

## Vorwort

Das vorliegende Lehrbuch soll – wie der Untertitel es ausdrückt – in das Fachgebiet ‚Electronic Commerce und Online-Marketing‘ einführen. Es setzt daher keine spezifischen Kenntnisse aus diesem Fachgebiet voraus. Ziel dieses Buches ist es vielmehr, dem Leser, der sich noch nicht mit diesem aktuellen Themengebiet beschäftigt hat, einen komprimierten Einstieg in diese Materie zu ermöglichen.

Das Buch richtet sich als grundlegender Lehrtext insbesondere an Studierende betriebswirtschaftlicher Studiengänge an Hochschulen. Darüber hinaus richtet es sich aufgrund seiner Schwerpunktlegung auf die Grundfragen an Dozenten und Teilnehmer berufsbegleitender Weiterbildungsprogramme, aber auch an all diejenigen in der unternehmerischen Praxis, die ein systematisches Rüstzeug für die Strukturierung praktischer Planungsprobleme im Bereich Electronic Commerce und Online-Marketing suchen.

Mit Blick auf diesen Leserkreis wurden an vielen Stellen Hinweise auf weiterführende Literatur gegeben. Einige Übungsaufgaben und ein Glossar runden den Charakter dieser Lektüre als Lehrbuch ab.

Die Inhalte dieses Buches sind eng mit Grundfragen zum Marketing und zur Marktforschung verknüpft. Zu entsprechenden Grundfragen des Marketing und der Marktforschung sei auf die einführenden Lehrbücher ‚Marketing‘ (ISBN 978-3-540-23577-4) und ‚Marktforschung‘ (ISBN 978-3-642-24344-8) im Springer-Verlag verwiesen.

Unser Dank gilt Herrn Dipl.-Ök. Patrick Bormann, der uns durch Vorarbeiten und Recherchen im Bereich Affiliate-Marketing unterstützt hat. Darüber hinaus danken wir Frau Nina Lehmann (M. Sc.) für die redaktionelle Unterstützung und die kritische Durchsicht des Manuskriptes.

Abschließend danken wir Frau Angela Meffert vom Springer Gabler Verlag, Wiesbaden, für die angenehme Zusammenarbeit und die unkomplizierte verlegerische Betreuung dieses Buches.

Hagen und Lübecke, im April 2015

Rainer Olbrich

Carsten D. Schultz

Christian Holsing



<http://www.springer.com/978-3-662-46326-0>

Electronic Commerce und Online-Marketing

Ein einführendes Lehr- und Übungsbuch

Olbrich, R.; Schultz, C.D.; Holsing, C.

2015, XVI, 232 S. 47 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-662-46326-0