



## MEDIENINFORMATION

Wien, 1. Juni 2011

Wirtschaft/Werbung-Medien-Marketing/Kommunikation

# VÖW: Trends der Asien-Messen

Werbemittelhändler-Präs. Fritz Bauer ortet Problemfelder für die Branche

Nach seiner Rückkehr von den großen Fernost-Messen in Hong Kong ([Gift/PREMIUM](#)) und Kanton ([CANTON FAIR](#)), bei denen sich die Branche traditionell über aktuelle Neuheiten informiert, zog Fritz Bauer, Präs. des Verbands der Werbemittelhändler Österreichs ([VÖW](#)), Bilanz über Trends und neue Entwicklungen. Grundlegend sei die Stimmung nach der Wirtschaftskrise in den letzten beiden Jahren wieder gut, es mache sich Optimismus breit.

### **Lieferschwierigkeiten – Preissteigerungen - Sicherheitsmängel**

Dennoch sieht Bauer für die Importeure neue Problemfelder am Horizont. Zum einen wären dies Lieferschwierigkeiten durch Arbeitskräftemangel im Süden Chinas, dem Zentrum der Produktion für die meisten Werbeartikel. Bauer: „Neu angesiedelte Betriebe im Norden des Landes ziehen hier massiv Arbeitskräfte ab.“

Zudem bringe der wachsende Binnenmarkt und die steigenden Rohmaterial-Preise, vor allem bei Baumwolle und Stahl, Preissteigerungen von rund 20 Prozent mit sich. Auch die Transportkosten seien, so Bauer, steigend.

Im Bereich der immer wieder auftretenden Sicherheitsmängel, vor allem bei Spielsachen, elektronischen Haushaltsgeräten und Produkten rund um Heim und Freizeit, sei durch den Beitritt Chinas zur WTO ([World Trade Organisation](#)), die verbindlichen Richtlinien für die Fertigung sowie Arbeitsgrundlagen vorschreibt, eine leichte Besserung eingetreten. Bauer: „Dennoch muss man hier unbedingt darauf achten, dass auch alle europäischen Normen erfüllt werden.“ Wichtig wäre es zudem, Audits der Stammlieferanten zu erfragen oder Vorabprüfungen durch Kontrollfirmen zu organisieren. VÖW-Mitglieder seien hier gegenüber vielen Mitbewerbern jedenfalls im Vorteil, da sie auf die regelmäßigen Infos sowie den Reserach-Pool und die Ressourcen des Verbands zurückgreifen könnten.



Trotz dieser schwierigen Rahmenbedingungen wären aber neue Märkte wie Vietnam, Bangladesh, Pakistan und Indien noch nicht in der Lage, dem Haupterzeugerland China ernsthaft Konkurrenz zu machen, da es hier primär noch am Know-how und der nötigen Erfahrung im Produktions-Prozess fehle.

### **Zum VÖW:**

Der [Verband österreichischer Werbemittelhändler \(VÖW\)](http://www.werbemittelhaendler.at) - <http://www.werbemittelhaendler.at> - wurde 1991 gegründet und ist die Interessenvertretung von Werbeartikelimporteuren und -herstellern in Österreich. Der VÖW besteht aktuell aus 65 Mitgliedern, darunter sowohl Hersteller als auch Händler. Die Ziele des Verbandes sind die Erhaltung, Marktfestigung und Weiterentwicklung der dreidimensionalen Werbung. Zudem tritt der VÖW für die Verbesserung der rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen ein und ist Ansprechpartner für alle branchenbezogenen Themen. Ebenso will man die Wettbewerbsfähigkeit im Hinblick auf die neuen Märkte der erweiterten Europäischen Union sicherstellen und konsequent steigern. Der VÖW ist auch Gründungsmitglied der EPPA (European Promotional Products Association), der Interessensvertretung der Branche innerhalb der EU. Alle Mitglieder werden nach strengen Aufnahmekriterien ausgewählt und verpflichten sich, den Verhaltenskodex (Code of Conduct) des VÖW einzuhalten.

**Rückfragen:** AiGNER PR, Heidi Schuller-Hrusa  
Tel.: 01/718 28 00-11  
[heidi.schuller-hrusa@aigner-pr.at](mailto:heidi.schuller-hrusa@aigner-pr.at)

VÖW, Präs. Fritz Bauer  
Tel.: 01/544 87 30-0  
[office@werbemittelhaendler.at](mailto:office@werbemittelhaendler.at)