



Der Markenartikel. Ein führender Beitrag zum besseren Leben - BILD

17.02.2011 14:39:28 - **Freizeit ist das halbe Leben. Diese Feststellung mag viele überraschen, 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 und 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 heute ein Knopfdruck - und die Tasse Kaffee ist fertig. Eine Tasse Früchte- 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 sie kommen gleich direkt in die Pfanne. Es war noch nie so leicht wie heute, sich gesund zu ernähren: Tiefgekühltes Gemüse bietet mehr Vitamine als so manches frisches, bei dem während des Transports 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 für die 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 z.B. 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 Februar durch den gleichzeitigen Auftritt auf mehreren tausend Plakaten sowie auf Rolling Boards, im Fernsehen, in Anzeigen, im Internet und auch auf der Straßenbahn in Wien eine eindrucksvolle Leistungsschau realisiert, mit der den Konsumenten und auch dem Handel die geballte Kraft von mehr als 20 führenden Marken präsentiert wird.

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

Grafikdesign, Konzeption
effizient, unkompliziert und
kostenbewusst für Sie abgewickelt
www.medienpro.at

Logo + Corporate Design
CD Entwicklung für
Existenzgründer. Firmenlogo +
Geschäftsunterlagen.

Logo-Expert.de/Corporate-Design

Google-Anzeigen

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 auch im letzten Jahr wieder gesteigert. Mit einem Zuwachs von 8,8 %* war sie 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 - und von der intensiven Bewerbung der Markenartikel profitiert nicht zuletzt auch der Handel.

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 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

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM/Original Bild Service, sowie im OTS Bildarchiv unter bild.ots.at

Rückfragehinweis:
Dagmar Krebs, PR
Demner, Merlicek & Bergmann
Tel.: 0043 1 588 46-92
email: dkr@dmb.at, www.dmb.at

Digitale Pressemappe: www.ots.at/pressemappe/2055/aom

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

OTS0206 2011-02-17/14:19

Press release: www.pr-inside.com
Kontaktinformation: [e-mail](mailto:)

Erklärung: (C) Copyright APA-OTS Originaltext-Service GmbH und der jeweilige Aussender. Alle Rechte vorbehalten. Eine redaktionelle Verwertung der Inhalte ist ausdrücklich erwünscht, eine darüber hinausgehende Verwendung jedoch nur für den privaten Gebrauch zulässig. Eine Speicherung in Datenbanken sowie jegliche nicht-redaktionelle Nutzung und damit verbundene Weitergabe an Dritte in welcher Form auch immer sind nur mit schriftlicher Genehmigung durch die APA-OTS Originaltext-Service GmbH gestattet. Für den Fall, dass Sie die Inhalte von APA-OTS weitergeben, speichern oder gewerblich nutzen möchten, informieren Sie sich bitte über den OTS Content-Partnerschaftsservice unter <http://www.ots.at> oder rufen Sie Tel. ++43/(0)1/36060-5320.