

Schriftgröße: A / A / A

Kontrast: Farbe / W/S / S/W

**OTS0206 / 17.02.2011 / 14:19 / Channel: Wirtschaft / Aussender:  
Markenartikelverband  
Stichworte: Marketing / Produkte / Unternehmen / Werbung**

## **Der Markenartikel. Ein führender Beitrag zum besseren Leben - BILD =**

Wien (OTS) - Freizeit ist das halbe Leben. Diese Feststellung überrascht viele, wo wir doch alle den Eindruck haben, immer mehr und immer länger zu arbeiten. Tatsache ist jedoch, dass der Anteil der Nicht-Arbeitszeit an unserer Lebenszeit noch nie so hoch war wie jetzt\*. Allerdings sind wir in dieser Zeit auch mit vielen fremdbestimmten Tätigkeiten wie der Organisation des Haushaltes, Körperpflege, Einkaufen, sozialen Verpflichtungen usw. befasst, deshalb entsteht das Gefühl, dass auch unsere Freizeit immer ausgefüllt ist.

Markenartikel helfen uns, die arbeitsfreie Zeit verstärkt zu genießen; die Leistungen der Markenartikel vereinfachen viele Tätigkeiten und unsere Freizeit gewinnt so an Qualität. Convenience-Produkte nehmen uns viel Arbeit ab:

Wo früher aufwändige Vorbereitungen notwendig waren, genügt ein Knopfdruck - und die Tasse Kaffee ist fertig. Eine Tasse Frischkäse oder Kräutertee ist mit dem neuen Teesirup schnell und ohne lästiges Hantieren mit dem Teebeutel zubereitet. Bei Nudelgerichten braucht man nicht mehr zu warten, bis sie al dente gekocht sind, sondern kommen gleich direkt in die Pfanne. Es war noch nie so leicht und heute, sich gesund zu ernähren: Tiefgekühltes Gemüse bietet mehr Vitamine als so manches frisches, bei dem während des Transportes und der Lagerung Vitamine verloren gehen. Die neuesten Tabs im Geschirrspüler reinigen nicht nur sauberer und umweltschonender als jede Handwäsche, sondern liefern glänzendes und perfekt getrocknetes Geschirr. Und Eltern wissen es besonders zu schätzen, dass es heute für Babys immer angenehmere Windeln gibt, die auch für Papa und Mama angenehme Nächte sicherstellen.

Das sind nur einige wenige Beispiele für Innovationen, mit denen die Markenartikelindustrie unser Leben angenehmer macht. Die Markenartikel-industrie ist damit ein wichtiger Faktor für die Steigerung unseres Lebensstandards. Das ist auch der Grund warum in den Kategorien "Washing & Cleaning" 77% und bei "Personal Care" sogar 87% der Kaufentscheidungen auf Herstellermarken fallen.

\* ift Freizeitmonitor 10/2010

## Die Markenartikelkampagne 2011: Führende Marken als Originale.

Marken sind mit ihren Produktinnovationen am Puls der KonsumentInnen. Denn der Wettbewerb zwingt Marken, in ihrem Bereich immer wieder für die KundInnen das beste Angebot zu entwickeln. Deshalb befindet sich jede erfolgreiche Marke in einem dauernden Erneuerungsprozess, mit dem sie einen Führungsanspruch als Original erhebt und festigt. Das ist auch die Botschaft der Markenartikelkampagne 2011.

Jede Marke stellt jenen Anspruch heraus, in dem sie den Konsumenten eine besondere Leistung vermittelt. So wurde für die Kampagne durch den gleichzeitigen Auftritt auf mehreren tausend Plakaten auf Rolling Boards, im Fernsehen, in Anzeigen, im Internet und auf der Straßenbahn in Wien eine eindrucksvolle Leistungsschau realisiert, mit der den Konsumenten und auch dem Handel die geliebte Kraft von mehr als 20 führenden Marken präsentiert wird.

Die dynamische Optik der Kampagne unterstreicht die kontinuierlichen Innovationsprozesse, die den Führungsansprüchen belegen. Eine interaktive Online-Plattform regt zur Auseinandersetzung mit den Marken an und verlinkt zu weiterführenden Informationen auf den Websites der teilnehmenden Marken.

Markenartikel schaffen Werte.

Mit der Kampagne setzt der österreichische Markenartikelverband zu Beginn des Jahres ein wichtiges Signal für Marken als Motor der Wirtschaft. Denn die Markenartikelindustrie war auch in vergangenen Jahren jener Bereich, der im Markt und in den Medien expansiv agierte. So hat die Markenartikelindustrie ihre Werbeausgaben im letzten Jahr wieder gesteigert. Mit einem Zuwachs von 8,8 %\* war nach den Medien die Branche mit der höchsten Steigerung bei den Werbeausgaben. Mit ihren Investitionen im Marketing, im grafischen Gewerbe, im Bereich der Creative Industries sowie in den Druck-Produktionsbetrieben haben die Markenartikel einen starken Stimulus für die Verbesserung des Wirtschaftsklimas gesetzt - in der intensiven Bewerbung der Markenartikel profitiert nicht zuletzt auch der Handel.

[www.achten-sie-auf-die-marke.at](http://www.achten-sie-auf-die-marke.at)

Der Österreichische Markenartikelverband ist mit der Gemeinschaftskampagne ein Pionier im Kreis der europäischen Markenartikelverbände. Den Erfolg zeigt die Marktforschung immer wieder auf. Die jährliche Initiative steigert nicht nur die Bedeutung der teilnehmenden Herstellermarken in der Einschätzung der Konsumenten, sie schafft mit zigtausend Reaktionen auf [www.achten-sie-auf-die-marke.at](http://www.achten-sie-auf-die-marke.at) auch eine intensive Beschäftigung mit den Herstellermarken.

Die konsequente Umsetzung der Kampagne hat trotz hoher Konzentration im österreichischen Handel die starke Position der Herstellermarken untermauert. Und laut Marktforschungsergebnissen

die Bedeutung der Marken bei den Konsumenten gestärkt.

\* Focus Werbebilanz 12/2010

\*\* Karmasin Wirkungsüberprüfung 2010

Rückfragehinweis:

Dagmar Krebs, PR

Demner, Merlicek & Bergmann

Tel.: 0043 1 588 46-92

email: dkr@dmb.at, www.dmb.at

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

OTS0206 2011-02-17/14:19

171419 Feb 11

NEF0005 0699