

**Protokoll
zur
Generalversammlung
des
Verbandes Österreichischer Werbemittelhändler**

Donnerstag, 22. Juni 2017 – 9:30 - 16:00 Uhr

Sporthotel Wagrain, Wagrain

Tagesordnung

1) Begrüßung durch den Präsidenten

Präsident Konrad Godec begrüßt die anwesenden VÖW-Mitglieder, Michael Freter (PSI), Wilfried Antlinger (creativ Messe Salzburg) sowie Ehrenpräsident Fritz Bauer und die beiden Kassaprüfer Karl Lehr und Gabriele Reif bzw. Paul Prihoda und Barbara Pertl (cip).

2) Programm Sommermeeting 2017

Programmübersicht durch Wolfgang Kohout

3) Agenda 2020

Paul Prihoda fasst die PR/Öffentlichkeitsarbeit der vergangenen zwei Jahre zusammen. Die Frage, ob zukünftig Geld für Inserate in die Hand genommen wird, bleibt dabei unbeantwortet.

Die Vorteile der Mitglieder hebt schließlich Gerhard Wagner hervor und berichtet von einer möglichen Kooperation mit der Wirtschaftskammer. Der VÖW hat einen funktionierenden Apparat, langjährige Branchen-Erfahrung und kann auf erfolgreiche PR-Maßnahmen zurückgreifen. Das Gespräch mit der WK wird weitergesucht.

Die Agenda 2020 wirft einen Blick in die Zukunft des VÖW. Das Wichtigste für Klaus Pohn dabei ist: Ein gemeinsames Miteinander!

Detaillierte Präsentation wird auf der Homepage zur Verfügung gestellt

4) Besuch Hr. Freter PSI

Hr. Freters oberstes Ziel ist es, die Bedeutung des Werbemittels zu erhöhen. Werbeartikelhändler sind ein effizienter Werbekanal – das müssen die Leute begreifen. Freters Appell an die Mitglieder: Die PSI braucht eure Unterstützung!

Das PSI ist aber nicht nur die Messe. Das PSI wurde vor mehr als 55 Jahren gegründet. Dabei stellte sich zu Beginn die Frage: Braucht es diese Organisation noch? Die Antwort ist eindeutig: JA! Es gibt keine übergreifende bzw. unterstützende Verbandsarbeit. Es ist auch nötig, Industriekunden von der Branche zu überzeugen. Die Werbeartikel müssen in Kampagnen eingebaut werden – das wird nach wie vor zu wenig gemacht. Deshalb braucht es einen überparteilichen Treffpunkt: das PSI. In den vergangenen Jahren ist die Messe nach der Wirtschaftskrise wieder gewachsen. Die PSI-Messe ist umfassend und marktabbildend. Das PSI hat 6.500 aktive Mitglieder.

Problem: Es gibt kaum offizielle Zahlen – das muss geändert werden. Umsätze, Werbemaßnahmen, ... müssen offengelegt werden.

Um mehr Kunden anzusprechen, wurde bei der PSI-Messe 2017 der 1. Industriekunden-Tag eingeführt – das führte zu massiven Diskussionen. In der Branche müssen sehr viele Einzelinteressen unter einen Hut gebracht werden – deshalb ist die Verbands- und Messearbeit in dieser Branche auch so schwierig. Industriekunden müssen deshalb sein, weil der Werbeartikel im Marketing-Mix eine große Bedeutung hat.

Freter bietet dem VÖW eine vertiefende Zusammenarbeit mit dem PSI an. Das PSI macht unter anderem internationale Studien, bei denen „Österreichwerte“ herausgearbeitet werden können.

Vorschlag Paul Prihoda: Wäre es möglich, dass der VÖW gemeinsam mit Studenten aus dem Bereich Marketing die PSI-Messe besuchen könnte? Freter bejaht und bietet Kooperation an.

Alle PSI-Mitglieder unterzeichnen im Rahmen ihres Beitritts einen Ehrenkodex. Dieser wird für den VÖW angefordert und eventuell für die VÖW-Mitglieder adaptiert.

