

Auf Marken achten

Markenartikelhersteller starten Kampagne „Achten Sie auf die Marke“.

medianet, 01.02.2013



Werben für die Marke: Ernst Klicka (GF Markenartikelverband), Peter Filzmaier (Institut für Strategieanalysen), Günter Thumser (Präsident des Markenartikelverbands/Präsident Henkel CEE), Mariusz Jan Demner (Demner, Merlicek & Bergmann).

Wien. Bereits zum 17. Mal in Folge starten die heimischen Markenartikelhersteller ihre Kampagne „Achten Sie auf die Marke“, um das Bewusstsein für die Marke zu stärken. An der Kampagne nehmen heuer 24 Mitgliedsfirmen des Markenartikelverbands mit insgesamt 30 Marken teil. Österreichweit werden 8.100 Plakate affiziert sowie im Kampagnenzeitraum insgesamt elf TV-Spots im ORF und bei den Privatsendern unter dem gewohnten Titel „Achten Sie auf die Marke“ on air sein.

Der Gesamtbruttowerbewert der Kampagne konnte gegenüber dem Vorjahr um mehr als 10% gesteigert werden und beträgt 2,9 Mio. €. Die Gesamtwerbeinvestitionen der österreichischen Markenartikelindustrie betragen im Jahr 2012

rund 730 Mio. € und liegen damit signifikant über den Werbeinvestitionen des Handels. Und auch wenn Österreichs Supermärkte etwa 20% des Umsatzes mit Eigenmarken machen, gibt es andere Entwicklungen. Denn: Eine Gegenbewegung kommt vom Discounter Hofer, der nach seiner jahrelangen strikten Eigenmarkenstrategie nun umsattelte und immer mehr Markenprodukte in die Regal schlichtet.

Der Hintergrund: Eigenmarken im Preiseinstiegssegment der Branchenleader Rewe (Billa, Merkur & Co.) und Spar machten Hofer zu schaffen; der Discounter verlor Marktanteile und reagierte mit einer Angleichung an die klassischen Supermärkte.

Das zentrale grafische Element der Kampagne bildet die Sprech-

blase. Um den Menschen klar zu machen, welche Bedeutung Markenartikel auch für ihren Alltag haben, tritt das Produkt über diese Sprechblase in einen direkten Dialog. Es stellt die Frage, was es bedeuten würde, in einer bestimmten Lebenssituation auf seine einzigartige Leistung verzichten zu müssen. Auf diese Weise fühlt sich jeder Konsument unmittelbar angesprochen.

Die direkte Adressierung und die Möglichkeit, sich auf „www.achten-sie-auf-die-marke-at“ spielerisch mit Marken auseinanderzusetzen und Markenartikelpakete zu gewinnen, wird viele dazu veranlassen, sich intensiver mit den Marken und ihrer Stellung im Alltag zu beschäftigen.

www.achten-sie-auf-die-marke-at