



Österreichischer Verband
der Markenartikelindustrie

Markenartikelverband
Am Heumarkt 12
A-1030 Wien

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

Präsident Dr. Markus Liebl

Thema: „Lieber die Marke! Das Original.“

Sehr geehrte Damen und Herren,

auch von meiner Seite ein herzliches „Grüß Gott“!

Ja, mit knapp **10.000 Plakatstellen** werden 33 Firmen mit 42 Marken ein ganz starkes Manifest für die Marke an den Jahresanfang 2020 stellen.

Wir freuen uns sehr über diese rege Beteiligung – im Vorjahr waren's 26 Firmen mit 8.000 Plakaten – eine **tolle Steigerung** also.

Nehmen wir das als eindrucksvolles Bekenntnis der Hersteller zu ihren Marken in durchaus wettbewerbsintensiven Zeiten.

Auch die Konsumenten bekennen sich unverändert positiv zur Marke. Laut **GfK Consumer Panel Total** ist der **P.L.-Anteil** (ohne Frischware) in den letztgültigen MAT-September-Jahresvergleichen nun zum zweiten Mal nach 2018 **wieder um einen weiteren Prozentpunkt rückläufig**. Sie sehen dazu die Langfristentwicklung aus dem aktuellen Regal 12/19.

Ein klarer Auftrag an **uns Markenartikel-Hersteller** – wie natürlich auch an unsere Partner im Handel –, das Rennen um die Gunst der Konsumenten auszutragen: vorwiegend mit viel Verantwortlichkeit zu **Innovation, Top-Qualität, ehrlicher Nähe zum Konsumenten und mit Fokus auf das besondere Einkaufserlebnis!**

Der **Preis allein darf nicht das Maß aller Dinge sein!** Und wird zur Differenzierung immer schwächer wahrgenommen!
Vielmehr dürfen wir einmal mehr feststellen:
Nur das Original macht den Unterschied!

Das gilt für Markenprodukte genauso wie übrigens auch für Handelsunternehmen und führt damit weit über das reine, enge Preisdicken hinaus.

Wir Markenartikler schauen durchaus zuversichtlich in dieses neue Jahr – unterstützt von der jüngsten ÖNB-Prognose, die für Österreich im heurigen Jahr von einem **BIP-Wachstum von immerhin +1,1%** ausgeht. Damit verringerte die Nationalbank zwar ihre Erwartungen für 2020, aber das jüngste Budgetplus und einige Dimensionen im neuen Regierungsprogramm ergeben zusammen durchaus einen optimistischen Horizont für dieses Jahr.

Wir stellen auch trotz allzu vieler alarmierender Meldungen unverändert eine **positive Grundstimmung unserer Konsumenten** fest: die wichtigste Voraussetzung für gute Geschäfte auch in 2020!

Wir, unsere Mitgliedsfirmen, beschäftigen uns aus dem tradierten Wertesystem der Marken heraus seit jeher intensiv mit den **Anliegen der Konsumenten**. Dazu zählt natürlich aktuell vordergründig alles, was mit Klima zusammenhängt. Im Speziellen jedoch auch die **richtige, vollständige Kennzeichnung unserer Produkte, eine klare Herstellerangabe mit entsprechendem Kontakthinweis und insbesondere das Vermeiden unnötiger Packstoffe**.

Wir tun dies sehr verantwortungsbewusst und fühlen uns besonders motiviert, dies auf Basis freiwilliger Selbstverpflichtung auch weiterhin sehr proaktiv voranzutreiben. (In diesem Zusammenhang sei die gute **Zusammenarbeit mit der AMA und der ARA** erwähnt.)

Wir wollen an dieser Stelle einmal mehr an die diesmal neue Regierung appellieren, vom Gold Plating abzusehen, wenn es um die **angepeilte, national verpflichtende Herkunftsabgabe bei verarbeiteten und verpackten Lebensmitteln** geht: Diese sollte keinesfalls über geltendes EU-Recht hinausgehen.

Wir sagen ein klares NEIN zur direkten Benachteiligung österreichischer Erzeugerbetriebe gegenüber Importeuren aus dem Ausland. Dies führt zu **erheblichen Mehrkosten** in der **Wertschöpfungskette** und **ignoriert** die teilweise, auch saisonal recht **mangelhafte Eigenversorgung bei vielen Rohstoffen zur Lebensmittelherstellung.**

