



Diese Meldung wurde von presstext ausgedruckt und ist unter <http://www.presetext.com/news/20120131027> abrufbar.

pte20120131027 Handel/Dienstleistungen, Medien/Kommunikation

Österreichs Markenhersteller setzen auf Vertrauen Kulturelle Werte im Fokus - Multimediale Kampagne 2012 präsentiert

Wien (pte027/31.01.2012/13:55) - Zum mittlerweile 16. Mal starten Österreichs Markenartikelhersteller mit ihrer Kampagne "Achten Sie auf die Marke - Das Original" ins neue Jahr. "2012 wird Vertrauen großgeschrieben", erklärt Günter Thumser, Präsident des Verbandes der Markenartikelindustrie <http://mav.at>, bei der Präsentation der Werbekampagne heute, Dienstag, im Wiener Haus der Industrie.

Marken haben Vertrauensvorsprung

Die Markenartikelindustrie ist laut Thumser nicht zufällig einer der Innovationsmotoren in Österreich und wird 2012 um 4,6 Prozent mehr in die Markenwerbung investieren. "Marken werden von den Menschen geliebt und ersetzen mitunter kulturelle Werte", weiß der Präsident von Henkel CEE. Seit Anbeginn der Kampagne konnte der Absatz an Markenprodukten um das Dreifache gesteigert werden. "Mit dabei waren 82 Firmen mit 217 Marken, die keineswegs alt wurden, sondern sich immer wieder neu erfanden."

Werner Beutelmeyer vom market-Institut <http://market.at> diagnostiziert in der Gesellschaft einen Vertrauensverlust. Laut seiner jüngsten Umfrage vertrauen Herr und Frau Österreicher noch der Familie (95 Prozent) am meisten, gefolgt von Polizei (66 Prozent), der ZiB-Sendung (60 Prozent) und den Markenprodukten mit 57 Prozent. Ein Wert, der erstmals abgefragt worden ist. Dahinter liegen Demokratie (50 Prozent), Diskontprodukte (35 Prozent) und fast am Ende die Rating-Agenturen (sieben Prozent).

Werbekampagne 2012 mit Gewinnspiel

Originalmarken werden oft kopiert, weiß Thumser, aber nicht in Österreich. "Da sind wir eine Insel der Seligen." Auch sei der Bereich Eigenmarke im Vergleich zur Schweiz (40 Prozent) und Deutschland (über 30 Prozent) hierzulande mit über 20 Prozent nieder. "Nicht gepusht" werde von Seiten des Österreichischen Markenartikelverbandes der Verkauf beziehungsweise der Vertrieb über das Internet.

Für die werbliche Umsetzung der Kampagne zeichnet gleichfalls zum 16. Mal die Agentur Demner Merlicek & Bergmann <http://dmb.at> verantwortlich. "Sie wird 27 Marken umfassen und auf 8.225 Plakaten, in Printmedien, über 200 Rolling Boards, in rund 30 TV-Spots sowie 450.000 'Infoscreen'-Wiederholungen zu sehen sein", erklärt Mariusz Demner gegenüber presstext. Radiospots gebe es traditionell keine zu hören, da es die Markenprodukte primär zu visualisieren gelte. "Direkt am Plakat" ließe sich mittels Handy auch an einem Gewinnspiel teilnehmen.

(Ende)

Aussender: presstext.redaktion
Ansprechpartner: Jürgen Molner
Tel.: +43-1-81140-300
E-Mail: molner@presstext.com
Website: www.presetext.com



Demner (l.), Beutelmeyer, Thumser (r.)
(Foto: fotodienst.at/Jürgen Molner)