



„Wo keine Marken, da kein Wettbewerb“

Markenbotschafter

Markus Liebl, Günter Thumser, Margarete Schramböck und Mariusz Jan Demner.

Die Kampagne des Markenartikelverbands für die Kraft der Marke steht heuer unter dem Motto „Eine Marke, ein Wort“.

... Von Dinko Fejzuli

Dienstag dieser Woche lud der Österreichische Verband der Markenartikelindustrie zu einer Pressekonferenz, die unter dem Motto stand „Eine Marke, ein Wort“.

Für die Kraft der Marke sprachen dieses Mal: Markus Liebl,

Präsident des Österreichischen Verbandes der Markenartikelindustrie und Vorstandsvorsitzender der Brau Union AG, Margarete Schramböck, Ministerin für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort, Günter Thumser, Geschäftsführer des Österreichischen Verbandes der Markenartikelindustrie, und Mariusz Jan Demner, Demner, Merlice & Bergman.

Und so wie auch in den vergangenen Kampagnen ging es auch dieses Mal vor allem darum, den Wert der Marke und die Bedeutung und Wichtigkeit von Konsumgütern, deren Markenname für gute Qualität und die Kraft der Marke steht, in den Vordergrund zu stellen.

Heuer geht man ins 22ste Kampagnenjahr, und was 1997 als Idee begann, hat sich im Lau-

fe der Jahre zur konsequenten, publikumswirksamen Initiative für Markenartikel entwickelt: Mehr als 800 Mal entschieden sich Unternehmen seitdem, an der Gemeinschaftskampagne des Österreichischen Markenartikelverbands teilzunehmen.

Und so führten seit dem Start der Markenartikelkampagne vor nun 22 Jahren rund 270.000 Plakate, 700 Sujets und 2.500