

Marken, Preise & Millionenpoker



**Kommentar von
Mag. Robert Falkinger**

Der Österreichische Markenartikelverband (MAV) verbucht für seine 22. Markenkampagne mit 31 teilnehmenden Firmen und 49 Marken heuer eine Rekordbeteiligung. Ein starkes Signal für die Marke.

Blick nach Deutschland: Dort tobt zwischen Edeka und Nestlé ein eisenharter Konditionenpoker. Edeka listet rund 160 Artikel des Konzerns aus. Im Hintergrund der Einkaufsverbund Agecore und Gianluigi Ferrari... Gefährlich für Edeka. Umsatzeinbußen drohen.

P&G und Unilever rütteln die Branche punkto Online Werbung auf. Die Brand Safety steht auf dem Spiel. Marken tauchen mitunter im Umfeld problematischer Inhalte auf. Der Unilever-Marketingchef stellt den Plattformen wie Google, Facebook oder YouTube ein Ultimatum. P&G zog bereits 100 Millionen U.S. Dollar an Werbegeldern ab.