort verfügbar (sofern Internetverbindung vorhanden)	App muss aus dem App-Store geladen werden. Kann später jedoch auch ohne Internetverbindung betrachtet werden
Internetverbindung notwendig	Stand alone App möglich (aber nicht immer sinnvoll)
wird von Suchmaschinen indiziert/gefunden	wird von Suchmaschinen indiziert/gefunden (via iTunes-Store)
Veröffentlichung wird nicht überprüft	Veröffentlichung wird von Apple überprüft
Keine inhaltlichen Beschränkungen	inhaltliche Beschränkungen durch Apple
Inhalte können dynamisch geladen werden	Inhalte können dynamisch geladen werden
Performance durch Browser und Internetverbindung eingeschränkt	gute Performance da Programmierung in App integriert
Darstellung abhängig von Gerät/Browser	Darstellung immer gleich
Seiten können als Bookmark gespeichert werden	Bestimmte Inhalte können als Favorit gespeichert werden. Die Applikation ist permanent auf dem Home-screen sichtbar.
Social-Media Sharing kann integriert werden	Social-Media Sharing kann integriert werden
Möglichkeit kostenloses Marketing durch Apple (iPad ready gallery)	Möglichkeit kostenloses Marketing durch Apple zu bekommen (z.b. App of the Week oder andere Features). Die Wahrscheinlichkeit auf Seiten gefeatured zu werden, die sich mit App Neuerscheinungen auseinandersetzen ist ungleich höher, als auf Seiten für Webstandards gefeatured zu werden.
Vertrieb von Produkten muss selbst organisiert werden	Vorhandenes Vertriebsmodell, sofern es angestrebt wird die Applikation oder auch weitere Inhalte zu verkaufen (in-app purchase)

iPad / iPhone optimierte Website	iPad / iPhone App
technisch relativ einfach umsetzbar	Ab einem gewissen Anteil von Interaktion weniger aufwändig, da Apple sehr gute Frameworks zur Verfügung stellt
Performance evtl. bei medienlastigen Inhalten nicht optimal	Kann ernsthaft medienlastige Inhalte beherbergen.
Wenig Bereitschaft für kostenpflichtige Inhalte zu zahlen	Größere Bereitschaft für kostenpflichtige Inhalte zu zahlen
Bezahlvorgang eher umständlich	sehr einfacher Bezahlvorgang
Flexible Bezahlmöglichkeiten	Bezahlung über Kreditkarte und Click and Buy
	Natives look & feel ist einfacher zu erreichen und fühlt sich auch konsequent nativ an und nicht nur zu 90% (Scrollgeschwindigkeit, Gesten, Erscheinungsbild)
	Aktuell die Möglichkeit vom Hype zu profitieren - die Geräte sind noch sehr neu, native iPad Apps eher spärlich und Benutzer heiß darauf ihre Geräte zu füllen
	Zugriff auf zusätzliche Information des Gerätes, wie Adressbuch, iTunes library
	<p>Verkaufszahlen iPad: Zwei Millionen Geräte in 60 Tagen (31.05.10)            Quelle: <a href="http://www.apple.com/de/pr/library/2010/05/31/ipad.html">http://www.apple.com/de/pr/library/2010/05/31/ipad.html</a></p> <p>Verkaufszahlen iPhone: 50 Millionen Geräte (04.10)            Quelle: <a href="http://de.wikipedia.org/wiki/Apple_iPhone">http://de.wikipedia.org/wiki/Apple_iPhone</a></p>

Ansprechpartner: Peter Zepp  
 peter@siteseeing.de  
 040 18 88 04 30

[www.siteseeing.de](http://www.siteseeing.de)