



# PLAKATIV

*Der Verband der Markenartikelindustrie (MAV) präsentiert die Kampagne für 2014. Mit 34 Marken aus 28 Unternehmen ist die Beteiligung in der 18. Runde besonders hoch. Fokussiert wird heuer der Begriff „Marken-Champion“, und das nicht ohne Grund.*

Schließlich ist die Markenartikel-Branche dem Profisport nicht unähnlich: Hier wie dort gilt es, sich im täglichen Wettbewerb gegenüber anderen zu behaupten. MAV- und Henkel CEE Präsident, Günther Thumser: „Champion ist ein Begriff, der stets als Synonym für Spitzenleistung verstanden wird. Champion wird man bekanntlich immer nur dann, wenn man sich in einem mehr oder minder harten Wettbewerb gegenüber anderen durchsetzt und mit Spitzenleistungen zu den besten zählt. Erfolgreiche Marken müssen in einem wettbewerbsintensiven Markt bestehen und den täglichen Kampf um die Konsumenten immer wieder für sich entscheiden.“

**LEISTUNGSSTARK.** Die Kampagne führt damit auch die Bedeutung der Herstellermarken für die Wirtschaft vor Augen. Thumser: „Es sind die Markenartikel, die auch in Phasen zurückhaltender Kaufneigung initiativ sind.“ So hat, lt. Focus Werbebilanz 2013, die Markenartikel-Industrie ihre Werbeinvestitionen im vergangenen Jahr um 4,7% auf rund 760 Mio. € gesteigert. Aber nicht nur das Kommunikations-Engagement, sondern vor allem auch die Investitionen in stets bessere Qualitäten und viel Innovations-Geist zeichnen erfolgreiche Marken aus. Im Rahmen der neuen Kampagne haben sich 28 Unternehmen und 34 Marken zusammengefunden, um unter einem gemeinsamen Dachkonzept die Marken an sich zu stärken. Mehr als 10.000 Großplakate, 100 Rolling-Boards, TV-Spots und Printanzeigen machen den Februar zum Monat der Marken-Champions. ks