

Werbung ist Kunst. Werbung ist Kultur.

**37.000 Anzeigen + 7.905 Marken
ab dem Jahre 1860 sind bereits verewigt**

Albertina, British Museum, Metropolitan Museum, Louvre - die größten und bedeutendsten Museen der Welt sind die „Schatzkammern der Kunst- und Kulturgeschichte der Menschheit“. Welche Sammlung präsentiert jedoch weltweit das Thema „Marken- und Werbe-Geschichte“? Ein österreichisches Unternehmen realisiert dieses international einzigartige Werbe-Kunst-Kultur-Projekt namens www.ichliebiedemarke.com

[ichliebiedemarke.com](http://www.ichliebiedemarke.com) ist eine Dokumentation und Zeitreise über und durch Jahrhunderte der Marken und der Werbung. Die Seite dokumentiert die Veränderung der Sprache, Bilder und Medien sowie die Geschichte und Entwicklung von Produkten. Sie vermittelt eine Zeitreise persönlicher und emotionaler Erinnerungen. Alle der jetzt 37.000 Anzeigen stammen aus internationalen Medien ab dem Jahre 1860. Die Exponate transferieren nicht nur visuell den Zeitgeist der Jahrhunderte, sondern dokumentieren mit den Originaltexten auch die für heutige Verhältnisse sperrige Sprache des jeweiligen Dezenniums.

Die Seite bietet in einem „Best of“ auch Highlights relevanter Themen wie *„Berlin vor 100 Jahren“*, *„Deutschland: Die Wirtschafts-Wunder-Jahre“* über *„Kinder in der Werbung“*, *„SEX SELLS“* bis zu *„Stars & VIPs & PROMIs“*. *Das erste auf [ichliebiedemarke.com](http://www.ichliebiedemarke.com) dokumentierte Werbetestimonial - de facto der George Clooney des vorletzten Jahrtausends - ist Pfarrer Sebastian Kneipp für die Kaffeemarke „Kathreiner“ im Jahre 1893.* Das A - Z der Testimonials ist imposant: Von Adenauer, Beckenbauer, Knef über Jürgens, Vettel, Wilhelm II. bis zu Zacharias stellten sich rund 3.000 Prominente in den letzten 121 Jahren der Werbung zur Verfügung.

„Wir wollten mit [ichliebiedemarke.com](http://www.ichliebiedemarke.com) eine Plattform für User und Unternehmen gestalten“ - so Herausgeber Hans Böck - „Wir sind DAS MUSEUM für User und DAS ARCHIV für Top-Unternehmen. Wir archivieren, dokumentieren, digitalisieren und sichern für Unternehmen Anzeigen aus Printmedien. In vielen Unternehmen wurden aus heutiger Sicht relevante epochale Ereignisse unzureichend archiviert oder gingen verloren - bei uns sind diese Zeitdokumente großteils verfügbar. 1,7 Millionen Euro wurden in den letzten 5 Jahren in Redaktion, Datenbank, Medienankäufe, Digitalisierung und Bildbearbeitung investiert. Mit aktuell 37.000 Originalsujets aus internationalen Printmedien bieten wir unseren Gästen einen virtuellen Museumsbesuch und Kunden ein Archiv der deutschsprachigen und amerikanischen Marken- und Werbe-Geschichte über Jahrhunderte“.

Ein Highlight von [ichliebiedemarke.com](http://www.ichliebiedemarke.com) ist auch das Thema „Arabische Werbung“. Ein Unternehmer aus Qatar beauftragte das Team um Hans Böck mit dieser werbe-kulturell faszinierenden Aufgabe. Sujets aus Middle East in den Best-of-Themen *„1001 Nacht - Middle East“*, *„Englisch-Arabische-Sujets“* und *„Best of Qatar“* zeigen die Welt der Werbung aus einem anderen Kulturkreis.

„Diese Sujets faszinieren mittels Sprache, Bild, Ethik und einer neuen Welt der Werte“ skizziert Hans Böck das Projekt, das dem Unternehmen mit Sitz in Bad Vöslau und Wien hohe internationale Anerkennung bringt. Das Emirat Qatar zählt mit einem der höchsten Pro-Kopf-Einkommen der Welt und seinen Investitionen in Bildung, Wissen, Forschung und Sport zu den engagiertesten Ländern der Welt.

„Wir alle leben in der Gegenwart, denken in die Zukunft und vernachlässigen oft die Vergangenheit. Viele Unternehmen können ihre Vergangenheit jetzt aber bei und mit uns auf einen Klick ‚aktualisieren‘. Denn Zukunft ist Herkunft“ skizziert Böck seine Motivation und sein finanzielles Engagement für dieses Mega-Projekt.

