

# Vorwort zur 1. Auflage

Das vorliegende Buch ist in erster Linie für Studierende mit dem Schwerpunkt Marketing gedacht. Es soll in komprimierter Form die wesentlichen Begriffe und Methoden der Marktforschung vermitteln. Dabei hat sich der Autor insbesondere auf jene Forschungs- und Anwendungsbereiche konzentriert, die in der Marketingpraxis von Bedeutung sind. Insofern ist der Inhalt auch für Praktiker im Marketing und Vertrieb von Interesse. Es wurde bewusst auf eine leicht verständliche Darstellung Wert gelegt, die z. B. keine statistischen oder mathematischen Kenntnisse voraussetzt.

Dank gebührt Frau Christa Weinmann vom Gong Verlag, Nürnberg, für die sorgfältige textliche Bearbeitung. Über Hinweise und Anregungen aus dem Kreise der Nutzer würde sich der Autor freuen.

Prof. Dr. J. Koch

Nürnberg, Sommer 1995

