Errata | Aktualisierungen und Korrekturen

Nach der Drucklegung dieses Buches wurden auf den folgenden Seiten Fehler festgestellt. Bitte beachten Sie bei der Lektüre die folgenden Korrekturen.

Vielen Dank für Ihr Verständnis



Michaela Haase
Marketing, Ethik und Nachhaltigkeit
Eine Value-Cocreation-Perspektive

1. Auflage
2026, 126 S.
ISBN 978-3-381-15331-2
€ 24,90

Erscheintermin: 27.07.2026

Die Aktualisierungen und Korrekturen im Überblick:

Seite 10/erster Absatz/2. Satz: Er lautet nun „Das Macromarketing, im deutschsprachigen Sprachraum auch kaum bekannt, nimmt eine kritische Haltung gegenüber dem – von ihm so genannten – Micromarketing ein, das dem oben erwähnten Unternehmensmarketing oder Private-Value-Marketing entspricht."

Seite 10/Aufzählung/zweiter Listepunkt: Price (Preis)

Seite 23/zweiter Absatz/2. Zeile: Das Wort „finden" vor dem Doppelpunkt muss gelöscht werden.

Seite 24/2. Absatz/1. Zeile: Komma nach „der" muss gelöscht werden.

Seite 25/erster Absatz nach Blaubox/6. Zeile: Hier muss es „vorteilhafte" lauten.

Seite 27/vorletzte Zeile: Es muss „we find" lauten, die Quelle Dolan et al. stammt aus dem Jahr 2012.

Seite 30/2. Absatz/5. Zeile: Es muss „dass sich auch …" lauten.

Seite 31/2. Absatz/9. Zeile: Das Komma nach „Sie" muss gelöscht werden.

Seite 31/letzter Absatz/8. Zeile: Es muss „dass es sich hier…" lauten.

Seite 31/letzter Absatz/10. Zeile: Es muss „vor, sich neben…" lauten (das „mit" muss gelöscht werden).

Seite 32/4. Absatz/2. Zeile: Die schließende Klammer nach „product" muss gelöscht werden.

Seite 32/1. Punkt der Liste: Hier muss es „Wettbewerbsfähigkeit" lauten.

Seite 32/letzter Absatz im Zitat/2. Zeile: Hier muss es „emotional (Marketing 2.0) criteria." lauten.

© UVK Verlag 2026
– Ein Unternehmen der Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG
Dischingerweg 5 · D-72070 Tübingen

Seite 33/3. Absatz (zweites Zitat)/5. und 6. Zeile: Hier muss es jeweils „Forest“ bzw. „forest“ lauten.

Seite 33/3. Absatz (zweites Zitat)/7. Zeile: Es muss es nicht „bibs“, sondern „bins“ lauten.

Seite 33/3. Absatz (zweites Zitat)/9. Zeile: Es muss „priced“ statt „price“ lauten.

Seite 34/2. Absatz/7. Zeile: Es muss „des Marketing” lauten.

Seite 35/2. Absatz/8. Zeile: Es muss „Kleinaltenkamp“ lauten.

Seite 35/3. Absatz/5. Zeile: Es muss „die S-D Logic aber“ lauten.

Seite 39/3. Absatz/7. Zeile: Das „sind“ muss gelöscht werden.

Seite 41/2. Absatz/3. Zeile: Das „in“ muss gelöscht werden.

Seite 42/2. Absatz von unten/4. Zeile von unten: Es muss „Begriff physikalisch“ lauten.

Seite 42/letzte Zeile: Das „um“ muss gelöscht werden.

Seite 43/3. Absatz/5. Zeile: Das „Die“ muss „Dies“ lauten.

Seite 45/2. Absatz/5. Zeile: Es muss „Markt“ statt „Market“ lauten.

Seite 46/1. Absatz/5. Zeile: Das „gar“ muss „aber“ lauten.

Seite 46/3. Absatz/1. Zeile: Es muss „Value Cocreation ist weder“ lauten.

Seite 46/3. Absatz/letzte Zeile: Der Halbsatz nach dem Komma muss lauten: „aber ohne die jeweiligen Wertungen entsteht kein Wert.“

Seite 48/erster Punkt der Liste: Das „an“ muss „angestrebt“ lauten.

