

INFO-PORTAL FÜR PERSONEN MIT INTERESSE AN MARKETING & WIRTSCHAFT

MARKETING! [®]

AUSTRIA

HOME COMMENT FORUM/BLOG ZUKUNFT CASE STUDIES VERANSTALTUNGEN KONTAKT

MARKEN MACHEN DEN MARKT.

Wenn sich wer bei Marken auskennt, dann ist das ein gewisser Hr. Demner und die Agentur DM&B. Die Marke macht den Markt. „Das Konzept der Kampagne 2017 rückt die Einzigartigkeit der Marken in den Fokus“, erklärt DI Dr. Markus Liebl, Präsident des Verbandes der Markenartikler gemeinsam bei einer PK mit dem Minister Dr. Schelling.



Von „Es gibt nur eine Ariel-Reinheit“ über „Es gibt nur einen GösserGenuss“ bis hin zu „Es gibt nur einen Somat-Glanz“ zeigen die Sujets das breite Spektrum an unvergleichlichen Benefits, die tagtäglich zum Lebensstandard der KonsumentInnen beitragen. Marken sind die Treiber am Markt und zum überwiegenden Teil für Innovationen verantwortlich. Das haben auch europäische Experten festgestellt. „Nur indem wir uns selbst immer wieder neu erfinden, bleiben wir der Konkurrenz den entscheidenden Schritt voraus. Doch trotz des unerbittlichen Wettbewerbs am Markt zeigen die Zahlen, dass wir mehr als hoffnungsvoll in die Zukunft blicken können“, fügt Liebl hinzu.

Warum sich die Original-Marken auch für den Finanzminister bezahlt machen?

Original-Marken tragen entscheidend zur ökonomischen Entwicklung unseres Landes bei. Immerhin erzielen die Mitgliedsunternehmen im Markenartikelverband einen jährlichen Umsatz von rund 8,5 Milliarden Euro.

Darüber hinaus stellen sie eine wichtige Einnahmequelle des öffentlichen Haushalts dar. „Wenn es der Wirtschaft gut geht, ist auch eine gute Ernte für den Finanzminister zu erwarten. Österreich wird den Preiswettbewerb nicht mehr gewinnen, aber den Wettbewerb der Innovation und der Qualität“, erklärte Dr. Hans Jörg Schelling, Bundesminister für Finanzen, auf der Pressekonferenz des Markenartikelverbandes. Seine Laufbahn begann als Universitätsassistent am Institut für Handel, Absatz und Marketing an der Universität Linz und umfasste unter anderem das Management namhafter österreichischer Marken, die unter seiner Führung mit einer Vielzahl von nationalen und internationalen Kreativ- und Effizienzpreisen, wie dem Staatspreis für Werbung und Marketing ausgezeichnet wurden. Des Weiteren war er jahrelang als Unternehmensberater tätig und begründete zahlreiche große Wirtschaftsinitiativen.

XXXLutz gegen Kika und Leiner

Das ist wahre Brutalität, oder doch die hohe Kunst der Marken- und Unternehmensführung. Dr. Schelling wechselte seinerzeit vom Kika-Konzern zur Lutz-Gruppe. Und gab dort gemeinsam mit den Brüdern Seifert und dem Marketing-Fachmann Saliger Vollgas. Die Geschichte dazu ist bekannt. Kika und Leiner versuchen derzeit wieder einmal einen Marken-Relaunch um gegen die XXXLutz-Gruppe weiter zu bestehen. Aber das ist eine andere Geschichte ...