Was macht das PSI Institut: Es bietet Serviceleistungen und Produkte für Weiterbildung wie Verkauf oder Argumentationsmaßnahmen. Weitere Ideen und Vorschläge für Verbesserungen können von den VÖW-Mitgliedern gerne an Freter weitergeleitet werden. Ziel ist es, sich weiterhin vom unseriösen Wettbewerb abzugrenzen.

Branchenbarometer: Dazu wurden 2.000 Unternehmen europaweit befragt. In einem eigenen Magazin werden schließlich aktuelle Fragen und Themen besprochen: Direktvertrieb, Gesetzesänderungen. Verbände aus ganz Europa machen mit – mittels Link mit Fragebogen an die Mitglieder. Sonderauswertung für Österreich ist laut Freter möglich.

Europaweite Strukturanalyse der Branche in Planung: Es muss endlich offizielle Zahlen geben, wie viele Unternehmen in der Branche tätig sind, wie viele Mitarbeiter in der Branche tätig sind. Diese Zahlen sind wichtig für die Lobbyarbeit! Die Frage der Finanzierung ist derzeit noch offen.

PSI veröffentlicht noch andere Broschüren: Beispiel: Übersicht über Zertifikate – Versand an Mitglieder über VÖW möglich.

Das PSI setzt sich auch für Nachhaltigkeit ein. Freter weiß, das Thema ist in der Branche nicht beliebt und kostet Geld. Trotzdem geht es uns alle etwas an. Unternehmen können sich aufgrund ihrer Nachhaltigkeitsarbeit besser positionieren: ist ein Verhandlungsvorsprung! Das PSI vergibt deshalb auch einen Nachhaltigkeits-Award. Gewinner erhalten so noch mehr Medienpräsenz im Rahmen der PSI-Magazine. Nachhaltigkeit ist wichtig für die Seriosität der Branche! Vor allem können alle Händler mittun: vom EPU bis zum Konzern. Der Award hat nicht nur mit Produkten an sich zu tun.

Das PSI bietet seinen Mitgliedern aktive Beratung an. Bei Anfragen zu einem bestimmten Thema (Wahlen, Ostern, Weihnachten, Trends) werden professionelle Antworten geliefert. Es werden auch Lieferanten-Daten an den Handel weitergegeben.

Das PSI veranstaltet auch Seminare, Round Tables zu unterschiedlichsten Themen. Ein Händler-Leistungsvergleich ist ebenso möglich – hier kann das eigene Unternehmen in verschiedenen Bereichen professionell analysiert werden (Controlling, Marketing, Vertrieb,...). Das eigene Unternehmen wird dann mit anderen ähnlichen Betrieben (zB dieselbe Mitarbeiterzahl) verglichen.

Diskussion:

Frage aus dem Plenum: Die Datenaufbereitung der Lieferantenpartner lässt zu wünschen übrig. Der Arbeitsaufwand für die Händler ist einfach zu groß. Kann das PSI hier Druck ausüben?

Freter: Es gibt hier verschiedene Möglichkeiten. In letzter Konsequenz sollte gelten, dass wenn die Datenqualität nicht passt, werden die Daten nicht mehr verwendet/wird der Lieferantenpartner nicht mitpräsentiert. Diese Ansage sollte auch vom jeweiligen Verband kommen!

Frage aus dem Plenum: Der PSI-Webshop bedarf einer Überarbeitung.

Freter: es arbeitet hier bereits ein Team an der Verbesserung.

Vorstellung creativ Messe in Salzburg: Ist eine Kooperation mit dem VÖW möglich? Es ist ein Pavillon mit Werbeartikelhändlern bei der creativ Messe in Salzburg geplant. Es handelt sich um eine Fachmesse für den Einzelhandel – keine privaten Besucher. Ein Info-Stand vom VÖW aber auch von diversen Händlern (und ihren Produkte) wäre möglich.

