

Kelly's-Knistern, Gösser-Genuss: Markenartikler lassen wieder DMB ran

ANSICHTSSACHE
1. Februar 2017, 14:07

3 POSTINGS

Im Februar heißt es wieder auf mehr als 8.000 Plakaten: "Achten Sie auf die Marke" – Erstmals kommt eine App zum Einsatz – Finanzminister Schelling verweist auf die Aufkommensneutralität bei Werbesteuer

Wien – Wie jedes Jahr bittet der Verband der Markenartikelindustrie im Frühjahr Konsumenten: "Achten Sie auf die Marke", 2017 zum 21. Mal. Die Kampagne dazu kommt wieder von Demner, Merlicek & Bergmann. 26 Unternehmen mit 43 Marken nehmen daran teil, mehr als 8.000 Plakate kommen zum Einsatz, dazu Rolling Boards, digitale Screens, TV-Spots, Anzeigen, Online Banner und Mobile Ads. Das Gesamtvolumen der Kampagne liegt bei rund 2,9 Millionen Euro. Eine neue App verspricht Konsumenten beim Kauf eines Markenprodukts einen Markentreue-Bonus. Die App kommt von markguru, einem Unternehmen der ProSiebenSat1Puls4-Gruppe.



foto: markenartikelverband/dmb

Ariel-Reinheit, Gösser-Genuss, Somat-Glanz, Kelly's-Knistern

1

Von "Es gibt nur eine Ariel-Reinheit" über "Es gibt nur einen Gösser-Genuss" bis hin zu "Es gibt nur einen Somat-Glanz" lauten dieses Jahr die Botschaften. "Das Konzept der Kampagne 2017 rückt die Einzigartigkeit der Marken in den Fokus", sagt Markus Liebl, Präsident des Verbands.



foto: markenartikelverband/dmb

Marken seien "die Treiber am Markt und zum überwiegenden Teil für Innovationen verantwortlich". Liebl: "Nur indem wir uns selbst immer wieder neu erfinden, bleiben wir der Konkurrenz den entscheidenden Schritt voraus."

2



foto: markenartikelverband/dmb

Finanzminister Schelling wirbt um Vertrauen

Echte Marken würden sich von der Konkurrenz unterscheiden, weil sie Zuverlässigkeit und Vertrauen vermitteln, sagt Jan Mariusz Demner von Demner, Merlicek & Bergmann. Um Vertrauen geht es auch für Finanzminister Hans Jörg Schelling, der bei der Kampagnenpräsentation um Vertrauen in die Politik warb. Die Politik müsse Sicherheit schaffen, gerade in einer Periode der Unsicherheit.

3



foto: markenartikelverband/dmb

Wichtig sei natürlich auch die klare Positionierung. Für Marken und für die Politik. Schelling: "Österreich wird den Preiswettbewerb nicht mehr gewinnen, aber den Wettbewerb der Innovation und Qualität". Rund 8,5 Milliarden Euro Umsatz im Jahr erzielen die Mitglieder des Markenartikelverbands.

4



foto: markenartikelverband/dmb

In Richtung Werbeabgabe auf Online sagt Schelling: "Wenn ich es mir leisten könnte, würde ich die Werbeabgabe abschaffen". Die geplante Änderung bei der Werbeabgabe sei aufkommensneutral gestaltet, betont er und verweist auch auf die entsprechende Formulierung im Arbeitsübereinkommen der Regierung. Das heißt, der Steuersatz wird bei gleichbleibendem Einkommen reduziert. Um wie viel könne man noch

5

nicht nicht sagen. Derzeit sei man dabei die Gesamtumsätze von Online auf den österreichischen Markt herunterzubrechen, er hofft hier auf die Zusammenarbeit mit Anbietern. (red, 1.2.2017)

Zum Thema

Markenartikelkampagne der vergangenen Jahre

SITELINK



Vorsatz 2017: Besser Englisch sprechen als die Politik

„Good Tomorrow!“ ;) Babbel.com – online Sprachen lernen

BEZAHLTE ANZEIGE

© STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H. 2017

Alle Rechte vorbehalten. Nutzung ausschließlich für den privaten Eigenbedarf.
Eine Weiterverwendung und Reproduktion über den persönlichen Gebrauch hinaus ist nicht gestattet.
