



NEWS ABONNIEREN



foto: Schröder, Liebl, Demner, Javurek, Klicka (c) Cornelia Gstettner

20 Kampagnen-Jahre: Markenartikelverband zieht Bilanz

250.000 Plakate, 700 Anzeigen, 2.500 TV-Spots und ein Bruttowerbewertung jenseits der zwei Millionen Euro.

Unter dem Motto „Da greift jeder zu“, der bereits 20. Markenartikel-Kampagne, präsentierte der Österreichische Verband der Markenartikelindustrie die neue Werbe-Offensive. Zu sehen ist diese auf Plakaten, Anzeigen, im Internet, TV, auf Infoscreens sowie auf Achten-sie-auf-die-marke.at, unter der alle teilnehmenden Marken - 26 Mitgliedsunternehmen der MAV mit insgesamt 28 Marken sind dabei - subsumiert sind. Kreiert von Demner, Merlicek & Bergmann will die Markenartikelkampagne jedes Jahr dafür sorgen, dass die Kraft der Marke in keiner Weise zu vernachlässigen ist. Seit dem Start 1997 kam dies in 250.000 Plakaten, 2.500 TV-Spots und 700 Anzeigen zum Ausdruck. "In diesem Jahr dramatisieren wir die Entscheidung für die Marke, wir inszenieren das Leistungsversprechen, das beim Konsumenten den Griff zum Markenartikel im Supermarkt auslöst", sagt Marius Jan Demner.



Verbündete der Konsumenten

"Marken fungieren gewissermaßen als Verbündete der Konsumenten, denn ohne Vertrauen gäbe es keine Marke, ohne Marke keinen Leistungswettbewerb, ohne Leistungswettbewerb keine Innovation und ohne Innovation keinen Wohlstand", so der Präsident des Markenartikelverbandes, Brau Union Generaldirektor Markus Liebl. Der Bruttowerbewertung dieser Markenartikel-Dachkampagne liege jedes Jahr jenseits der 2 Mio. Euro Marke, so Ernst Klicka, Geschäftsführer des MAV, bei der Pressekonferenz. (jw)

www.mav.at



Foto-Galerie

Jubiläumspressekonferenz 20 Jahre
Markenartikelkampagne

diese Story versenden