

# Protokoll zum Meeting der ordentlichen Mitglieder des Verbandes Österreichischer Werbemittelhändler

Freitag, 15. Juni 2018 – 10:00 - 15:00 Uhr

Schloss an der Eisenstrasse

Das VÖW-Händlermeeting 2018 startete am Freitag, dem 15. Juni, mit einem Vortrag von **Michael Reiter** zum Thema „Mit Facebook und Google einfach mehr Kunden erreichen“. Anhand von zahlreichen Praxisbeispielen zeigte Reiter auf, wie effizientes Social-Media-Marketing heute aussehen kann, wie man online „gefunden“ wird und wie Kunden und neue Kunden künftig gezielt über Facebook – künftig auch verstärkt im B2B-Bereich – angesprochen werden können.

Nach einer kurzen Mittagspause begrüßte VÖW-Präsident **Klaus Pohn** die anwesenden VÖW-Mitglieder und gab einen Ausblick auf das Programm des Händler-Meetings. Als ersten Punkt der Agenda wurden die neuen Mitglieder **dreiDmarketing Werbeartikelgroßhandel GmbH, Five Points Promotion GmbH** sowie **Karl K. Goedde e.U.** vorgestellt. Ebenso wurden die neuen Lieferantenpartner **Art Di Como Design GmbH, Geiger Notes AG** sowie **WIL Langenberg GmbH** willkommen geheißen.

Pohn informierte zudem über das zuletzt ausgetretene Mitglied **Creativ Verlags- und Handelsges.m.b.H.** sowie die ausgetretenen Lieferantenpartner **Alta Seta GmbH & Co. KG** (möchte ab 2019 wieder dabei sein), **i.p.a. cosmetics / sweet GmbH, MACMA, Mid Ocean Germany GmbH** und die **SND Porzellan Manufaktur GmbH**.

Auf die Frage aus dem Plenum, ob die Lieferanten Gründe für ihren Austritt bekannt gegeben hätten, erklärte **Wolfgang Kohut**, dass keine konkreten Gründe genannt wurden, dass dies jedoch abhängig von den Geschäftsverläufen der jeweiligen Unternehmen sei.

**Paul Prihoda** (cip) fasste die Ergebnisse der zuletzt durchgeführten zwei Studien des VÖW in Kooperation mit der WU Wien zusammen. Er betonte dabei, dass es aufgrund der veröffentlichten Studien gelungen sei, den Nutzen und die Qualität von Werbeartikeln wissenschaftlich fundiert und valide aufzubereiten. Ebenso seien die wissenschaftlichen Erkenntnisse der Studien über die Landesgrenzen hinaus auf großes Interesse gestoßen. So habe das Branchennetzwerk PSI Interesse an einem gegenseitigen Austausch der Forschungsergebnisse gezeigt, eine entsprechende Kooperation werde angedacht, müsse aber noch genauer geprüft werden. Außer Frage stehe, dass die vollständigen Ergebnisse der Studien nur den VÖW-Mitgliedern zur Verfügung stehen.

Vize-Präsidentin **Kathrin Schneider** berichtete über die im vergangenen Jahr stattgefundenen Lehrkooperationen. Die Vorträge an der Karl-Franzens-Universität in Graz durch VÖW-Vorstand **Stefan Radlgruber** sowie an der FH St. Pölten und der WU Wien hätten eindrucksvoll gezeigt, wie groß das Interesse der Studierenden im Fachbereich an mehr Informationen zu Werbeartikeln ist. Ebenso werde dadurch das enorme Potenzial des Werbeartikels im Marketing-Mix sichtbar. Schneider hob die Wichtigkeit dieser Vorträge hervor, insbesondere bei jener Zielgruppe, die selbst in ein paar Jahren entsprechende Marketing-Budgets verwalte und so fundierte Entscheidungen treffen könne. Die Gastvorträge und Lehrkooperationen werden daher auch im nächsten Jahr fortgesetzt.

Auf Nachfrage des Plenums ergänzte **Schneider**, dass man mit den entsprechenden Universitäten abklären werde, ob in Einzelfällen auch BesucherInnen seitens des VÖW an den Gastvorträgen teilnehmen können. Schneider formulierte den Wunsch an alle Mitglieder, etwaige Kontakte im näheren Umfeld zu FHs bzw. HAKs zu reflektieren, um Vorträge auch hin zu diesen Lehreinrichtungen ausdehnen zu können. Darüber hinaus wurden alle Mitglieder dazu eingeladen, etwaige Case Studies aus ihrem beruflichen Umfeld für weitere Vorträge zur Verfügung zu stellen, da diese bei den Studierenden besonders gut ankommen.

