

Presseinformation

Florian Langenscheidt gibt das „Deutsche Markenlexikon“ - den „BROCKHAUS der Marken“ - heraus. Auf rund 1.000 Seiten werden 2.500 Marken präsentiert. Es handelt es sich um das erste und umfangreichste Lexikon dieser Art in Deutschland.

Köln, Januar 2007.

Das im Brockhaus-Format gehaltene Nachschlagewerk erscheint im Verlag Deutsche Standards Editionen GmbH, Köln. Auf rund 1.000 Seiten werden 2.500 in Deutschland verfügbare Marken mit umfassenden Informationen zu Markengeschichte, Unternehmen und Produkt präsentiert. Über 4.000 Bilder, zahlreiche Anekdoten und spannende Geschichten ergänzen die einzelnen Markenpräsentationen. Übersichtliche Factsheets ermöglichen einen schnellen Zugriff auf die wichtigsten Daten, Fakten und Kennzahlen. Biografien zu bedeutenden Persönlichkeiten der Markengeschichte und Porträts großer Marken-Unternehmen vervollständigen das Gesamtkonzept dieses einzigartigen Kompendiums.

„Es ist unser Ziel, die in Deutschland relevanten Marken mit einer Informationstiefe zu präsentieren, die es bisher in keiner vergleichbaren Publikation gibt. Wir erklären, woher der Name einer Marke stammt, erzählen ihre Geschichte und die Geschichte des Unternehmens. Wir nennen Zahlen, Daten und Fakten, nennen Ansprechpartner, betreuende Agenturen, Webseiten und weiterführende Literatur. Ein besonderes Augenmerk wird 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 Olaf Salié, Chefredakteur Deutsche Standards EDITIONEN GmbH.

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 bildet.

Unternehmen, die sichergehen wollen, dass ihre Marke in diesem Nachschlagewerk nicht fehlt, werden gebeten, sich unter www.deutsche-standards.de mit dem Verlag in Verbindung zu setzen und sich über die Präsentationsmöglichkeiten zu informieren.

Das „Deutsche Markenlexikon“ erscheint im Oktober 2007 in einer Auflage von 10.000 Exemplaren und wird vom Wirtschaftsverlag Gabler im deutschsprachigen Buchhandel zu einem Preis von 98,- Euro vertrieben.

Das Projekt wird von einer umfassenden Medienkampagne begleitet. Der wichtigste Medienpartner ist die „absatzwirtschaft“ – Zeitschrift für Marketing, mit dem es eine umfassende Vertriebskooperation für Abonnenten geben wird.

„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 der „absatzwirtschaft“.

Pressekontakt:

Deutsche Standards EDITIONEN GmbH

Frau Isa Hetzer

Tel.: 0221-4543227

hetzer@deutsche-standards.de