



Österreichischer Verband
der Markenartikelindustrie

Markenartikelverband
Am Heumarkt 12
A-1030 Wien

Telefon: 713 32 88
E-Mail: office@mav.at

Presseinformation Lieber die Marke.

Der Österreichische Verband der Markenartikelindustrie startet in diesen Tagen die stärkste Gemeinschaftskampagne seit Jahren. Mit fast 10.000 Plakaten, auf Citylights und Digital Screens, im Fernsehen und auf Infoscreens, in Printmedien sowie auf Instagram, Facebook und in der Marktguru-App bringen 33 Unternehmen ihre 42 Markenartikel den Konsumenten näher. Die Kampagne erinnert daran, dass es nicht egal ist, was man kauft. Denn die Herstellermarken geben mit der Initiative einen Einblick in das breite Leistungsspektrum ihrer Produkte.



z.B. Plakat



z.B. Plakat



z.B. Plakat



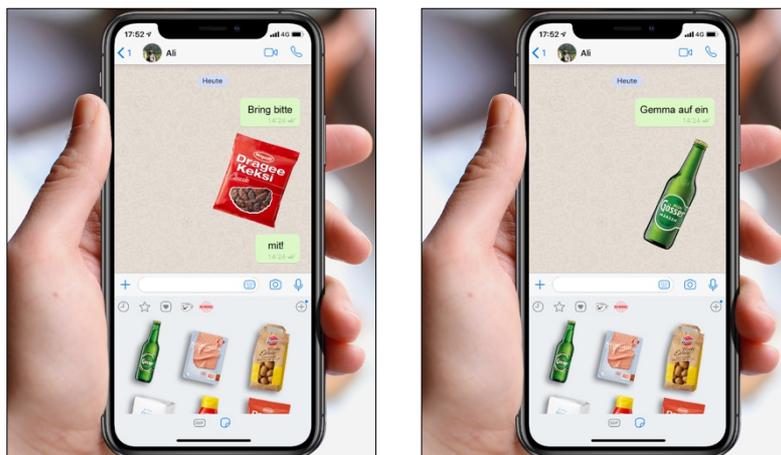
z.B. Digital Screens

Sei es der feste Halt, den Tixo beim Basteln bietet, die konsequente Nachhaltigkeit von Wolf bei der Nudelherstellung oder einfach die Lust auf ein frisches Gösse: Diese und viele weitere Beispiele machen klar, welche Vorteile Original-Marken bieten.

Dazu der Präsident des Markenartikelverbandes Dr. Markus Liebl: „*Der Preis allein darf nicht das Maß aller Dinge sein. Er wird zur Differenzierung auch immer schwächer wahrgenommen. Wir dürfen vielmehr feststellen: Nur das Original macht den Unterschied!*“

Ganz Österreich im Chat mit der Marke.

Um die Wirkung ihrer digitalen Mitteilungen zu steigern verwenden die Menschen immer öfter Emojis und Sticker als emotionale Symbole. Das von DMB. (Demner, Merlicek & Bergmann) entwickelte Konzept greift das Prinzip der Chats auf und macht Marken zum Teil unserer Alltagskommunikation, indem die Kampagne die Markenartikel den Konsumenten auch als Emojis und Sticker anbietet. Diese bereichern damit die persönlichen Chats, wodurch die Marken auch die Beziehung zu ihren Kunden vertiefen.



Mariusz Jan Demner: „*Mit den Emojis und Stickern schaffen wir für die Marken einen echten Dialog mit den Konsumenten.*“

Angeregt wird diese Nutzung durch Werbung auf den Social-Media-Plattformen Instagram und Facebook. Als Cross-Media-Initiative nutzt die Kampagne einen umfassenden Mediamix, der um einen digitalen Social-Media-Anteil verstärkt wurde.

Nachhaltige Zukunftsstrategien – die besondere Verantwortung der Marken

Die Unternehmen der Markenartikelindustrie sehen sich bereits seit Jahren in der Verantwortung für die Qualität und Leistung ihrer Produkte, für die Zufriedenheit und das Wohlbefinden der Konsumenten, für die Gesellschaft und die nachhaltige Nutzung der Ressourcen unserer Umwelt. *„Die Original-Marke ist über Jahrzehnte begehrt, weil sie sich immer wieder neu erfindet und dabei auch gesellschaftliche Entwicklungen oft sogar vorweg mitgestaltet. Ein dauerhaftes Innovationsangebot und Innovationsversprechen zugleich sind die Leitstrukturen zum Erfolg für jeden einzelnen Markenartikler“*, so MAV-Geschäftsführer Günter Thumser.

Mit ihrer Innovationsleistung ist die Konsumgüter-Marke die passende Antwort auf viele Herausforderungen gerade in jüngster Zeit. Denn die Markenartikelhersteller investieren in teurere, nachhaltiger formulierte Rezepturen und Produktionsprozesse, teurere, umweltschonendere Verpackungen und auch diesbezüglich verstärkte Aufklärung der Konsumenten.

Daraus leitet sich auch der Appell an die Handelspartner ab:
Nur gemeinsam mit fairen Preisen in der Lieferkette können wir die Qualität nachhaltig sichern!