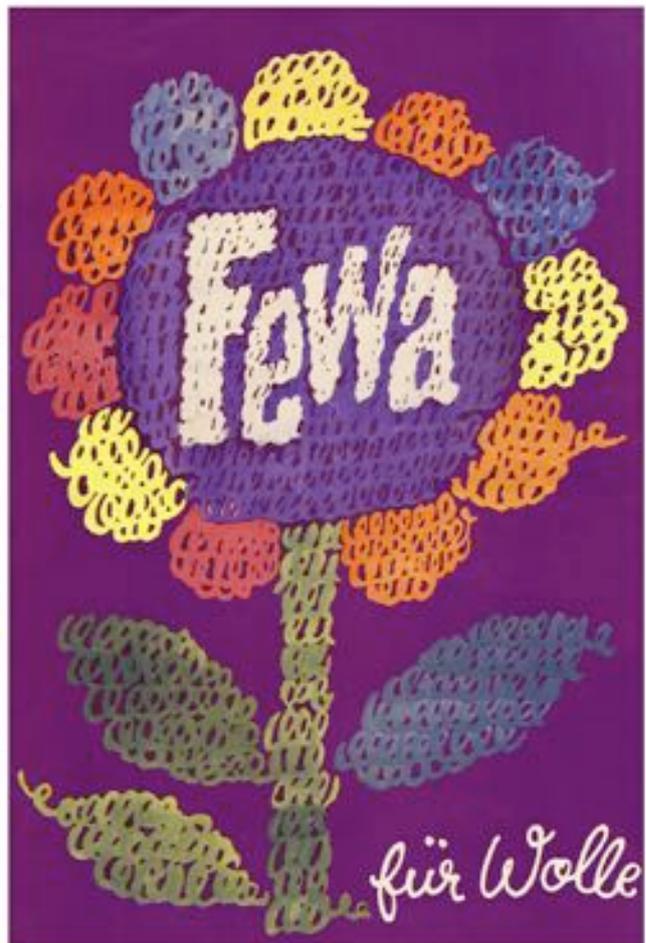
(495 Wörter, 3.654 Zeichen mit Leerzeichen)

Detailfragen beantworten wir Ihnen gerne unter +43-676-450 0000 oder susanne@ichliebiedemarke.com

Weltbekannte Bilder. Weltbekannte Anzeigen. Wir verEWIGen sie!
Edvard Munchs „Der Schrei“ ist Kunst . . . Die „Grant’s“-Anzeige ist Kunst



Vincent van Goghs „Sonnenblumen“ ist Kunst . . . Die „Fewa“-Anzeige ist Kunst



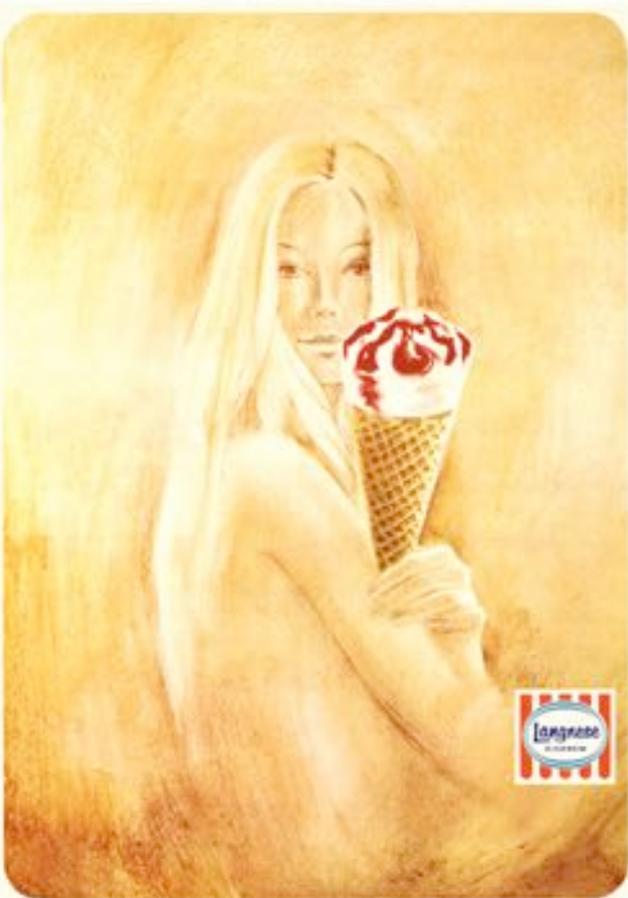
Albrecht Dürers „Der Hase“ ist Kunst . . . Die „VW“-Anzeige ist Kunst.



Gustav Klimts „Der Kuss“ ist Kunst . . . Die „Mercedes“-Anzeige ist Kunst.



Leonardo da Vincis „Mona Lisa“ ist Kunst . . . Die „Langnese“-Anzeige ist Kunst



I am dreaming of Cornetto