Erratum zu: Mehr Markenkraft. Die andere Seite der Komplexität: nicht Kosten-, sondern Wachstumstreiber!

Gordon Euchler und Benjamin Pleißner

Erratum zu:

**Kapitel 17 in: R. Ohnemus et al. (Hrsg.), *Context-Marketing*,
https://doi.org/10.1007/978-3-658-34291-3_17**

Trotz sorgfältiger Erstellung unserer Bücher lassen sich Fehler nicht vermeiden, daher weisen wir auf Folgendes hin:

Kapitel 17, S. 265: In der Beitragsüberschrift wurde „Kontextkomplexität“ zu „Komplexität“ korrigiert.

Die korrigierte Version des Kapitels ist verfügbar unter
https://doi.org/10.1007/978-3-658-34291-3_17

© Der/die Autor(en), exklusiv lizenziert durch Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH,
ein Teil von Springer Nature 2021
R. Ohnemus et al. (Hrsg.), *Context-Marketing*,
https://doi.org/10.1007/978-3-658-34291-3_22

E1