



Der richtige Rahmen:

WOLF-Garten im Deutschen Markenlexikon und im virtuellen Markenmuseum

Rot und Gelb Synonyme für hervorragende Gartentechnik

Was wäre ein Deutsches Markenlexikon ohne WOLF-Garten! Jetzt ist die Marke des Gartens nicht nur im Deutschen Markenlexikon, herausgegeben von Dr. Florian Langenscheidt, zu erfahren. Auch im ersten virtuellen Markenmuseum im Internet ziert das rot-gelbe Logo mit dem Wolfs-Kopf den neugeschaffenen Gartenbereich. Sowohl Nachschlagewerk als auch Museum bieten umfassende Informationen zu Markengeschichte, Unternehmen und Produkt, die auf anschauliche Weise präsentiert werden. „Das ist genau der richtige Rahmen für die Marke WOLF-Garten und ihre Verbindung zu Glaubwürdigkeit und Vertrauen in den Begriff ‚Made in Germany‘“, freut sich Uwe Bedenbecker, Leiter Marketing Services des Betzdorfer Unternehmens.

Seit nahezu 80 Jahren sind Rot und Gelb Synonyme für hervorragende Gartentechnik. Schon mit dem ersten Werkzeug, der Abwandlung einer Feldhacke zur Ziehhacke, entlastete Firmengründer August Wolf die Bauern bei ihrer Feldarbeit.

Damit begann eine beispielhafte Erfolgsgeschichte, die WOLF-Garten zu einem der größten Komplettanbieter mit dem breitesten Sortiment an Gartenprodukten für den Hobbygärtner in Europa macht.

Das „Deutsche Markenlexikon“, herausgegeben von Dr. Florian Langenscheidt, ist ab sofort im Handel erhältlich. Der „BROCKHAUS der Marken“ – präsentiert auf über 1.200 Seiten mehr als 1.500 Marken. Es handelt es sich um das erste Lexikon dieser Art in Deutschland.

Das erste virtuelle Markenmuseum (www.markenmuseum.com) präsentiert im Internet über 300 Marken und deren Geschichte. Die Idee zu einem virtuellen Markenmuseum hatte der Marketing- und Werbefachmann Michael Paul. 2004 ging das Markenmuseum online und dient seitdem als kostenlose Informations- und Inspirationsquelle zur historischen Entwicklung von Markenprodukten.

Weitere Informationen über WOLF-Garten gibt es bei der WOLF-Garten GmbH & Co. KG, 57518 Betzdorf, Sieg.