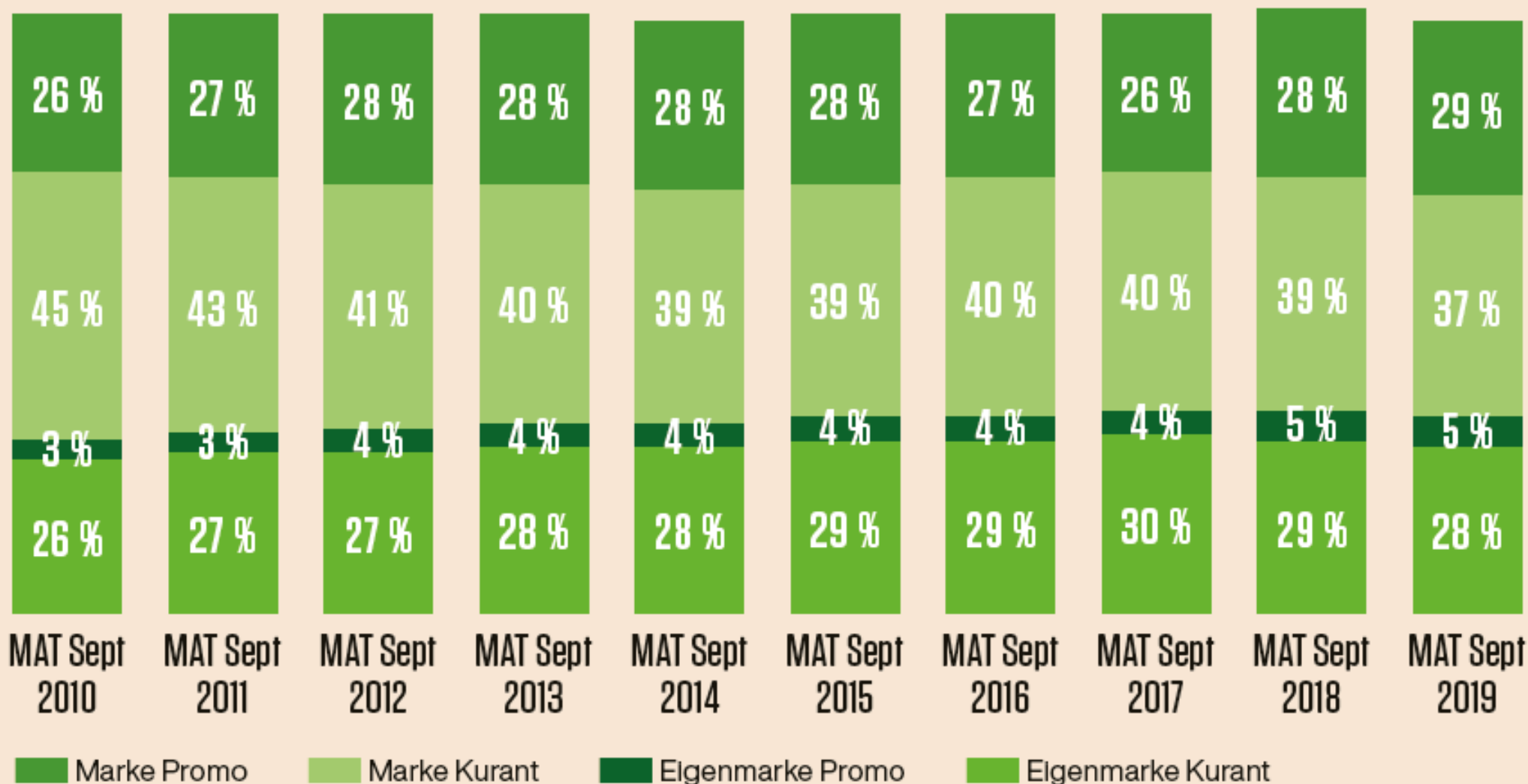
Marken stehen mit ihren Konsumenten in reger Interaktion – zunehmend eben auch auf digitalen Plattformen und Kanälen. Da ist es gerade für den **Wirtschaftsstandort Österreich** besonders belastend, wenn in einem **so kleinen Markt** gerade dafür **zusätzliche Steuern (mehr als anderswo!)** eingehoben werden: Die **Werbeabgabe** wurde entgegen der Zusage vom damaligen Kanzler Kurz **nicht auf 3% (von geltenden 5%) gesenkt**, sondern noch um eine **Digitalsteuer von weiteren 5% ergänzt!** Damit unterliegt die werbende Wirtschaft im Umlandvergleich allein in Österreich einer nun alles abdeckenden 5%igen Werbesteuer! Wir sehen dies als **extrem einseitige Benachteiligung der österreichischen Wirtschaft!**

Die neuen Verantwortlichen in der Politik wären gut beraten, vor dem Hintergrund voller Budgettöpfe und eines sich abzeichnenden Konjunkturabschwungs **nicht nur die Schaumweinsteuer abzuschaffen, sondern generell den Abgabendruck auf die Wirtschaft zurückzunehmen.**

Auch sollten sie wieder etwas **mehr Augenmaß bei Regularien** walten lassen. Die (Export-)Wirtschaft und der Standort werden es sicher mit nachhaltigem Wachstum danken!

Das starke Wachstum der Markenpromotions stoppt das Handelsmarken-Wachstum in den letzten zwei Jahren

Umsatzanteil FMCG exkl. Frische in %



Quelle: AT GfK, Consumer Panel Total