

Ein starkes Signal für das Original

www.handelszeitung.at/handelszeitung/ein-starkes-signal-fuer-das-original-138938



Machen sich stark für die Marken (v. l.): Ernst Klicka (MAV Geschäftsführer), Markus Liebl (MAV Präsident), Finanzminister Hans Jörg Schelling und Mariusz Jan Demner (DMB)

© Markenartikelverband MAV

02.02.2017

Bereits zum 21. Mal startet der Verband der Markenartikelindustrie (MAV) eine Kampagne, die Original-Herstellermarken landesweit vereint und auf die Stärken von Marken aufmerksam machen soll.

Auch heuer startet der MAV wieder seine Marken-Kampagne. Dieses Jahr sollen die wesentlichen Eigenschaften, also Einzigartigkeit der Herstellermarken in den Blickpunkt gerückt werden. Von „Es gibt nur eine Ariel-Reinheit“ über „Es gibt nur einen Gösler-Genuss“ bis hin zu „Es gibt nur einen Somat-Glanz“ zeigen die Sujets das breite Spektrum an unvergleichlichen Benefits, die tagtäglich zum Lebensstandard der Konsumenten beitragen. Für Markus Liebl, Präsident des Verbandes sind die Marken die Treiber am Markt und zum überwiegenden Teil für Innovationen verantwortlich: „Nur indem wir uns selbst immer wieder neu erfinden, bleiben wir der Konkurrenz den entscheidenden Schritt voraus. Doch trotz des unerbittlichen Wettbewerbs am Markt zeigen die Zahlen, dass wir mehr als hoffnungsvoll in die Zukunft blicken können.“

Wichtige Einnahmequelle für den Finanzminister

Original-Marken tragen laut Verband der Markenartikelindustrie auch entscheidend zur ökonomischen Entwicklung des Landes bei. Immerhin erzielen die Mitgliedsunternehmen im Markenartikelverband einen jährlichen Umsatz von rund 8,5 Milliarden Euro. Darüber hinaus stellen sie eine wichtige Einnahmequelle des öffentlichen Haushalts dar. „Wenn es der Wirtschaft gut geht, ist auch eine gute Ernte für den Finanzminister zu erwarten. Österreich wird den Preiswettbewerb nicht mehr gewinnen, aber den Wettbewerb der Innovation und der Qualität“, erklärt Hans Jörg Schelling, Bundesminister für Finanzen, der diesmal bei der Präsentation der Kampagne dabei war.

Erstmals Kooperation mit marktguru

Ebenfalls dabei war Mariusz Jan Demner, als Vertreter der Agentur Demner, Merlicek & Bergmann, die auch dieses Jahr die Markenkampagne umsetzt. Außerdem konnte die Werbeagentur 2016 - wie zuvor schon Frankreich, Ungarn, Deutschland und Norwegen – auch Dänemark für eine Herstellermarken-Initiative gewinnen. „Und die neue, zweite Kampagne befindet sich bereits in den Startlöchern“, verrät Demner. Neuigkeiten gibt es auch bei der heimischen Kampagne: Erstmals kooperiert der MAV mit der Firma marktguru, die zur ProSiebenSat.1 Puls4-Gruppe gehört. Mit dem Cash-Back Feature der Angebots- und Prospekt-App von marktguru können die Marken ihren Kunden für ihre Treue danken und gleichzeitig einen Teil des Einkaufs zurückerstatten.

Autor:

Redaktion.Handelszeitung