



# „Ein Kugelschreiber, der nicht schreibt, hilft niemandem“



Konrad Godec ist als Präsident des VÖW nun zum zweiten Mal in dieser Funktion und langjährig selbst mit seiner Firma Kolibri tätig. © VÖW

**HORIZONT:** Was ist die Hauptaufgabe des Verbandes Österreichischer Werbemittelhändler (VÖW)?

**Konrad Godec:** Die Hauptaufgabe ist es einerseits, Mitglieder in Österreich dazuzugewinnen, die unsere Normen und unsere Vorgaben erfüllen. Sprich: Sie müssen eine gewisse Zeit am Markt sein, einen gewissen Umsatz machen, müssen den Code of Conduct des VÖW berücksichtigen und sich an die Gesetzeslage halten. Das alles scheint zwar ganz selbstverständlich, ist aber nicht

immer so. Es gibt zum Beispiel bei USB-Sticks oder Verpackungen gewisse Gebühren, zu denen man sich selbst anmelden muss. Hier funktioniert das Kontrollsystem noch nicht optimal. Wir nehmen aber nur Leute in den Verband auf, die diese Vorgaben einhalten. Andererseits ist es uns ein Anliegen, dass unsere Verbandsmitglieder bei den Händlern, die auf Umweltschutz achten, vermehrt einkaufen. Und natürlich dass Menschen landesgerecht entlohnt werden und es keine Kinderarbeit gibt. Die Firmen, die bei

uns dabei sind, müssen den Code of Conduct unterschreiben, und wenn man merkt, dass jemand sich nicht daran hält, wird das im Gespräch geklärt, wenn er es dann immer noch nicht tut, wird er ausgeschlossen.

**HORIZONT:** Wie kann man eine ordentliche Entlohnung oder eine Produktion ohne Kinderarbeit denn überhaupt sicherstellen?

**Godec:** Also eine 100.000-prozentige Überprüfung gibt es nicht. Aber wir als VÖW-Vorstand mit sieben Leuten sind sehr oft direkt in den produzierenden Ländern und besuchen dort die Lieferanten regelmäßig unangemeldet. Zusätzlich gibt es auch seit circa drei Jahren, nach dem großen Skandal mit dem Kinderspielzeug, starke Kontrollen seitens der chinesischen Regierung. Damals wurden in Folge circa zwei Drittel der Firmen zugesperrt. Und es ist hier tatsächlich zu einem Umdenken gekommen.

**HORIZONT:** Gibt es noch andere Möglichkeiten der Überprüfung?

**Godec:** Wir setzen zusätzlich noch Überprüfungsfirmen ein, die unangemeldet hinfahren, sich die Lage ansehen, mit Leuten reden und auch schauen, wer dort arbeitet. Sie überprüfen, was die Leute bezahlt bekommen, wie die Ware aussieht, ob man sich an die Zertifizierungen hält und wo die Rohstoffe herkommen. In Deutschland und Holland sind die Firmen ja, Gott sei Dank, weiter und legen von vornherein die Zertifikate vor.

**HORIZONT:** Gibt es eine Ausbildung für Werbemittelhändler?

**Godec:** Leider gibt es die noch nicht. Die Branche hat sich in den letzten 20 Jahren stark verändert. Vor 20 Jahren haben die Gesetzeslage oder die ganzen Umweltschutzbedingungen niemanden interessiert. Es ist alles importiert und auch verkauft worden. Niemand hat nachgeschaut, welche Materialien verwendet werden oder ob es recyclebar ist. Es wurde sehr viel billige, teilweise unnütze Ware hergeschickt. Das hat sich jedoch aufgrund des Verhaltens unserer Kunden geändert. Heute geht der Trend zu hochwertigeren Artikeln. Denn ein Kugelschreiber, der nicht schreibt, sondern nur patzt, hilft niemandem etwas.

**HORIZONT:** Was heißt das für die Entwicklung?

**Godec:** Genauso hat sich der Zugang zum Beruf Werbemittelhändler geändert. Jeder, der vor 20 Jahren ein Handy und ein Fax hatte, wurde Werbemittelhändler. Erst als sich das Verhalten der Kunden gegenüber Umwelt und Recycling geändert hat, hat sich die Spreu vom Weizen getrennt. Jetzt braucht man ein gewisses Grundwissen sowohl bezüglich der Gesetzeslage als auch der Materialien. Die Zukunftsvision des Verbandes wäre die Installation eines Lehrberufes Werbemittelhändler.

**HORIZONT:** Wie viele Werbemittelhändler gibt es ungefähr in Österreich?

**Godec:** Wir haben in Österreich über 600, aber ein Großteil davon sind Ein-Mann-Firmen. Sie starten, indem sie den Handel anmelden, von irgendeiner Firma jemanden kennen, der Werbeartikel einkauft, und diesen dann als Startkunden benutzen. Solange der bei denen kauft, sind sie da, und danach verschwinden sie wieder. Auch Copy-Shops sind Werbeartikelhändler. Das macht uns eigentlich sehr zu schaffen, weil diese Leute relativ wenig wissen und die Kunden dann verärgert sind, wenn ihnen etwas verkauft wird, was nicht ihren Erwartungen entspricht.

**HORIZONT:** Was wünschen Sie sich für den Verband Österreichischer Werbemittelhändler für die Zukunft?

**Godec:** Dass wir mehr Mitglieder in Österreich bekommen, die die Kriterien erfüllen. Wir wünschen uns, dass sowohl das Bewusstsein der Verbandsmitglieder, der Hersteller als auch das der Branche für Umwelt und Recycling steigt. Wir wünschen uns, dass es den gelernten Werbemittelhändler als Lehrberuf gibt und dass das Ansehen des Werbemittelhändlers selbst den Stellenwert erreicht, den er verdient hat. Denn wenn ich dem Kunden ins Bewusstsein bringe, dass es sinnvoll ist, die Stückzahl zu minimieren und mehr Augenmerk auf die Qualität und Funktion zu legen, bekommt der Werbeartikel selbst einen ganz anderen Stellenwert.

Interview: Elisabeth K. Fürst