

## ■ Signal für Markenartikel

Bereits zum 21. Mal führt der österreichische Verband der Markenartikelindustrie eine Kampagne, die Original-Herstellermarken landesweit vereint und deren Einzigartigkeit in den Vordergrund rückt. Mittels Integration einer App macht die Kampagne auch einen weiteren Schritt ins digitale Zeitalter. Die Offensive 2017



**Milchsektor bei der Markenartikelkampagne durch Schäringer und Bresso vertreten**

übertrifft mit 43 teilnehmenden Herstellermarken sogar die Jubiläumskampagne aus dem Vorjahr. Im Februar waren mit einem Aufwand von 2,9 Mio. € Tausende Großplakate, Rolling Boards, digitale Screens, TV-Spots, Anzeigen, Online-Banner und Mobile Ads „im Einsatz“. Nach Ansicht von Markus Liebl, Präsident des Markenartikelverbandes, sind „Marken die Treiber am Markt und zum überwiegenden Teil für Innovationen verantwortlich“. Trotz des „unerbittlichen Wettbewerbs am Markt“ zeigen in seinen Augen „die Zahlen, dass wir mehr als hoffnungsvoll in die Zukunft blicken können“. Der Markenartikelverband weist darauf hin, dass seine Mitglieder einen jährlichen Umsatz von rund 8,5 Mrd. € erwirtschaften. ▲