

Vorwort: Wegweisende Arbeit zum Markenartikel

73 Jahre nach der Erstveröffentlichung von Georg Berglers Dissertation »Der chemisch-pharmazeutische Markenartikel. Darstellung des Wesens, der Absatzformen und des Kampfes um den Markt« legt die G·E·M Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e.V. **diese wegweisende Arbeit zum Markenartikel als Reprint** erneut dem Fachpublikum vor.*

Die Frage nach dem Warum und der Aktualität eines Reprints aus der frühen Zeit des Markenartikels – nicht nur des chemisch-pharmazeutischen Markenartikels – bedarf der Erklärung.

Das Wesen der Marke zu deuten, bestenfalls zu erklären, ist die Aufgabe der G·E·M. In dem weit über 50jährigen Bemühen, dies zu leisten, konnte festgestellt werden, dass wesentliche Merkmale der Marke ein hohes Maß an Beständigkeit besitzen, die nicht im Rhythmus von Dekaden oder ständig wechselnden Marketing-Philosophien ihre Gültigkeit verlieren. Diesen stabilen, eher im soziologischen und massenpsychologischen Bereich der Marke liegende Wesensanteil zu kennen, ist für denjenigen, dem Marken-Verantwortung obliegt, von großer Bedeutung.

Beim aufmerksamen Lesen dieser Arbeit und ständiger Reflexion des aktuellen Ist-Zustandes wird der Leser immer wieder Hinweise darauf erhalten, **was sich in fast 75 Jahren nicht oder nur marginal verändert hat**. Dieser sich selbst zu erarbeitende Erkenntnisschatz macht den Wert und die Sinnhaftigkeit dieses Reprints aus.

Es ist Wolfgang K.A. Disch, Kuratoriumsmitglied der G·E·M, zu verdanken, dass dieser Reprint in der vorliegenden Form ermöglicht wurde. Er hat nicht nur die sehr seltene Originaldissertation aufgefunden, sondern auch umfangreiche Recherchen zum Leben und Wirken Georg Berglers für den Markenartikel durchgeführt und dokumentiert.

*Peter-Michael Thom, 1. Vorsitzender der G·E·M
August 2006*

*) erhältlich im Book Shop der G·E·M:
www.gem-online.de/books/detail.php?id=42