

09.10.2001 - 13:18 Uhr

Service garantiert! / Mit seinem neuen Angebot für Englisch-Wörterbücher bleibt Langenscheidt keine Antwort schuldig

München/Berlin (ots) -

Kunden, die demnächst ein Langenscheidt-Wörterbuch für Englisch kaufen, haben es richtig gut. Sollten sie ein Stichwort mal nicht finden, hilft ihnen der Verlag bei der Suche. Wie? Mit der neuen "Langenscheidt Service-Garantie". Eine E-Mail an die Adresse garantie@langenscheidt.de genügt, und die Recherche-Ergebnisse der Redaktion kommen schnellstmöglich digital zurück. Die neue Dienstleistung reiht sich ein in eine Kette von innovativen Massnahmen des Verlages, die den Nachschlagekomfort von Wörterbüchern erhöhen.

Für Langenscheidt Verlagsleiter Rolf Müller ist der neue Service nur folgerichtig: "Wir waren die Ersten, die konsequent Farbe in Wörterbücher brachten, wir sind die Ersten, die hier den Dialog zum Vorteil unserer Kunden eröffnen. Ein einmal gedrucktes Wörterbuch lässt sich im Nachhinein nicht mehr aktualisieren. Mit unserem Service haben wir das 'lebendige Wörterbuch' erfunden". Von Herbst 2001 an garantiert Langenscheidt für die Sprachrichtungen Englisch-Deutsch/ Deutsch-Englisch ab einer Wörterbuchgröße von rund 120.000 Stichwörtern und Wendungen - das entspricht z.B. dem "Klassiker" Taschenwörterbuch Englisch - Abhilfe.

Der Benutzer muss lediglich das gesuchte Wort im sprachlichen Zusammenhang, d.h. mit einem Mustersatz oder einer Umschreibung des Begriffs, per E-Mail an die Adresse garantie@langenscheidt.de schicken. Die kompetente Antwort lässt dann nicht lange auf sich warten. "Mit der Service-Garantie für unsere Englisch-Wörterbücher gehen wir einmal mehr gezielt auf die Bedürfnisse unserer Zielgruppe ein", betont Langenscheidt Wörterbuch-Chefredakteur Dr. Vincent Docherty. "Heute genügt es einfach nicht mehr, aktuellen Wortschatz und gute Qualität anzubieten."

Der neue E-Mail-Service ist ein weiterer innovativer Ansatz auf dem Weg zu noch mehr Nachschlagekomfort. Bereits 1997 sorgte Langenscheidts POWER Dictionary Englisch für Wirbel auf dem Wörterbuchmarkt: Sein grundlegend innovatives, schülernahes und didaktisches Konzept sicherte ihm durchschlagenden Erfolg und wurde sogar mit dem Worlddidac Award 2000 ausgezeichnet. Im April 1999 erschien das Pendant, Langenscheidts POWER Wörterbuch Französisch.

Beide Wörterbücher waren nicht nur inhaltlich, sondern auch im Layout bahnbrechend: Langenscheidt präsentierte hier zum ersten Mal im deutschen Markt zweisprachige Wörterbücher mit der Farbe Blau, hilfreichen Info-Fenstern und farbigen Illustrationen. In der Folge bewährten sich blaue Stichwörter und blau unterlegte Info-Fenster so gut, dass der Verlag - trotz erheblicher Mehrkosten - diese wesentlichen Merkmale des revolutionären POWER-Konzepts inzwischen jeweils zielgruppenspezifisch auch in viele andere Wörterbuchreihen integriert hat. Langenscheidts Universal-, Schul- und Eurowörterbücher machten dabei den Anfang, im Laufe des Jahres 2001 folgten die bekannten Taschen- und die Grossen Schulwörterbücher. Marktstudien an Schulen und im Buchhandel belegten, dass sich

Lesbarkeit und Schnelligkeit beim Nachschlagen durch die blauen Stichwörtern um bis zu rund 20 Prozent verbessern!

Ein weiteres Novum in diesem Herbst ist die Einführung einer neuen Technik für elektronische Wörterbücher: "Der so genannte Lemmatizer' ermöglicht hier auch die Suche nach flektierten Wortformen", freut sich Vincent Docherty. "Anfragen von Kunden, die in unseren Wörterbüchern Wörter wie deutsch fuhr' oder englisch sat' nicht fanden, hatten uns auf die Idee gebracht". Viele Ausländer haben z.B. Schwierigkeiten, ein deutsches Verb auf seine Grundform zurückzuführen. So suchen sie nach brachte' und wissen nicht, dass das eine Form des Wortes bringen' ist. Bei Langenscheidt kein Problem, denn durch den Einsatz der innovativen Technologie für elektronische Wörterbücher findet der Benutzer z.B. im Handwörterbuch Englisch statt bisher insgesamt rund 245.000 Stichwörter und Wendungen nun weit über eine Million Wortformen.

"Mit dem verbesserten Nachschlagekomfort auf der einen Seite und den Antworten auf offene Fragen auf der anderen Seite wollen wir nicht nur die Benutzerfreundlichkeit erhöhen: Die Anfragen unserer Kunden wiederum werden zur zusätzlichen Qualitätssteigerung in unseren Wörterbüchern beitragen," so Vincent Docherty.

Langenscheidt Verlagsgruppe

Die Langenscheidt Verlagsgruppe ist ein international tätiges, traditionsreiches Familienunternehmen, zu dem über 35 Tochtergesellschaften mit einem breit gefächerten Programm in den Bereichen Sprachen, Wissen, Reisen und Kartografie, Kunst, Kultur, Kinder, Küche und Freizeit gehören. Das internationale Programm der Verlagsgruppe beinhaltet weit über 16.000 Titel. Was 1856 mit Büchern und Selbstlernbriefen begann, umfasst heute ein breites Spektrum von gedruckten und elektronischen Medien bis hin zu Online-Serviceleistungen. Das Unternehmen mit weltweit ca. 1.700 Mitarbeitern vereinigt unter seinem Dach die Marken Langenscheidt, DUDEN, Meyer, Brockhaus, Könnemann, Polyglott, APA, Hexaglot, Mentor und Axel Juncker. Zu Langenscheidt gehören zudem amerikanische Tochterfirmen, internationale Vertriebszentren und technische Betriebe.

Kontakt:

Langenscheidt KG
Leitung Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
Angelika Beiersdorf
Mies-van-der-Rohe-Str. 1
80807 München
Tel. +49 89/ 36 096 - 291
Fax +49 89/ 36 096 - 295
angelika.beiersdorf@langenscheidt.de
www.langenscheidt.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000113/100011242> abgerufen werden.