



PROFIS. Thomas Oliva, Markenartikelverband, Werber Mariusz Demner, Günter Thumser, Präs. Markenartikelverband (v.l.).

## Marken steigern Lebensstandard

**M**arkenartikel sind ein wichtiger Faktor für die Steigerung des Lebensstandards, behauptet die Industrie und verweist auf ihre zahlreichen Innovationen, die eine Haushaltsführung angenehmer machten, von Geschirrspültabs bis zu Fertiggerichten. Jede erfolgreiche Marke befindet sich in einem dauernden Erneuerungsprozess, mit dem sie einen Führungsanspruch als Original erhebt und festigt. So lautet die Botschaft der rund drei Millionen Euro teuren Plakat-, TV- und Print-Markenartikelkampagne 2011, die jetzt österreichweit startete, um den wachsenden Marktanteilen der Handelsmarken Paroli zu bieten. Umgesetzt wurde sie erneut von der Agentur Demner, Merlicek & Bergmann.

„Im Vorjahr hat mit 52,4 Prozent die Mehrheit der Handelsmarken-Konsumenten ihre Ausgaben für Herstellermarken rund um den Zeitraum der Kampagne gesteigert“, verweist Marius Demner auf Erfolge. Dazu gehörten auch die „höchsten Impact-, Recall- und Recognition-Werte“. Laut einer Karmasin-Umfrage sei 2010 bei jenen, die sich an die Markenartikelkampagne erinnerten, „die Bedeutung der Marken um 16 Prozent signifikant höher gewesen als beim Durchschnitt der Bevölkerung“, so Demner.