

Markenartikelverband**Marken in Zeichen des Vertrauens**

Rubrik: **Industrie, I-News**
31.01.12

Bereits zum 16. Mal startete diese Tage die mittlerweile bereits legendäre Kampagne des Markenartikelverbandes. Heuer steht alles ganz im Zeichen des Vertrauens.

Mit einem Bruttowerbewert von 2,6 Millionen Euro fetured die wie immer von Demner, Merlicek & Bergmann kreierte Kampagne des Markenartikelverbandes nicht nur 27 auserwählte Marken im Besonderen, sondern die Marke im Allgemeinen. Diese zählt nämlich, so die begleitend zur Kampagne veröffentlichte Studie des Wiener Market-Institutes, zu den wenigen Dingen des täglichen Lebens, zu der die Österreicherinnen und Österreicher noch Vertrauen haben - wie zum Beispiel zur Familie, zum Partner und zur Polizei. Ganz wenig Vertrauen geniessen hingegen die Politiker und die Ratingagenturen. Detail am Rande: Diskontprodukte liegen im unteren Mittelfeld, weit abgeschlagen von den Markenartikeln.

Markenartikelverbands- und Henkel CEE-Präsident Günter Thumser dazu: "Markenprodukte sind wichtige Markierungen in unserem Leben." Market-Geschäftsführer Werner Beutelmeyer ergänzt: "Vor allem im Wissen dass es global betrachtet drei Mainstreams in Sachen Werte gibt: die Bindungsfreudigkeit nimmt ab, das Risiko nimmt zu und das Misstrauen wächst."

Jan Mariusz Demner über das Thema Vertrauen als Grundlage seiner heurigen Kampagne: "Das Vertrauen in Marken muß täglich aufs Neue bemüht werden, wobei Vertrauen ein gemeinsamer Grundwert von Originalmarken ist. Und genau das haben wir mit der 2012er-Kampagne umgesetzt - wir haben das Vertrauen in die Marke dramatisiert."

Herausgekommen sind flotte, einprägsame Claims rund um die 27 teilnehmenden Marken, allesamt mit einem sympathischen Augenzwinkern versehen. Neu ist der QR-Code auf alle Sujets, der auf die Homepage und dort zu näheren Infos zum jeweiligen Produkt respektive zu einem Gewinnspiel führt, bei dem es wieder ein Package mit Markenartikeln zu gewinnen gibt.

Usermeinung

Keine Kommentare



(v.l.n.r.): Werner Beutelmeyer (Institutsvorstand u. Geschäftsführer market Institut), Ernst Klicka (Geschäftsführer des Markenartikelverbandes), Mag. Günter Thumser (Präsident des Markenartikelverbandes/Präsident Henkel Central Eastern Europe GmbH), Mariusz Jan Demner (Demner, Merlicek & Bergman).