

Deutsches Markenlexikon hat Premiere

Das „Deutsche Markenlexikon“, herausgegeben von Dr. Florian Langenscheidt, ist ab sofort im Handel erhältlich. Der „BROCKHAUS der Marken“ – präsentiert auf über 1.000 Seiten mehr als 1.500 Marken. Es handelt es sich um das erste Lexikon dieser Art in Deutschland. Buchpremiere war auf der „Night of the Brands“ am 12. März in Düsseldorf.

Düsseldorf, März 2008. Das im Brockhaus-Format gehaltene Nachschlagewerk erscheint im Verlag Deutsche Standards EDITIONEN GmbH, Köln. Auf rund 1.000 Seiten werden mehr als 1.500 in Deutschland etablierte Marken mit umfassenden Informationen zu Markengeschichte, Unternehmen und Produkt auf anschauliche Weise präsentiert. Über 4.000 Bilder, zahlreiche Anekdoten und spannende Geschichten ergänzen die einzelnen Markendarstellungen. Übersichtliche Factsheets ermöglichen einen schnellen Zugriff auf die wichtigsten Daten, Fakten und Kennzahlen zur Marke und zum Unternehmen. Unternehmensporträts großer Multi-Marken-Unternehmen vervollständigen das Gesamtkonzept dieses einzigartigen Kompendiums.

„Unser Ziel war es, die in Deutschland relevanten Marken mit einer Informationstiefe zu präsentieren, die es bisher in keiner vergleichbaren Publikation gibt. Es wird erklärt, woher der Name einer Marke stammt, es wird ihre Geschichte erzählt und die Geschichte des Unternehmens. Wir nennen Zahlen, Daten und Fakten, nennen Ansprechpartner, betreuende Agenturen, Webseiten und weiterführende Literatur. Ein besonderes Augenmerk wurde auf die kleinen und großen Geschichten, auf die Rekorde und Anekdoten rund um diese Marken gelegt, die das „Deutsche Markenlexikon“ auch zu einer charmanten tour d’horizon durch unsere große Markenwelt werden lässt“, so Dr. Florian Langenscheidt.

Bereits seit 2002 bereitet der Verlag die Herausgabe des Lexikons vor. Durch die Arbeit am Bestseller „Deutsche Standards – Marken des Jahrhunderts“ entstand ein Markenarchiv mit Informationen zu rund 5.000 Marken in Deutschland, das die Basis des Lexikons bildete.

Das Projekt wird von einer umfassenden Medienkampagne begleitet. Die offizielle Buchpremiere findet am 12. März auf der „Night of The Brands“ anlässlich des Marken-Award 2008 der „absatzwirtschaft“ – Zeitschrift für Marketing und des Deutschen Marketing-Verband statt. Erwartet werden neben den Siegern und Finalisten des Marken-Awards, die für exzellente Erfolge in der Markenführung ausgezeichnet werden, rund 1.000 geladene Gäste aus Unternehmen, Agenturen und Medien.

„Das Deutsche Markenlexikon ist eine verlegerische Großtat. Kein anderer Verlag hat sich bisher an eine so umfassende Aufgabe herangetraut. Viele, die sich an entscheidender Stelle in Unternehmen und Agenturen mit Markenführung und Werbung befassen, vermissen solch ein Nachschlagewerk schon lange“, so Christoph Berdi, Chefredakteur des Medienpartners „absatzwirtschaft“ - Zeitung für Marketing.

Leser der absatzwirtschaft können das Buch bis Mitte Juni 2008 zum Subskriptionspreis von 79 Euro erwerben. Bestellung über: www.absatzwirtschaft-shop.de