



Österreichischer Verband
der Markenartikelindustrie

Markenartikelverband
Am Heumarkt 12
A-1030 Wien

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

Presseinformation

Besser mit der Marke! Das Original.

Wohl niemand hätte 1997, als die erste Gemeinschaftskampagne des Markenartikelverbands startete, gedacht, dass sich die Marken von nun an jedes Jahr zu einer gemeinsamen Kampagne zusammenschließen würden. Heute ist die Bewegung in ihrer Kontinuität einmalig: Die Herstellermarken haben in den letzten 25 Jahren über 500-mal teilgenommen.

*„Diese immer wieder neuen Kampagnen sind in ihrer jahrelangen Durchgängigkeit ein **weltweit wohl einzigartiges Manifest** für die starken Marken im Konsumgüterbereich“,* so Günter Thumser, Geschäftsführer des Markenartikelverbandes.

Auch in diesen schwierigen Zeiten setzen 27 Marken abermals ein **optimistisches Zeichen und beweisen über jeglichen Wettbewerb hinweg einen starken Zusammenhalt für den gemeinsamen Markengedanken**. Die erneut von Demner, Merlicek & Bergmann/DMB. entwickelte Kampagne nutzt Gestaltungselemente des Chats, um die Vorzüge der Herstellermarken noch stärker zu verdeutlichen.

*„Ich bin froh, dass wir auch heuer – trotz aller Widrigkeiten – die Gemeinschaftskampagne zustande bringen konnten. Sie hilft uns gerade in schwierigen Zeiten, die große gemeinsame Leistung der Herstellermarken für unsere Konsument*innen ins Blickfeld zu rücken“,* sagt Dr. Alfred Schrott, der neue Präsident des Markenartikelverbandes.



Natürlicher, wertvoller, einfacher, prickelnder, unwiderstehlicher, gepflegter, saftiger, sauberer... Mit den Originalmarken ist man immer besser dran. Das ist die gemeinsame Botschaft der 25. Kampagne in allen Medien.

Die immer stärkere digitale Gewichtung spiegelt sich auch in der diesjährigen Kampagne. Mit „3 gewinnt“ wurde ein Online-Spiel geschaffen, das den Konsument*innen ermöglicht, aus einer Reihe teilnehmender Marken ein Guthaben zu gewinnen, welches über die „marktguru“-Plattform einlösbar ist. Mariusz Jan Demner: „Es ist wichtig, dass die Kampagne den Stellenwert der Marken immer wieder mit neuen, zeitgemäßen Impulsen in der Öffentlichkeit stärkt.“

Marken als Motor in der Krise

In der gegenwärtigen Krise konnte man sehen, welches große Vertrauen sich die Herstellermarken erarbeitet haben. Trotz weniger Preisaktionen konnten starke Marken einen Zuwachs verzeichnen. Die Investitionen in Qualität, Innovation, aber auch gesellschaftliche und ökologische Verantwortung machen sich in Krisenzeiten bezahlt. Gerade heute sehen Konsument*innen in der Marke die ersehnte Sicherheit. Kein Wunder, dass das **Vertrauen in die Marke** sogar stärker ist als der **Aktionspreis**.

Eigenverantwortung statt Verbote

Für Marken ist es wichtig, dass sie frei mit ihren Kund*innen kommunizieren können. Das gilt besonders in der aktuellen Situation. Ein voreilendes Übererfüllen kommender EU-Richtlinien bringt für die in Österreich tätigen Unternehmen sowohl am Heimmarkt als auch im Export gravierende Nachteile. Weitere Werbeverbote, wie sie im Zuge eines österreichischen Nährwertprofils zur Diskussion standen, sind da kontraproduktiv. Die **Markenartikelindustrie agiert ohnedies aus ihrem Selbstverständnis heraus vorausschauend und verantwortungsvoll mit funktionierenden Selbstbeschränkungen** in sensiblen Bereichen.

90 Jahre Engagement für die Marke

Um das Bewusstsein für Marken in der Öffentlichkeit zu stärken und die unterschiedlichen Anliegen gegenüber Politik und in der Gesellschaft zu vertreten, **gründeten die Markenartikelunternehmen vor nunmehr 90 Jahren den österreichischen Verband der Markenartikelindustrie**. Mit über 100 Mitgliedern repräsentiert er erfolgreich die Interessen sowohl der österreichischen Hersteller als auch international tätiger Markenartikelunternehmen und appelliert mit der Gemeinschaftskampagne: „Achten Sie auf die Marke! Das Original.“