

Vorwort zur 6. Auflage

Das Erscheinen der 6. Auflage unserer Monografie „Marketing. Prozess- und praxisorientierte Grundlagen“ unterstreicht einmal mehr die Bedeutung unseres Werkes in Marketingtheorie und -praxis und seine Etablierung als Standardwerk in der Marketingwissenschaft.

Die bewährte Konzeption und die angestrebte Kompaktheit des Werkes wurden für die nun vorliegende 6. Auflage beibehalten. Der Text wurde zum einen um aktuelle Entwicklungen im Marketing ergänzt, zum anderen wurden veraltete Passagen entsprechend entfernt. Schließlich wurden sprachliche und inhaltliche Ungenauigkeiten beseitigt sowie verwendete Daten, Quellen und Beispiele aktualisiert.

Wie bereits bei der 5. Auflage, wurden in der 6. Auflage lediglich punktuelle inhaltliche Ergänzungen vorgenommen.

Die stetige Optimierung unseres Lehrbuches verdanken wir erneut der kritischen Lektüre von Kollegen und Studierenden.

Abschließend bedanken wir uns bei Lucy Jarman und Maximilian Geßl vom De Gruyter Oldenbourg Verlag für die angenehme Zusammenarbeit.

Peter Runia, Frank Wahl, Olaf Geyer, Christian Thewissen

