

HORIZONTonline

Werbung, Medien, Marketing.

TOP-NEWS

31.01.2012

„Achten sie auf die Marke“ - Teil 16

D,M & B setzte in der aktuellen Kampagne das Thema Vertrauen mit einem Bruttowerbewert von circa 2,6 Mio. Euro um.

Auch in der 16ten Auflage der jährlichen Kampagne des Österreichischen Verbands der Markenartikelindustrie, wurde nicht gespart: Insgesamt wird mit den Werbemitteln der Kampagne ein Bruttowerbewert von circa 2,6 Mio Euro erzeugt. Zum Vergleich: In den vergangenen fünfzehn Jahren betrug der durch die jährliche Markenartikel-Kampagne initiierte Bruttowerbewert insgesamt knapp 58 Mio. Euro. Im Rahmen der seit jeher sehr stark auf Plakate ausgerichteten Kampagne wurden in den 15 Jahren insgesamt über 215.000 Plakatstellen in ganz Österreich belegt. Das bedeutet mehr als 14.000 Plakate in jedem Jahr der Kampagne. Sie ist also zweifellos eine der sichtbarsten Kampagnen des Landes.

Günther Thumser, Präsident des Österreichischen Verbands der Markenartikelindustrie: „Mit unserer Markenartikel-Kampagne haben wir daher auch in all den Jahren jeweils zu Beginn des neuen Werbejahres einen wirtschaftlich bedeutenden Impuls gesetzt.“ Und das ist 2012 genauso.

Die umsetzende Agentur ist wie immer Demner, Merlicek & Bergmann und das Kernthema ist dieses Jahr - untermauert durch eine Online-Studie des Market Institutes - Vertrauen. Und so finden sich auf Plakaten und Rolling Boards, in Anzeigen, im Internet, auf Infoscreen-Flächen in der Wiener U-Bahn und im ORF insgesamt 27 Marken und warum man ihnen vertrauen sollte. Die g´schmackigen Freisteller mit viel Weißraum werden durch einen Stempel mit dem Claim „Achten sie auf die Marke - Das Original“ ergänzt, QR-Codes bieten auf den Plakaten den direkten Link zu Gewinnspiel und noch mehr Markeninformation. Dazu gibt es erstmals eine Kooperation mit Winpin.

Mehr zur aktuellen Kampagne lesen sie in *Horizont 05/2012*.

[[Elisabeth-K. Praitenlachner](#)]