**Schneider** informierte daraufhin auch über den erfolgreichen Besuch bei Riedel/Spiegelau/Nachtmann im Rahmen der VÖW Event Academy. Sie verwies auf das rege Interesse der VÖW-Mitglieder und die interessanten Einblicke in die Produktion, die auf diesem Weg gewonnen werden konnten. Gleichzeitig wurde mit dem Plenum über die Fortführung und den nächsten Besuch im Rahmen der Event Academy diskutiert: Als Favorit fand Europe Match die größte Zustimmung, neben den weiteren Lieferanten Lynka und New Wave. Als geeigneter Zeitpunkt für den geplanten Betriebsbesuch in Ungarn wurde ein Termin im März 2019 vorgeschlagen. Ein detailliertes Angebot dazu wird noch ausgearbeitet und an die Mitglieder ausgeschickt.

Zudem informierte **Schneider**, dass aktuell Verhandlungen mit der Firma Doppler über eine Mitgliedschaft als neuer Lieferantenpartner im Gange seien. Zum Schwerpunkt textile Werbeartikel werde auch eine Kooperation mit der Modeschule Hetzendorf angedacht, da es hier entsprechende Kontaktmöglichkeiten gäbe.

**Andreas Slatner** (cip) fasste die Aktivitäten und Erfolge der PR/Öffentlichkeitsarbeit für den Zeitraum 2017/2018 zusammen: Insgesamt konnten im letzten Jahr zu den Fokusthemen „Neuer Vorstand“, „2. WU-Studie“ und „VÖW-Aktivitäten“ 20 Clippings in regionalen und überregionalen Medien mit einem Werbewert von rund 30.000 Euro generiert werden. Die Basis für die gelungene Berichterstattung wurde durch Presseaussendungen und Interviews gelegt.

**Kathrin Schneider** führte daraufhin aus, dass die etablierte Rubrik „Werbeartikel des Monats“ mit dem „Trendletter“ kombiniert und weiterhin monatlich ausgesendet werden soll. Hierzu sollen jeweils fünf Lieferanten eingeladen werden, Produkte, Themen oder Trends ein zu melden, um damit aktuelle Themenschwerpunkte aufzugreifen. Eine erste Reaktion der Lieferanten zum Trendletter sei sehr positiv, so Schneider. Zudem kann aus den Einsendungen der Mitglieder der Werbeartikel des Monats transparent gewählt werden. Da jedoch seitens der Mitglieder kaum Interesse ersichtlich ist, wurde das Plenum gefragt, ob die Rubrik „Werbeartikel des Monats“ weiterhin bestehen bleiben soll.

Das Plenum signalisierte breite Zustimmung, künftig wird daher auch der Trendletter entsprechend umgesetzt. Dafür wird zukünftig ein Redaktionsteam zusammengestellt. Die entsprechend aufbereiteten Inhalte und Informationen über aktuelle Angebote werden im Mitgliederbereich auf der VÖW Website zur Verfügung gestellt. Generell sollen die Mitglieder mit einem kurzen Mail über etwaige neue Inhalte, Timelines, Fotos und Grafiken informiert werden.

**Schneider** führte fort, dass aktuell der 3. VÖW Mitglieder-Katalog von den Verantwortlichen im Projektteam (**Kathrin Schneider, Anja Neumann und Roman Klucsarits**) fristgerecht und kosteneffizient umgesetzt wurde. Der Katalog ist ein wesentliches Produkt des VÖW und daher ist es umso wichtiger, diesen mit vereinten Kräften voranzubringen. Der Arbeitsaufwand war jedoch sehr groß und hat den Beteiligten einiges abverlangt.

Als Ausblick auf den 4. Mitglieder-Katalog wurde im Plenum festgehalten, dass das aktuelle Layout sowie die Papierauswahl (70g) für die nächste Auflage beibehalten wird. Etwaige Mehrfachnennungen gleicher Produkte, wie im Fall einer Campingleuchte, sind trotz genauester Kontrolle nicht vollends vermeidbar. Man werde jedoch genauestens darauf achten, eine noch ausgewogenere Aufteilung der verschiedenen Werbeartikel zu gewährleisten.

Darüber hinaus ist angedacht, dass Lieferanten nicht mehr nur Produkte präsentieren, sondern auch Image-Seiten einbinden können. Auch die Auflagenzahl des Katalogs wird für die nächste Ausgabe höher angesetzt, da so auch die Produktionskosten sinken. Weiterhin gilt eine Mindestbestellmenge von 100 Stück. Eine verbindliche Bestellliste für den 4. Katalog wurde den Mitgliedern zur Unterschrift vorgelegt.

**Paul Prihoda** (cip) gab einen Ausblick auf die für das Wintersemester 2018/19 geplante 3. VÖW-Studie in Kooperation mit der WU. Die Studie widmet sich dem Thema der Optimierung von Werbemitteln aus Sicht der Konsumenten: Welche Anforderungen haben unterschiedliche Zielgruppen (z.B. Gruppierung nach Alter) an Werbemittel; Welche Eigenschaften sind bei Werbemitteln für die einzelnen Segmente besonders relevant?

