

## **Pressemitteilung**

# **Compliance – der schmale Grat zwischen Geschenk und Bestechung**

**Wien, am 19.07.2012 – In den letzten Jahren wurde dem Thema „Compliance“ immer mehr Aufmerksamkeit zuteil. Aufgrund zahlreicher Korruptionsaffären gegen Unternehmen und einzelne Personen wurden neue Gesetze zur Einhaltung von Richtlinien verabschiedet. Diese gehen soweit, dass sich die Unternehmen bereits Gedanken machen müssen, welche Geschenke oder andere Aufmerksamkeiten sie ihren KundInnen überreichen können, ohne sich strafbar zu machen. Eine Branche profitiert vom Compliance-Gesetz und sieht diesem daher gelassen entgegen: die Werbeartikelbranche.**

Um bestimmte, vom Gesetz vorgegebene Regeln einzuhalten und Regelverstöße zu vermeiden, setzen sich viele Unternehmen vermehrt mit dem Thema „Compliance“ auseinander. Denn vor allem bei Geschenken ist in den letzten Jahren der Grat zwischen einem kleinen Dankeschön und dem Anschein von Bestechung immer schmaler geworden. Daher geht der Trend bei Geschenken dahin, dass nicht die Kosten, frei nach dem Motto „je teurer, desto besser“, ausschlaggebend sind, sondern dass der Nutzen für den Empfänger in den Vordergrund rückt und von Unternehmen auf Originalität, Witz sowie praktische und sinnvolle Verwendbarkeit gesetzt wird.

## **Markenkommunikation ist die Antwort**

Da sich Unternehmen mit großen Geschenken, wie zum Beispiel Jagdeinladungen, Reisen oder VIP-Karten für ein Society-Event, bereits strafbar machen können, suchen immer mehr Geschäftsleute wieder den Weg zum Werbeartikel, um ihre Marke bzw. ihr Unternehmen erfolgreich nach außen zu kommunizieren. Markenkommunikation ist eine legale Werbeform, da Markenwerbung gesetzlich nicht unter Bestechung fällt. Nicht zuletzt auch deshalb, da die Kosten von Werbeartikeln unter jeglicher Compliance-Grenze liegen. Des Weiteren bringt Markenkommunikation den positiven Effekt mit sich, dass der Empfänger des Werbeartikels gleichzeitig zum Markenträger wird.

Neben der beruhigenden Tatsache, dass man mit dem Gesetz nicht in Konflikt kommt, weisen Werbeartikel eine Reihe von Vorteilen auf. So fungieren Werbeartikel als Image- und Sympathieträger, schaffen Vertrauen in das werbende Unternehmen und erreichen im Vergleich zu anderen Kommunikations-Tools die höchsten Erinnerungswerte. Darüber

hinaus werden Werbeartikel überwiegend im privaten Umfeld genutzt und bleiben im Schnitt über ein Jahr im Besitz der Empfänger. Diese Tatsache wiederum schafft KundInnenbindung, die zu den wesentlichen Erfolgsfaktoren einer Marke gehört.

„Werbeartikel sind eine vergleichsweise günstige und vor allem auch legale Form, wenn Unternehmen ihren KundInnen kleine Geschenke machen wollen. Vor allem spielt der Nutzen für die KundInnen bei solchen Aufmerksamkeiten eine große Rolle. Viele Unternehmen greifen daher bei Geschenken wieder gerne auf den Werbeartikel zurück, wovon wiederum der Werbeartikelhandel profitiert“, erklärt Konrad Godec, Präsident des Verbandes Österreichischer Werbemittelhändler (VÖW).

#### **Über den VÖW:**

Der VÖW ist die Interessensvertretung der Werbeartikel-Importeure und -Hersteller in Österreich. Er wurde 1991 gegründet mit dem Ziel, die Bedeutung des Werbeartikels im Kommunikationsmix nachhaltig zu fördern. Das Aufgabengebiet des VÖW umfasst unter anderem gezielte Öffentlichkeitsarbeit, um das Image der Branche und des Verbandes zu verbessern und weiterzuentwickeln, die Verbesserung der rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen, die konstruktive Mitgestaltung neuer Gesetze auf europäischer Ebene sowie die europaweite Koordination der Lieferanten. Darüber hinaus dient der VÖW als Service-Stelle und Ansprechpartner für alle branchenbezogenen Themen. Aktuell sind rund 80 Hersteller und Händler Mitglieder des VÖW. Der VÖW ist Gründungsmitglied der EPPA (European Promotional Products Association), einer europäischen Interessensvertretung, die innerhalb der EU die Werbemittel-Branche vertritt.

#### **Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:**

Verband österreichischer Werbemittelträger

Konrad Godec

Tel.: +43 (2254) 76333 10

E-Mail: [office@werbemittelhaendler.at](mailto:office@werbemittelhaendler.at)

corporate identity prihoda gmbh

mag. martina koth

tel.: +43 (0) 1 479 63 66 - 30

e-mail: [martina.koth@cip.at](mailto:martina.koth@cip.at)