Roman Klucsarits und Wilfried Antlinger haben Kontakt diesbezüglich.

Detaillierte Präsentation wird auf der Homepage zur Verfügung gestellt.

5) VÖW-Produktkatalog – 2. Auflage

Günter Seybold: Der 2. Katalog war für die Verantwortlichen kaum stemmbar. Es war unmöglich, die Daten rechtzeitig zu bekommen, das Nachtelefonieren war unerträglich. Der Katalog war ein mühsames Projekt. Es wurde eine Datenbank zugekauft, um schneller arbeiten zu können, doch es gab Probleme: Die Daten wurden wieder von der Datenbank genommen, obwohl sie noch nicht verarbeitet waren, es gab immer wieder doppelte Arbeit - ein irrsinniger Aufwand. Es war sinnlos, Daten vor Weihnachten anzufordern, die Daten waren einfach nicht da bzw. sind sie nicht so angekommen, dass man sie weiterverwenden konnte, zum Teil musste alles ausgetauscht werden.

Im Katalog sind 320 Artikel vertreten, es gibt 15 Mutationen. Die ersten Rückmeldungen waren wieder positiv. Der Katalog wird gut angenommen, kommt an, ist gut gemacht. Und das trotz Digitalisierung! Der Mensch ist wohl so programmiert, dass er nach wie vor gerne haptisch blättert.

Ein strafferer Zeitrahmen für die Datenanlieferung ist unbedingt nötig:

-) Beginn der Datenanlieferung nach der PSI-Messe (9.-11.1.2018)
-) Ende der Datenanlieferung: 2.2.2018
-) Danach: Start Korrekturlesen, Druckprozess
-) Auslieferung: Ende April/Anfang Mai

Nachfragen aus dem Plenum:

F: Ist der Druck in einer Reihe bzw. erfolgt die Auslieferung an alle gleichzeitig?

A: Ja – niemand wird bevorzugt. Bei Verzögerungen muss bei der Post/Lieferdienst nachgefragt werden.

F: Ist es möglich, den Katalog nur als pdf zu bekommen? Kein haptischer Katalog?

A: Es spricht nichts dagegen, Kosten (kein Druck) müssen neu berechnet werden.

F: Wie wird der Katalog (vor allem die Deadlines) kommuniziert?

A: Der VÖW muss strenger sein. Konsequenzen fürs Nichteinhalten müssen spürbar sein. Der VÖW ist beim Katalog ein Bittsteller: Er muss jedem nachrennen. Aber: Wenn Gegenüber sich zum Mitmachen entschieden hat, (Händler/Lieferant) bis zur Deadline aber keine Daten liefert, muss er die Seiten trotzdem bezahlen. Diese Seiten werden an andere Händler/Lieferanten weitergeschenkt. Jene, die ohne Inhalte im Katalog vertreten sind, bekommen die neutrale Version. Es muss im Vorfeld eine entsprechende Klausel unterschrieben werden!

Es gab eine Anfrage von einem Händler: Muss man VÖW-Mitglied sein, um Katalog drinnen zu sein? Nein – die Kosten erhöhen sich aber.

Abstimmung: Soll ein dritter Katalog gemacht werden?

Mehrheit per Handzeichen dafür! Denn: Der Katalog wird gerne genommen. Ein Händler allein kann es sich nicht leisten, einen eigenen Katalog zu machen. Es wäre auch ein allgemeiner Katalog vom VÖW (Studien, allg. Inhalte) möglich.

6) Zweite Studie mit WU-Wien

Kathrin Schneider: Sehr, sehr interessante Präsentation der Studienergebnisse. Besonders spannend sind die Präsentationen der Studierenden. Alle VÖW-Mitglieder sollten sich das einmal ansehen. Es werden spannende Side-Informationen der Studierenden besprochen und man bekommt ein Gefühl für die Menschen: Wie ticken sie? Wie gehen sie an die Studie heran?

