

DEMNACHST ERSCHEINT:

# Die psychologische Seite der Verbrauchsforschung

Ein Beitrag zur Verbesserung der Marktforschung und damit  
der Warenherstellung, der Werbung und des Verkaufs

Von

Hanns F. J. Kropff

1941. VIII, 192 Seiten / Steif kartoniert RM 9.-

Der Verbraucher in seiner Irrationalität ist der namenlose, aber wirkliche Herrscher über Markt und Verbrauch. Dies ist **das erste Buch in Deutschland**, welches die Psychologie in der Marktforschung verwendet. Der Verfasser ist einer der Pioniere der Markt- und Verbrauchsforschung in Europa. Er ist in der Lage, **aus zahlreichen Fällen der Praxis grundsätzliche Schlüsse zu ziehen**. Auch derjenige, der psychologisch nicht völlig vorgebildet ist, wird reiche Anregung erfahren.

Dieses Buch in seiner Vielseitigkeit des Inhalts, in der straffen Ordnung und Systematik erscheint als **ein durchaus moderner Vertreter jener angewandten Wissenschaft, welche dazu befähigt ist**, dem praktischen Wirtschaftler große Dienste zu leisten. Es hilft aber auch der deutschen angewandten Psychologie den Weg bahnen.

Der Verfasser ist durch eine als grundlegend anerkannte frühere Schrift, durch seine Lehrtätigkeit an der Hochschule für Welthandel in Wien und vor allem durch seine ausgebreitete beratende Tätigkeit weithin bekannt, so daß dieses Werk stärkster Beachtung sicher ist. Jeder größere Fabrikations- und Handelsbetrieb kommt als Abnehmer in Frage.



VERLAG VON FELIX MEINER IN LEIPZIG