

Vorwort zur 3. Auflage

Seit der 2. Auflage unseres Lehrbuches „Marketing. Eine prozess- und praxisorientierte Einführung“ sind mittlerweile vier Jahre vergangen. Unser Werk hat sich in der Marketingwissenschaft und -praxis etabliert und erfreulicherweise eine recht große Verbreitung gefunden. Die Marketingdisziplin ist von dynamischer Natur und einem immer turbulenteren Umfeld unterworfen, sodass uns eine Neuauflage notwendig erscheint, um dem aktuellen Status quo des Faches sowie dem selbst auferlegten hohen Praxisbezug gerecht zu werden. Wir hoffen, dass auch die dritte Auflage bei Marketingstudierenden und -praktikern entsprechenden Anklang findet.

Die bewährte prozess- und praxisorientierte Konzeption des Werkes ist geblieben. Der gesamte Text unterlag jedoch einer sprachlichen und inhaltlichen Kontrolle, wobei zudem Daten und Praxisbeispiele auf den neuesten Stand gebracht wurden. Insgesamt liegt der Fokus in der 3. Auflage noch stärker auf dem Konsumgüter- bzw. B2C-Marketing.

Um aktuelle Entwicklungen im Marketing entsprechend zu würdigen, fanden die folgenden Themenbereiche (hier in chronologischer Reihenfolge aufgeführt) Eingang in unser Lehrbuch:

- Strategieebenen in Unternehmen (u. a. Unternehmens- vs. Marketingstrategie),
- „Limbic Map“ als Ansatz der psychografischen Segmentierung,
- diverse Ausprägungen von Präferenzstrategien,
- Innovationsprozess im Rahmen der Produktpolitik,
- neue Kategorisierung der Markenstrategien,
- Guerilla-Marketing,
- Social-Media-Marketing im Rahmen des Internetmarketings (in früheren Auflagen: Onlinemarketing).

Die Optimierung unseres Lehrbuches verdanken wir wiederum nicht zuletzt der kritischen Lektüre von Kollegen und Studierenden.

Ein ganz besonderer Dank gilt unserem Kollegen Christoph Busch für seine wertvollen Beiträge bezüglich Guerilla-Marketing und Internetmarketing. Ferner sind wir Simon Roszinsky für seinen Beitrag zum Themenbereich Social Media sehr dankbar.

Abschließend bedanken wir uns bei Thomas Ammon vom Oldenbourg-Verlag für die angenehme Zusammenarbeit.

Peter Runia, Frank Wahl, Olaf Geyer, Christian Thewissen

