



WIRTSCHAFT

Genuss, nicht Preis für die Österreicher wichtig Marken contra Handelsmarken

Wien. – „Wenn es in einem Produktbereich große bekannte Marken gibt, dann sind Handelsmarken weniger gefragt“, analysiert Günther Thumser, Präsident des heimischen Markenartikelverbandes und Chef des Waschmittelriesen Henkel. So erreiche etwa bei Bier, Waschmitteln, Schokolade und kosmetischen Artikeln der Anteil der billigeren Eigenmarken maximal 14%.

Bei Papier, wo große Namen weitgehend fehlen, sei er bereits auf 50% gestiegen.

Insgesamt ist für die Kunden der Geschmack extrem wichtig und oft entscheidender als der Preis. Thumser: „Die Genussorientierung ist in Österreich besonders groß.“ Viele bekannte Marken (darunter auch viele heimische Erzeuger) möchten die Konsumenten nicht mehr missen (siehe Grafik).

