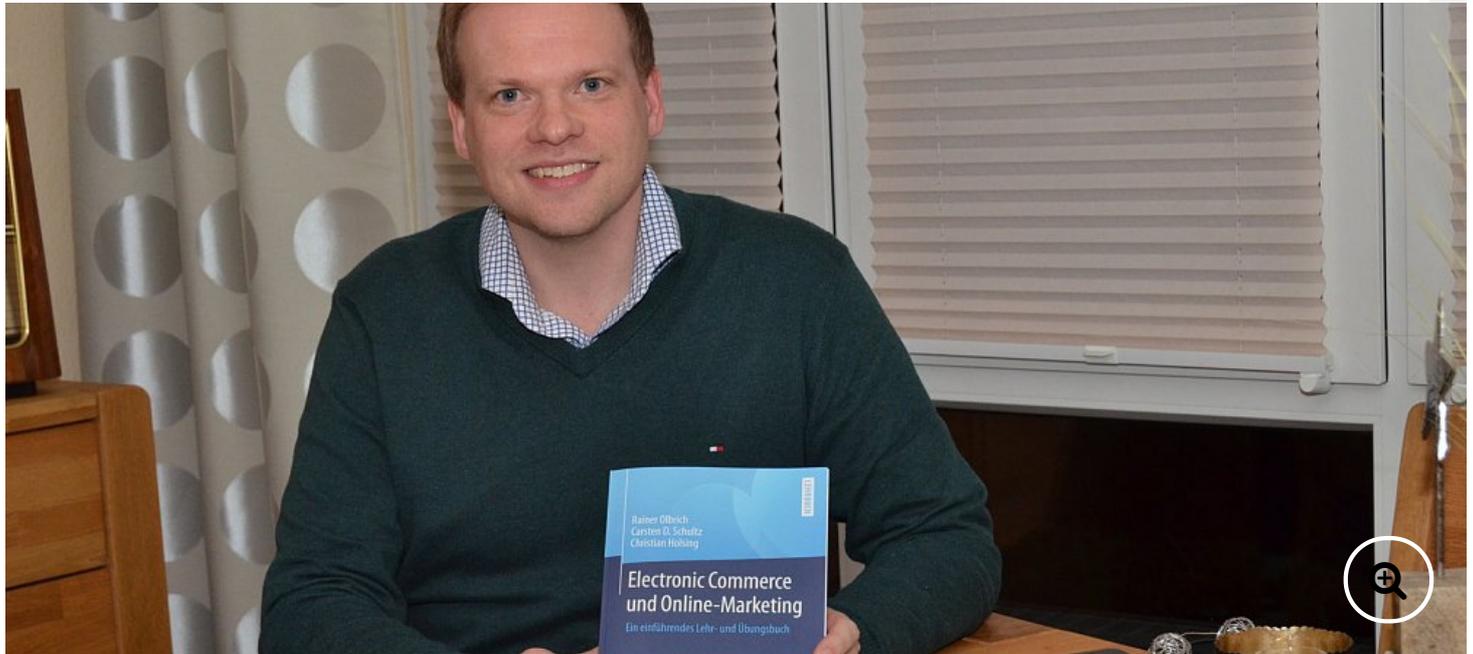


[Erwinsdate](#)[NW-Tippspiel](#)[Tickets](#)[NW-Themenwelten](#)[Lesezeichen](#)[Abo-Angebote](#)

BUCH ÜBER ONLINE-MARKETING: CHRISTIAN HOLSING, HIER IN SEINER LÜBBECKER WOHNUNG, HAT ES MIT ZWEI WEITEREN AUTOREN VERÖFFENTLICHT. | © IMME LOHMEYER-LOREK



AUTOR

Imme Lohmeyer-Lorek

LÜBBECKE

Lübbecker verfasst Lehrbuch zum Thema Online-Marketing

Electronic Commerce und Online-Marketing: Christian Holsing hat sich mit diesem Thema ausführlich befasst. Das Werk soll Einsteigern und Profis gleichermaßen helfen

Lübbecke. Der Lübbecker Dr. Christian Holsing hat mit zwei weiteren Autoren ein Buch mit dem Titel "Electronic Commerce und Online-Marketing" geschrieben. In dem praxisorientierten Werk geht es um Geschäftsmodelle, Online-Strategien, Technologien und Digitales Marketing.

Es ist bereits die zweite Buchpublikation des Diplom-Kaufmannes, der an den Universitäten Bielefeld, Wien, Hagen, St. Petersburg und San Diego studiert, promoviert und als wissenschaftlicher Mitarbeiter gearbeitet hat.

Er promovierte 2012 an der Fernuniversität Hagen bei Professor Rainer Olbrich, Mitautor des neuen Buches. Darüber hinaus hat Holsing rund 20 Beiträge in wissenschaftlichen Journalen veröffentlicht.

"Eine Unilaufbahn wäre vorstellbar und möglich gewesen, aber ich habe mich schließlich für die freie Wirtschaft entschieden", sagt Holsing, der seit 2013 für die Lynx Consulting Group, eine internationale Managementberatung mit Sitz in Bielefeld, tätig ist und dort seit 2014 den Bereich "E-Commerce & Digital Marketing" leitet. Der dritte Autor des Lehrbuches ist Dr. Carsten Schultz, der ebenfalls an der Fernuni Hagen promovierte und dort aktuell habilitiert.

Die Zielgruppe für das neue Werk sind neben Studierenden der Wirtschaftswissenschaft auch Berufseinsteiger. "Wir haben großen Wert darauf gelegt, eine gute Mischung aus Theorie und Praxis zu finden", sagt Holsing. Das Buch gebe einen kompakten Überblick und beschreibe die wesentlichen Erfolgsfaktoren und Instrumente im Online-Handel und Marketing, die durch Beispiele und Zahlen veranschaulicht werden. Übungsaufgaben und Lösungshinweise gewährleisten die Praxisnähe. Aber auch Profis könnten von dem Lehrbuch profitieren, in das viele neue Forschungsergebnisse eingeflossen sind.

Im ersten Kapitel geht es um die strategische Modellierung von Geschäftsmodellen, wie Online-Shops und Vergleichsportale. Nahezu jedes Unternehmen sei von der sogenannten Digitalen Transformation betroffen und sollte das eigene Geschäftsmodell, Produkte und Prozesse auf den Prüfstand stellen, so Holsing. Einen weiteren Fokus legen die Autoren auf das Online-Marketing, wie die Steuerung der Online-Reputation durch Soziale Medien. Mit diesem Thema knüpft Holsing an seine Doktorarbeit an, in der er spezifische Funktionen des Social Commerce als erster untersuchte. Auch die Bedeutung des mobilen Shoppings per Tablet oder Smartphone ist Thema des Buches.

Schnellere Internetzugänge und neue Technologien wie Mobile, Social und Cloud haben das Konsumentenverhalten entscheidend verändert und ganze Branchen umgewälzt. Damit sei der Anteil des Online-Handels am deutschen Einzelhandels-Umsatz in den

vergangenen Jahren stark gestiegen und mache in vielen Bereichen bereits 10 bis 20 Prozent aus, so Holsing. Während vor einigen Jahren überwiegend jüngere Menschen den Online-Handel nutzten, hätte inzwischen die ältere Zielgruppe stark aufgeholt.

Das Buch ist im Springer Gabler Verlag erschienen und hat 225 Seiten. Es ist im Onlinehandel und auch in Buchhandlungen erhältlich.

Copyright © Neue Westfälische 2016

Texte und Fotos von nw.de sind urheberrechtlich geschützt.
Weiterverwendung nur mit Genehmigung der Chefredaktion.
