

Neu im transcript Verlag

Alexander Schug

History Marketing

Ein Leitfaden zum Umgang mit
Geschichte in Unternehmen

September 2003, 220 Seiten,
kart., 25,80 €,

ISBN: 3-89942-161-2

Kreativ vermittelte Unternehmensgeschichte ist ein wichtiger Faktor für Unternehmenskultur und Zielgruppenansprache, denn sie bietet wie kein zweites Gebiet wichtige Ressourcen zur Herstellung von Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Sympathie und damit zur profilierten Darstellung von Unternehmen.

Das vergleichsweise neue, aber dynamische Gebiet des »History Marketing« bietet gerade auch kleinen und mittleren Unternehmen ein großes Spektrum an praktischen Instrumenten, die eigene Geschichte nicht nur anlässlich des Firmenjubiläums aufleben zu lassen: Die Unternehmensgeschichte kann eine wertvolle Ressource für die gesamte Unternehmenskultur darstellen und wird daher zunehmend von Marketing-, PR- und Werbefachleuten als fester Bestandteil des Kommunikations-Mixes genutzt.

Eine weitere Zielgruppe des Ratgebers sind qualifizierte Geisteswissenschaftler, denen das junge Feld des History Marketing interessante berufliche Perspektiven eröffnet.

Der Praxis-Guide behandelt insbesondere die folgenden Punkte: Für welche Unternehmen kommt History Marketing in Frage? Welche Zielgruppen spricht das History Marketing an? Anlässe des History Marketing, Instrumente und Maßnahmen des History Marketing, Archive, Eventkommunikation, Ausstellungen/Museum, Geschichtsvereine, Jubiläumsverkäufe, Merchandising, Publikationen, Stiftungsdozentur/-professur für Unternehmensgeschichte, Werbung mit Geschichte, Presse- und Medienarbeit im Rahmen des History Marketing, Erfolgskontrolle

Alexander Schug (M.A.) ist Historiker und arbeitete als Berater bei einer führenden deutschen PR-Agentur. Er ist mit dem Historiker Hilmar Sack Inhaber und Geschäftsführer der »Vergangenheitsagentur – The History Agency«, Berlin.

Leseproben und weitere Informationen finden Sie unter:
www.transcript-verlag.de