Die Studierenden haben in den Wohnungen geschaut, wie viele Werbeartikel dort zu finden sind. Viele Werbeartikel werden mit Erlebnissen kombiniert. Zu welchem Anlass hat der Student was bekommen? Das kann eben nur der Werbeartikel.

Studierende haben sich gefragt: Was fällt alles unter Werbeartikel? Wenn der DM oder Douglas eine Waschmittel- oder Parfum-Probe bereithält, ist das dann schon ein Werbemittel?

Es fehlt das Wissen, was ist ein Werbeartikel? Vielen ist der Unterschied zwischen Werbeprodukt und Marke nicht klar. Das kann durch Vorträge von VÖW-Mitgliedern ausgemerzt werden!

Studiengänge lassen den Werbeartikel einfach aus. Die Studierenden wissen kaum etwas dazu. Während des Workshops mit den Studierenden kommen dann die Aha-Erlebnisse!

Fragen aus dem Plenum:

F: Werbeartikel vs. Werbemittel! Wie definieren wir?

A: Werbeartikel ist ein haptisches Werbemittel...

7) Vortragstätigkeiten

Sehr erfolgreiche Vortragstätigkeit an Universitäten und Fachhochschulen. Sollten Kontakte bestehen, bitte um Info an den Vorstand – sämtliche Unterlagen werden gerne vom Verband zur Verfügung gestellt.

8) Abrechnung 2015/2016

Präsentation der Abrechnungen des Budgets 2015 und 2016

9) Kassenprüfung & Entlastung des Kassiers

Kassenprüfung durch die beiden Kassenprüfer Karl Lehr und Gabriele Reif
Ergebnis: Kassa in Ordnung und gut geführt
Einstimmige Entlastung von Wolfgang Kohout als Finanzvorstand

10) Entlastung des Vorstandes

Einstimmige Entlastung des Vorstandes durch die Mitglieder
Vorstand tritt geschlossen zurück und steht in dieser Form nicht mehr zur Verfügung – es gibt keinen Wahlvorschlag und keine Meldungen zur Mitarbeit im Vorstand.

Generationenwechsel nötig?

Offene Diskussion mit dem Plenum: Es müssen sich zumindest 5 Personen aufstellen lassen: Präsident, stv. Präsident und Schriftführer, Finanzvorstand, 2 Beiräte

11) Wahl des Vorstandes und der Kassaprüfer

-) Wahlvorschlag Vorstand:

- *) Klaus Pohn (Präsident)
- *) Kathrin Schneider (Schriftführerin)
- *) Wolfgang Kohout (Finanzvorstand)
- *) Stefan Radlgruber (Beirat)
- *) Anja Neumann (Beirätin)
- *) Christopher Hitsch (Beirat)

-) Wahlvorschlag Kassaprüfer:

- *) Gabriele Reif
- *) Karl Lehr

Wahlvorschlag einstimmig durch Handzeichen der Mitglieder angenommen.

Roman Klucsarits übernimmt unter dem neuen Vorstand erneut die Agenden des VÖW-Sekretärs.

Konrad Godec, Günter Seybold, Gerhard Wagner stehen als außerordentliche Beiräte weiterhin zur Verfügung. Sie unterstützen und helfen dem neuen Vorstand gerne.

12) Impulsvortrag Datenschutz-Grundverordnung

Zusammenfassung:

- a) Analyse im Vorfeld: Welche personenbezogenen Daten werden im Unternehmen gespeichert bzw. bearbeitet? Fallen diese Daten eigentlich in die neue DSGVO?
- b) Schriftliche Dokumentation aller Sicherheitsmaßnahmen, die im Vorfeld getätigt wurden: Wann wurde zB welche Firewall (andere Sicherheitsmaßnahmen) installiert, upgedatet, wer hat Zugriff zu den Passwörtern, zu den PCs (vor allem von außen). Wie wurden die Mitarbeiter im Rahmen der neuen Regelungen geschult bzw. externe Auftraggeber (Administratoren, ...) darüber in Kenntnis gesetzt?

