



Österreichischer Verband
der Markenartikelindustrie

Markenartikelverband
Am Heumarkt 12
A-1030 Wien

Telefon: 713 32 88
E-Mail: office@mav.at

Erklärung von Präsident Thumser anlässlich der MAV-Presskonferenz am 28.01.2013

Motto: „Was wäre der Alltag ohne Marken?

Die Marke im Wahljahr 2013“

Sehr geehrte Damen und Herren,

auch ich möchte Sie sehr herzlich hier im Haus der Industrie begrüßen und Ihnen dafür danken, dass Sie wiederum zur Pressekonferenz anlässlich der jährlichen Markenartikel-Kampagne zu uns gekommen sind.

Bei der Gestaltung der nunmehr schon zum 17. Mal in Folge durchgeführten Markenartikel-Kampagne sind wir bewusst – wie Sie im Folgenden gleich selbst sehen und hören können – einen neuen Weg gegangen.

Der Focus liegt darin, dem Konsumenten klar vor Augen zu führen, was es für sein Leben, für seinen Alltag bedeuten würde, wenn es die eine oder andere Marke nicht geben würde. Im täglichen Leben setzt man Vieles als selbstverständlich und beinahe naturgegeben voraus, ohne sich Gedanken zu machen, was es für mich bedeutet, wenn ich plötzlich kein Auto oder Handy zur Verfügung habe oder die Strom- bzw. Gasversorgung in meiner Wohnung ausfällt. Der Wert von Gewohntem wird einem erst dann bewusst, wenn man das Gewohnte in Frage stellt.

Für uns als Markenartikelhersteller stellt dieses Bewusstmachen beim Konsumenten aber auch eine immense Herausforderung dar.

Wir müssen uns nämlich in dem soeben „beschworenen“ Alltag der Konsumenten dem Konkurrenzkampf der Marken stellen und versuchen, die Wahl des Konsumenten durch überzeugende Argumente für die eigene Marke zu gewinnen.

Die Markenartikel-Kampagne ist in gewisser Weise durchaus auch als Wahlkampagne (heuer besonders aktuell!) zu verstehen, wobei in unserem Fall die Wahl beinahe täglich stattfindet. Der fundamentale Unterschied zur politischen Wahlwerbung der einzelnen Parteien liegt jedoch darin, dass wir eine gemeinsame Kampagne von miteinander durchaus manchmal in hartem Wettbewerb stehenden Herstellermarken mit einem gemeinsamen Ziel, nämlich das Markenbewusstsein zu stärken, zustande bringen.

Können Sie sich vorstellen, dass alle im Parlament vertretenen Parteien in Österreich eine gemeinsame Kampagne zur Stärkung des Demokratie- oder des Europabewusstseins starten!? Das ist eben das Entscheidende an der Idee, die vor zwischenzeitig mehr als 16 Jahren geboren wurde: dass wir nämlich unser gemeinsames, übergeordnetes Interesse, das Unverzichtbare und das Einzigartige, das in jeder einzelnen Marke steckt, ein Mal pro Jahr dem Konsumenten nahebringen.

So gesehen, ist unsere Markenartikel-Kampagne eigentlich die erste große Wahlkampagne im Wahljahr 2013. Sie ist ein Aufruf an die Konsumenten, sich für Forschung und Innovation sowie für Qualität und Produktsicherheit zu entscheiden. Gerade die Herstellermarken sind es, die teils durch internationale Forschungs- und Entwicklungsergebnisse den Fortschritt vorantreiben. Die Markenartikelindustrie erzeugt durch ihre Zusammenarbeit mit Rohstofflieferanten und Logistikunternehmen sowie durch erhebliche Aufwendungen für Marktforschung und Werbung beachtliche inländische Wertschöpfung und ist somit ein wichtiger volkswirtschaftlicher Faktor in Österreich. Dies möchte ich Ihnen nun auch mit einigen statistischen Zahlen für unsere diesjährige Kampagne dokumentieren:

An der 17. Markenartikel-Kampagne nehmen heuer 24 Mitgliedsfirmen des Markenartikelverbandes mit insgesamt 30 Marken teil (2012: 21/28). Österreichweit werden 8100 Plakate affiziert sowie im Kampagnenzeitraum insgesamt 11 TV-Spots im ORF und bei den Privatsendern unter dem gewohnten Titel „Achten Sie auf die Marke“ on air sein. Weitere Details wird Ihnen dann später noch Herr Demner bei der Präsentation der Kampagne nennen.

Der Gesamtbruttowerbewert der Kampagne konnte gegenüber dem Vorjahr um mehr als 10 % gesteigert werden und beträgt € 2,9 Mio.

Die Gesamtwerbeinvestitionen der österreichischen Markenartikelindustrie betragen im Jahr 2012 rund € 730 Mio. und liegen damit signifikant über den Werbeinvestitionen des Handels.