Seite 49/Absatz vor der unteren Liste/4. Zeile: Das „war“ muss gelöscht werden.

Seite 54/1. Absatz nach Überschrift 3.5: Der erste Satz dieses Absatzes muss lauten: „Aus phänomenologischer Sicht beinhaltet die Durchführung eines Value-Cocreation-Prozesses, dass die Akteure dem, was sie gemeinsam tun oder dem, was sie mit direktem oder indirektem Bezug aufeinander tun, einen Sinn beimessen.“

Seite 54/1. Absatz nach Überschrift 3.5/7. bzw. 8. Zeile: Es muss lauten „wie sie z. B. das B2B-Marketing thematisiert, werden die“.

Seite 55/3. Absatz/8. Zeile: Das Jahr muss in der Quelle „Gersbach 2021“ lauten.

Seite 56/1. Absatz nach 3.5.1/3. Zeile: Es muss „bedarf es teils“ lauten.

Seite 60/2. Absatz in Blaubox/letzte Zeile: Es muss „vergleichbare Kosten“ lauten.

Seite 65/letzter Absatz/1. Zeile: Es muss „und die Akzeptanz“ lauten.

Seite 66/1. Absatz/5. Zeile: Es muss „Marketingwissenschaftler:innen“ lauten.

Seite 68/Ad (iii)/3. Zeile: Es muss „Dies kann man von“ lauten.

Seite 70/1. Absatz nach 4.3.2/1. bzw. 2. Zeile: Es muss „Brundtland“ lauten.

Seite 74/1. Absatz/8. Zeile: Es muss „Daraus entstehen“ lauten.

Seite 76/2. Absatz/7. Zeile: Es muss „Jeder wirtschaftliche Akteur“ lauten.

Seite 77/Blaubox/letzter Absatz/1. Zeile: Es muss „Dienstleister“ lauten.

© UVK Verlag 2026
– Ein Unternehmen der Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG
Dischingerweg 5 · D-72070 Tübingen

Seite 78/letzter Absatz/6. Zeile: Es muss „für die der Nachhaltigkeitsbegriff steht“ lauten.

Seite 80/1. Absatz/4. Zeile: Es muss „Nichts anderes“ lauten.

Seite 80/2. Absatz/5. Zeile: Es muss „unisono“ lauten.

Seite 85/3. Absatz/3. Zeile: Es muss „bei denen eine hohe Übereinstimmung“ lauten.

Seite 86/erster Absatz nach 4.6.1/4. Zeile: Es muss „Singular“ lauten.

Seite 91/letzter Absatz/10. Zeile: Es muss „Ein weiterer Grund“ lauten.

Seite 95/letzter Absatz/4. Zeile: Das Komma muss ein Punkt sein.

Seite 96/letzter Absatz/3. Zeile: Es muss „„Marketing“ zeigt“ lauten.

Seite 101/1. Absatz nach Zitat/1. Zeile: Es muss „Der Value-Cocreation-Ansatz” lauten.

Seite 102/2. Absatz/4. Zeile: Es muss „organisationalen Handeln“ lauten.

Seite 106/1. Absatz nach dem Zitat/2. Zeile: Es muss „Titel“ lauten.

Seite 106/1. Absatz nach dem Zitat/6. Zeile: Es muss „In Abweichung von Drucker (1958) wird „right“ in“ lauten.

Seite 106/2. Absatz nach dem Zitat/4. Zeile: Es muss „begrüßen“ lauten.

Seite 106/römisch-numerische Liste unten/(iii): Es muss „interdiszplinäre Vernetzung fördern“ lauten.

Seite 106/römisch-numerische Liste unten/(iv): Es muss „„gutes Marketing“ ist, praktizieren“ lauten.

Seite 106/römisch-numerische Liste unten/(v): Es muss „Marketingpraxis anstreben“ lauten.

Seite 118/Tieschky-Quelle: Es muss „ZDF-Chefredakteurin“ lauten.

© UVK Verlag 2026
– Ein Unternehmen der Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG
Dischingerweg 5 · D-72070 Tübingen