

Österreicher greifen zu Marken

Im Vergleich zu den Schweizern sind die Österreicher treue Markenkäufer. Die Eidgenossen greifen im Lebensmittel Einzelhandel gern zu den günstigen Eigenmarken der Handelshäuser, die einen Marktanteil von 45 Prozent haben. Im Diskonterland Deutschland liegt die Quote bei 36 Prozent, in Österreich dagegen noch bei vergleichsweise bescheidenen 28 Prozent. Auch wenn viele Menschen in wirtschaftlich unsichereren Zeiten den Sparstift spitzen, konnten die Eigenmarken im Vorjahr laut den Angaben des Markenartikelverbandes (MAV) nur um einen Prozentpunkt zulegen. „Selbst in Ost-

europa haben sich teure und mittelpreisige Marken gut entwickelt, obwohl die Leute netto weniger Geld zur Verfügung haben“, betont Günter Thumser, Chef von Henkel-Austria und Präsident des MAV.

Der Markenartikelverband rührt heuer zum 15. Mal mit seiner Markenartikelkampagne „Achten Sie auf das Original – achten Sie auf die Marke“ die Werbetrommel für Markenware. An der diesjährigen Kampagne beteiligen sich mehr als 20 Labels, darunter Persil, Recheis, Iglo und Darbo. Im Vorjahr hat die Markenartikelindustrie ihre Werbeausgaben um neun Prozent in die Höhe geschraubt.