- c) Sofortige Einleitung von Kommunikationsmaßnahmen, wenn nur der Verdacht des Datendiebstahls existiert: Zuallererst ist eine Meldung an die Datenschutzbehörde nötig. Wer, was, wann, wo, wie ist passiert? Danach startet die Kommunikation an alle möglichen Betroffenen (Kunden, Geschäftspartner, Mitarbeiter).

Tipp: Im Vorfeld sollte ein interner Prozess überlegt werden, wie der individuelle Ablauf ist, wenn ein Datendiebstahl tatsächlich passiert.
Es haftet IMMER der Geschäftsführer, in dessen Händen die Daten liegen!

ACHTUNG: Alle Händler sind verpflichtet, sich im Vorfeld über die DSGVO zu informieren (sie umzusetzen). Die Informationen von Paul Prihoda entbindet niemanden aus dieser Pflicht! Händler sollten sich auf jeden Fall an ihren Steuerberater wenden.

Detaillierte Präsentation wird auf der Homepage zur Verfügung gestellt.

13) Offene Diskussionsrunde

Gerhard Wagner: Danke an den alten und den neuen Vorstand. Es ist eine Freude für und mit dem VÖW zu arbeiten. Ist seit 27 Jahren im Vorstand und es war eine schöne Zeit. Es macht Spaß, dass hier neue Gesichter sitzen. Aber: Was wäre, wenn sich keiner gefunden hätte? Alle müssen Überlegungen anstellen, wie alle gemeinsam den neuen Vorstand unterstützen können. Gewisse Dinge können problemlos ausgelagert werden – punktuelle Geschichten sollen die Mitglieder übernehmen. Die Mitglieder des alten Vorstands stehen immer noch zum Erfahrungsaustausch zur Verfügung. Alle anderen sind aber auch eingeladen, mitzutun. Vor allem bei der Mitgliederakquise kommt es auf jeden einzelnen an.

Günter Seybold: Setzt Kataloggestaltung/Koordination fort.

Kathrin Schneider verspricht ein Konzept für den weiteren Fahrplan in naher Zukunft.

Feedback-Runde mit dem Plenum: Was fehlt? Was interessiert? Was sollen gemacht werden?

-) Lieferanten-Besuch war gut gemacht und ist sehr begrüßenswert. Weitere Besuche sollen folgen.

Kathrin Schneider: Diese Besuche machen nur dann Sinn, wenn genug Teilnehmer dabei sind. Hängt vom Interesse aller Mitglieder ab!

-) Fachvorträge beim Meeting sollen wieder stattfinden.

Kathrin Schneider: Fachvorträge werden diskutiert. Müssen zum VÖW passen.

-) Die Zeitabläufe (Katalog) müssen unbedingt eingehalten werden.

Günter Seybold: Es werden die besprochenen Maßnahmen gesetzt.

-) Lieferantenmesse noch nötig? Es kommen immer weniger Lieferanten, weil die Unternehmen die Reise nicht mehr bezahlen. Soll nur alle zwei Jahre eine Messe stattfinden? Soll die Messe an einem anderen Tag (Donnerstag) stattfinden?

Klaus Pohn: Der Vorstand wird sich dazu beraten und auch die Meinung der Lieferanten wird gehört.

-) Der Besuch von Freter wird als gut empfunden. Es sollen weiter Experten eingeladen werden.

WK-Synergien sollen genutzt werden. Der VÖW bekommt dadurch mehr Mitglieder, mehr Händler! Welche Bereiche deckt wer wie ab?

Christopher Hitsch verspricht weiterhin gegenseitigen Info-Austausch.

-) Broschüren der PSI auf Homepage bzw. verschicken

-) Workshop-Tag mit Vorträgen für Mitarbeiter

-) Was bekomme ich für meinen Mitgliedsbeitrag? Messe und Vortrag.

-) WU-Termine weiterhin ausschicken

-) Gerhard Wagner bittet um Abschluss um eine Schweigeminute für 2 Todesfälle innerhalb des VÖW.