

**Online** Hans Böck stellt mit ADSandBrands.com aktuell 22.000 Sujets der amerikanischen und deutschsprachigen Werbegeschichte zur Verfügung

# „Dieses Projekt ist einzigartig“



Hans Böck, Gründer und Initiator der Online-Plattform ADSandBrands.

Investiert wurden insgesamt ca. 1,5 Mio. € – der Break-even soll in den nächsten Jahren erreicht werden.

PETER SUWANDSCHIEFF

**Bad Vöslau.** Im Jahr 2007 wurde die Plattform ADSandBrands.com als Beta-Version ins Internet gestellt. Gründer und Initiator Hans Böck hatte vor allem eine Vision, nämlich „die größte digitale Datenbank der Werbung und der Marken aufzubauen“.

Nach dem Motto „Wissen ist der Erfolgsfaktor unserer Informationsgesellschaft“ wurden in den Jahren 2002 bis 2006 Original-Medien auf eBay ersteigert, mit einem Investitionsvolumen von mehr als 150.000 €. „Darunter sind Highlights wie USA-Medien ab

1899, der erste *Spiegel* vom 4. Jänner 1947 oder, in Leder gebunden, die *Süddeutsche Zeitung* von 1914 bis 1918“, geht Böck ins Detail. Heute sind auf der Online-Suchmaschine über 22.000 Sujets der amerikanischen und deutschsprachigen Werbegeschichte verzeichnet. „Das entspricht aber erst etwa fünf Prozent des ersteigerten Materials, das sehr aufwendig unter bestimmten klimatischen Bedingungen gelagert wird“, erläutert Böck, der das Gesamtvolumen mit rund 500.000 Seiten beziffert. „Dieses Projekt ist weltweit einzigartig. Denn eines ist klar – dieses Material haben weder Bill Gates noch die Google-Bosse

Larry Page und Sergey Brin.“ Für die technische Umsetzung zeichnet Alexander Knett und Livingpixel verantwortlich, für die Webanalyse und das Suchmaschinen-Marketing ist Siegfried Stepke von e-dialog zuständig.

## Virtuelle Zeitreise

Auf ADSandBrands können sich die User quasi auf eine virtuelle Zeitreise „persönlicher und emotionaler Erinnerungen“ begeben und „Veränderungen von Sprache, Bildern, Medien sowie die Geschichte und Entwicklung von Produkten“ förmlich miterleben, so Böck.

Vor allem dann, wenn es um Details geht, die man sonst nirgendwo finde, sei ADSandBrands das ideale Tool: „Wir dokumentieren den Beginn der Wirtschaftswunderjahre über die Konsumgesellschaft bis zum ‚Global Village‘. ADSandBrands ist ein digitales Museum“, zeigt sich Böck zufrieden.

Nach anfänglicher Skepsis diverser Experten, eine derartige Plattform realisieren zu können, scheint sich das Blatt nun gewendet zu haben: „Jetzt kommen die Gratulations-Mails von Versicherungskonzernen ebenso wie von Top-Markenartikelunternehmen“, erzählt Böck, der sich zudem über die ersten Jahresmitgliedschaften freuen kann. „Unsere ersten Top-Partner sind Henkel und Raiffeisen; weitere sind kurz vor der Finalisierung.“

„Wer hätte am Gründungstag der Projekte eBay, Google oder Wikipedia an deren heutige Marktbedeutung geglaubt?“

HANS BÖCK

Zu den Kosten: Um umgerechnet durchschnittlich 10 € täglich ist ein ADSandBrands-Jahres-Abo erhältlich. „Das läuft bei Konzernen unter dem Budgetposten Portokasse“, meint Böck. Allen Unternehmen, die bis 31. Dezember 2009 buchen, garantiert er außerdem den gebuchten Preis auch für das Folgejahr. „Egal, wie stark die Zugriffe steigen.“

## Erstes Beteiligungsangebot

Darüber hinaus werden exklusive White Label-Lösungen angeboten. Unternehmen haben hier die Möglichkeit, einen History-Button auf ihrer Homepage zu platzieren – „klickt man ihn an, erscheinen nur die Sujets des jeweiligen Unternehmens oder der Marke im Design der Unternehmens-Page.“

Bis dato seien insgesamt 1,5 Mio. € in das Projekt ADSandBrands investiert worden. Der Break-even soll bereits in den nächsten Jahren erreicht werden. „Nachdem es bereits ein Beteiligungsangebot eines internationalen Großkonzernes gibt, sehe ich unsere Zukunft sehr entspannt“, gibt sich Böck zuversichtlich.



Auch das ungeschminkte Gesicht von Romy Schneider für Lux ist verfügbar.

GITTI, ICH  
BRAUCH FÜR  
HEUTE ABEND  
EINEN **EPIILIERER!**  
ABER WOHER?

BIN  
ICH  
DER  
HEROLD?

Alles, was Sie brauchen,...

... steht in HEROLD's Gelben Seiten und auf HEROLD.at. Jetzt auch am Handy.



HEROLD