

## Pressemitteilung

### **Der finale Werbeartikel-Run des Jahres hat begonnen**

**Wien, am 18.09.2012 – Die letzten drei Monate des Jahres sind für die Werbeartikelhändler die wohl geschäftsintensivste Zeit. Egal ob Weihnachtsgeschenke oder Bestellungen für das kommende Jahr – zahlreiche Unternehmen setzen ihr restliches Marketing- bzw. Werbemittelbudget noch vor dem Jahreswechsel effizient und sinnvoll ein. Die Tatsache, dass Werbeartikel als Image- und Sympathieträger fungieren und Vertrauen in das werbende Unternehmen schaffen, hat nach wie vor große Bedeutung bei Unternehmen.**

Immer mehr Geschäftsleute suchen den Weg zum Werbeartikel, um ihre Marke bzw. ihr Unternehmen erfolgreich nach außen zu kommunizieren. Markenkommunikation ist wieder zu einer beliebten und viel genutzten Werbeform geworden. „Vor allem die letzten drei Monate des Jahres sind für die Werbeartikelhändler eine sehr arbeitsintensive Zeit, weil viele Unternehmen nach dem richtigen Werbegeschenk suchen. Der VÖW bzw. seine Mitglieder stehen den KundInnen dabei beratend zur Seite und liefern Empfehlungen und Ideenvorschläge für den passenden Werbeartikel“, erklärt Konrad Godec, Präsident des VÖW. Markenkommunikation bringt außerdem den positiven Effekt mit sich, dass die/der EmpfängerIn des Werbeartikels gleichzeitig zum Markenträger wird. Darüber hinaus werden Werbeartikel überwiegend im privaten Umfeld genutzt und bleiben im Durchschnitt über ein Jahr im Besitz der EmpfängerInnen, was wiederum KundInnenbindung schafft.

### **Werbeartikel sind unmittelbar mit ihrer Botschaft verbunden**

Da es sich bei Werbeartikeln häufig um Gebrauchsgegenstände handelt, wird die/der KonsumentIn bei jeder Benutzung an die Marke erinnert. Die vom Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V. in Auftrag gegebene DIMA-Studie belegt, dass bei „Die Marke zum Anfassen“ die Werbeerinnerung mit 57 % doppelt so hoch wie jene von Fernsehen (28 %) und wesentlich höher wie die von Radiowerbung (32 %). Während andere Werbeformen als lästig und störend wahrgenommen werden, wird der Werbeartikel von KundInnen durchwegs als positiv und nützlich eingestuft. Außerdem konnte im Rahmen der Studie festgestellt werden, dass Werbeartikel 88 % der Bevölkerung ab 14 Jahren erreichen – so viele wie kein anderes Medium.

**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 Werbemittelhändler

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)