

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Herausgeber .....	V
Herausgeber und Autoren .....	IX
Glossar .....	XI
<i>Erster Teil: Grundlagen des Online Targeting .....</i>	1
Prof. Dr. Goetz Greve / Prof. Dr. Gregor Hopf / Prof. Dr. Christoph Bauer	
<b>1 Einführung in das Online Targeting .....</b>	3
Prof. Dr. Gregor Hopf	
<b>2 In vier Schritten zum Online-Geschäftsmodell .....</b>	23
Horst Dietrich	
<b>3 Realtime Targeting im Internet .....</b>	43
Thomas Mendrina	
<b>4 Targeting im Display-Engine-Marketing: Programmatischer Einkauf von Zielgruppen mit Realtime Bidding .....</b>	55
Michael Altendorf	
<b>5 Social Media Targeting .....</b>	67
<i>Zweiter Teil: Rechtliche Rahmenbedingungen .....</i>	93
Dr. Frank Eickmeier / Dr. Petra Hansmersmann	
<b>6 Datenschutzkonforme Nutzerprofile im Internet .....</b>	95
Prof. Dr. Ralf B. Abel	
<b>7 Zulässigkeit von Online-Marketing auf der Basis von Erkenntnissen aus Sozialen Netzwerken .....</b>	123
<i>Dritter Teil: Kontrolle von Online-Marketing-Aktivitäten .....</i>	137
Nicolai Andersen / Anja Schmitt	
<b>8 Thesen zur Steuerung von Online-Aktivitäten .....</b>	139
Prof. Dr. Christoph Bauer	
<b>9 Controlling von Online-Marketing .....</b>	155

Dr. Björn Castan	
<b>10 Qualitative Wirkungsmessung von Online-Marketing</b>	169
Harald Kratel / Prof. Dr. Christoph Bauer	
<b>11 Controlling von Online-Marketing bei Datingservices</b>	185
<i>Vierter Teil: Trends im Online Targeting</i>	195
Christian M. Laase	
<b>12 Neue Wege im Online Targeting</b>	197
Dr. Bernd Henning	
<b>13 Brand Optimization</b>	211
Susanne Fittkau / Prof. Dr. Ann-Kathrin Harms	
<b>14 Zielgruppe 60 plus – Entwicklung, Akzeptanz und Nutzung ausgewählter Felder aus Online, Social und Mobile Media</b>	223
Dominik Reisig / Franziska Runge / Prof. Dr. Goetz Greve	
<b>15 Targeting mit InVideo Advertising</b>	243
Prof. Dr. Goetz Greve	
<b>16 Social CRM: Zielgruppenorientiertes Kundenmanagement mit Social Media</b>	261
Marcel Hollerbach / Etienne Naujok	
<b>17 SiRank – ein webbasiertes „Social Impact Ranking“</b>	287