Die wissenschaftliche Umsetzung wird über mehrere der Hauptstudie vorgelagerte, qualitativ explorative Untersuchungen gewährleistet. Eine repräsentative Umfrage, als österreichweite Erhebung (n = 750) wird valide Ergebnisse liefern. Als Projektleiterin seitens der WU zeichnet erneut Frau Univ. Prof. DDr. Bernadette Kamleitner verantwortlich. Das VÖW-Projektteam besteht aus Klaus Pohn, Kathrin Schneider, Konrad Godec und Gerhard Wagner. Die Agentur Prihoda wird dafür sorgen, dass die Ergebnisse der Studie dann medienwirksam verbreitet werden.

Ebenso werden 2018/19 die Lehrkooperationen fortgesetzt, so Schneider. Geplant ist unter anderem ein Besuch der FH Wien der WKW. Die Mitglieder werden dazu noch genauer informiert (siehe dazu auch den Abschnitt Lehrkooperationen weiter oben).

Nicht zuletzt hat auch der Gastvortrag von Michael Reiter gezeigt, dass es notwendig sei, sich als Verband dem Thema Social Media zu öffnen. Daher wurde im Rahmen des Händlermeetings das Konzept „VÖW goes Social Media“ zur Diskussion gestellt. **Andreas Slatner** (cip) präsentierte dem Plenum die Konzeptidee „VÖW-Blog“: Im Rahmen einer integrierten Kommunikation stellt ein Blog als Leitmedium für den VÖW die beste Lösung dar. Dieser fungiert als „Datenbank“ für jegliche Informationen sowie Expertenwissen, bietet Lieferanten und Mitgliedern die Möglichkeit zur thematischen Mitgestaltung, gewährt Insights in die Welt der Werbemittelbranche sowie Einblicke in Zielgruppen- und Marketing-Themen. Davon ausgehend können die aufbereiteten Berichte und Fachthemen insbesondere für Pressearbeit und Influencer Relations verwendet werden.

Das Konzept für den VÖW-Blog stieß auf breite Zustimmung im Plenum und es wurde vereinbart, den Blog als Pilotprojekt zu starten. Nach einem Jahr wird evaluiert, welche Erfolge erzielt werden konnten. Zudem wurde aus dem Plenum der Punkt „Suchmaschinen-Optimierung“ (SEO) an das Präsidium des VÖW herangetragen. Gefragt ist ein Angebot für VÖW-Mitglieder, von dem alle profitieren können. Dazu wurde festgehalten, eine entsprechende Empfehlung einzuholen.

Als nächsten Punkt informierte **Kathrin Schneider** über die Akquise neuer Mitglieder und dass hier alle gefordert seien, aktiv weitere Vorschläge einzubringen.

**Schneider** berichtete den Mitgliedern auch von den aktuellen Fortschritten der Arbeitsgruppe Gremium 318 in der WKO: Die WKO hat ein Image-Video sowie einen Compliance-Leitfaden zu Werbeartikeln erstellt, die von den Mitgliedern personalisiert und verwendet werden können. Ebenso stellt die WKO Roll-Ups und JoJos als Werbematerial zur Verfügung, die entsprechende Verteilung erfolgt über das Landesgremium. Die WKO arbeitet zudem daran, eine neue Berechnungsmethode (ARA) zu etablieren und hat dazu angekündigt, einige Mitglieder einzubinden. **Konrad Godec** informierte das Plenum, dass er dazu bereits von der WKO kontaktiert worden sei und hier gerne mitarbeite. **Christopher Hitsch** wird weiterhin aktiv Informationen mit dem VÖW austauschen und als Schnittstelle zur WKO fungieren.

Im Rahmen der offenen Diskussionsrunde wurde im Plenum besprochen, wie das diesjährige Händlermeeting von der Aufteilung der Agenda bis hin zu den verschiedenen Programmpunkten von den Mitgliedern aufgenommen wurde. Es wurde allgemein positiv festgehalten, dass die Anzahl von 20 anwesenden Lieferanten dieses Jahr ein großer Erfolg gewesen ist. Man verständigte sich auch darauf, dieses Format einer zweitägigen Veranstaltung an einem Donnerstag und Freitag ebenso für die Vollversammlung im nächsten Jahr beizubehalten.

Das Sommermeeting 2019 wird wie gewohnt im Juni, dieses Mal im LOISIUM Hotel, in Langenlois stattfinden. Sobald alle Details geklärt sind, erhalten die Mitglieder weitere Informationen. Das Präsidium des VÖW bedankte sich bei den Mitgliedern für die aktive Teilnahme am Sommermeeting.