



[Kontakt](#) [Mediadaten](#) [Abo & Bestellservice](#) [Impressum](#) [AGB](#) [Registrierung](#) [Login](#)



[Zum PokerMagazin](#)

[ED Aktuell](#)

[ED Das Heft](#)

[EDward](#)

[ED Archiv](#)

Exklusiv / Top

Agenturen

Print

Medien

TV

Radio

Online

Aussenwerbung

Personalien

Termine

Die Marke im Wahljahr 2013

Pressekonferenz des Markenartikelverbandes am 28.01.2013.



"Was wäre der Alltag ohne Marken?", fragte der Präsident des Markenartikelverbandes (MAV) **Günter Thumser** (Präsident Henkel Central Eastern Europe GmbH bei der Vorstellung der zum 17. male durchgeführten Markenartikel-Kampagne im haus der Industrie. Im täglichen Leben setze man vieles als selbstverständlich und beinahe naturgegeben voraus. Der Wert von

Gewohntem werde einem aber erst dann bewußt, wenn man das Gewohnte in Frage stellt. "Fuuns als Markenartikelhersteller stellt dieses Bewusstmachen beim Konsumenten aber auch eine immense Herausforderung dar. Wir müssen uns nämlich in dem soeben „beschworenen“ Alltag der Konsumenten dem Konkurrenzkampf der Marken stellen und versuchen, die Wahl des Konsumenten durch berzeugende Argumente für die eigene Marke zu gewinnen", beschwor Thumser die Anwesenden. Die Markenartikel-Kampagne, so Thumser weiter, "ist ein Aufruf an die Konsumenten, sich für Forschung und Innovation sowie für Qualität und Produktsicherheit zu entscheiden. Gerade die Herstellermarken sind es, die teils durch internationale Forschungs- und Entwicklungsergebnisse den Fortschritt vorantreiben. Die Markenartikelindustrie erzeugt durch ihre Zusammenarbeit mit Rohstofflieferanten und Logistikunternehmen sowie durch erhebliche Aufwendungen für Marktforschung und Werbung beachtliche inländische Wertschöpfung und ist somit ein wichtiger volkswirtschaftlicher Faktor in Österreich."

Achten Sie auf die Marke

An der 17. Markenartikel-Kampagne nehmen heuer 24 Mitgliedsfirmen des Markenartikelverbandes mit insgesamt 30 Marken teil (2012: 21/28). Österreichweit werden 8100 Plakate affiziert sowie im Kampagnenzeitraum insgesamt 11 TV-Spots im ORF und bei den Privatsendern unter dem gewohnten Titel „Achten Sie auf die Marke“ on air sein. Weitere Details wird Ihnen dann später noch Herr Demner bei der Präsentation der Kampagne nennen. 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 bei den Werbeinvestitionen des Handels.

Foto v.l.: Ernst Klicka (Geschäftsführer des Markenartikelverbandes), Günter Thumser (Präsident des Markenartikelverbandes/ Präsident Henkel Central Eastern Europe GmbH), Peter Filzmaier (Politikwissenschaftler Institut für Strategieberatungen), Mariusz Jan Demner (Demner, Merlicek & Bergman).
© Österreichischer Verband der Markenartikelindustrie

ED Aktuell

Senft & Partner kommuniziert für Bellaflora (28.01.13)

Neue Kampagne für die Wiener Zeitung von Lowe GGK (28.01.13)

Schweizer Sender joiz geht nach Berlin (28.01.13)

Unbeliebt trotz guter Quote (28.01.13)

Lucy Marx mit mobilem Binsbuch für McDonald's Österreich (28.01.13)

Xing startet Marktplatz für Freiberufler (28.01.13)

Druckerei der "Basler Zeitung" schließt Ende März (28.01.13)

Die Marke im Wahljahr 2013 (28.01.13)