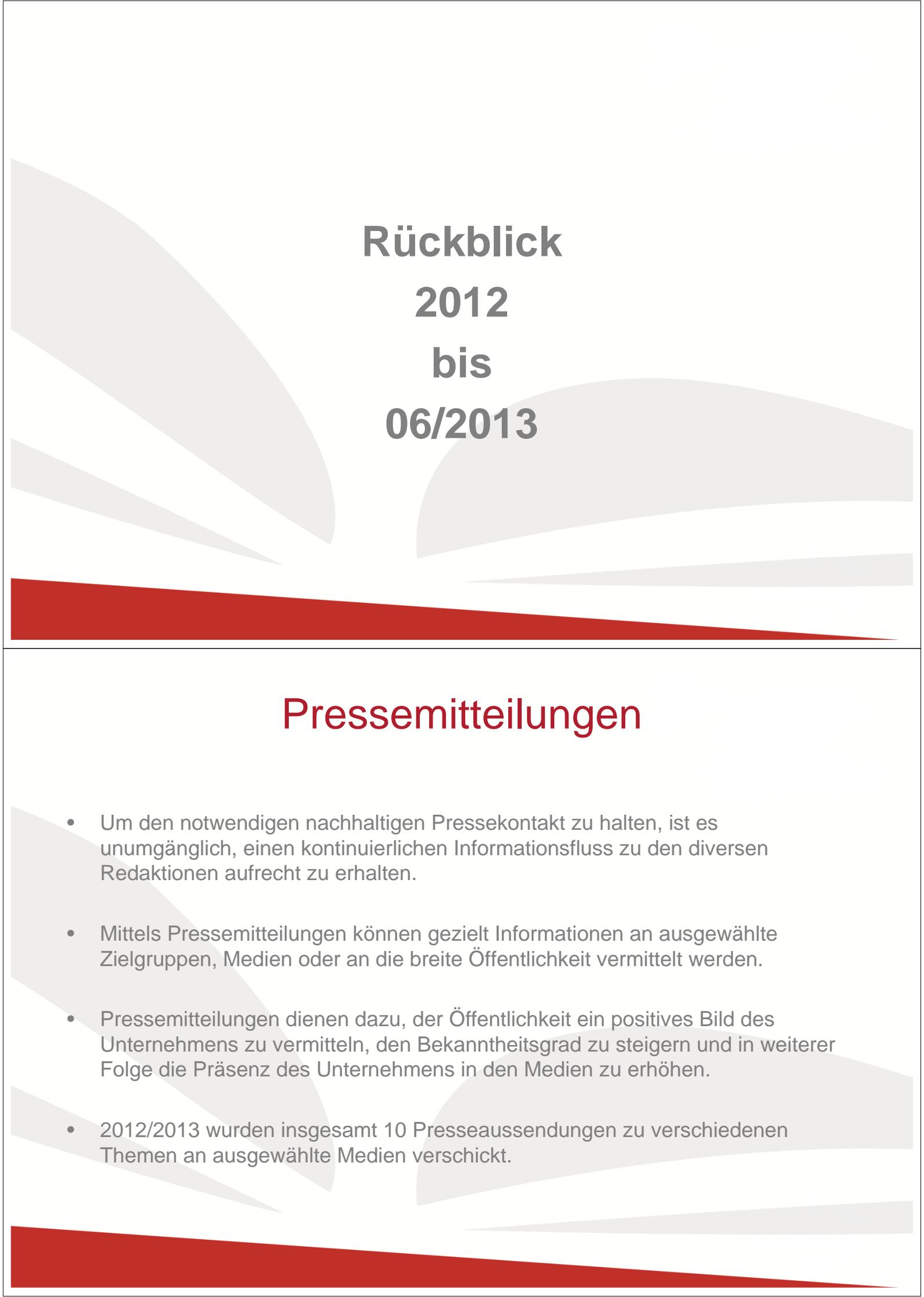




VÖW

Verband österreichischer
Werbemittelhändler

PR-Aktivitäten des VÖW



Rückblick 2012 bis 06/2013

Pressemitteilungen

- Um den notwendigen nachhaltigen Pressekontakt zu halten, ist es unumgänglich, einen kontinuierlichen Informationsfluss zu den diversen Redaktionen aufrecht zu erhalten.
- Mittels Pressemitteilungen können gezielt Informationen an ausgewählte Zielgruppen, Medien oder an die breite Öffentlichkeit vermittelt werden.
- Pressemitteilungen dienen dazu, der Öffentlichkeit ein positives Bild des Unternehmens zu vermitteln, den Bekanntheitsgrad zu steigern und in weiterer Folge die Präsenz des Unternehmens in den Medien zu erhöhen.
- 2012/2013 wurden insgesamt 10 Presseaussendungen zu verschiedenen Themen an ausgewählte Medien verschickt.

Pressemitteilungen 2012

- 24.05.2012: „Die Marke zum Angreifen“
- 19.07.2012: „Compliance – der schmale Grat zwischen Geschenk und Bestechung“
- 13.09.2012: „VÖW denkt ‚grün‘ – ökologische Produktion von Werbeartikeln nimmt wichtigen Stellenwert ein“
- 06.09.2012: „Neu: ‚Produkt des Monats‘ für kreative Markenkommunikation“
- 18.09.2012: „Der finale Werbeartikel-Run des Jahres hat begonnen“
- 11.10.2012: „VÖW: ‚Werbeartikel des Monats Oktober‘ gekürt“
- 08.11.2012: „VÖW: Der ‚Werbeartikel des Monats November‘ steht fest“

Pressemitteilungen 2013

- 12.02.2013: „Egal ob WM oder Olympia – der Werbeartikel als bedeutender Bestandteil bei Großveranstaltungen“
- 02.04.2013: „Kein Problem mit ‚Compliance‘“
- 28.05.2013: „Der VÖW denkt ‚grün‘“



Interviews

- Neben den Pressemitteilungen sind Interviews ein wesentlicher Bestandteil der klassischen PR-Instrumente.
- Interviews bieten die optimale Gelegenheit, die Marke persönlich und gezielt nach außen zu repräsentieren.
- Im Rahmen von Interviews können Geschäftsführer, Manager etc. direkt mit den Medienverantwortlichen in Kontakt treten und dem Unternehmen ein „Gesicht“ geben.
- Interviews festigen die Bindung zu Journalisten und helfen dabei, die Interessenslage der Medien immer wieder neu zu eruieren.
- 2012/2013 wurden 8 Interviews generiert.

Interviews 2012/2013

- **19.06.2012:** persönliches Interview mit „medianet“
- **10.09.2012:** persönliches Interview mit „Horizont“
- **19.11.2012:** telefonisches Interview mit „OÖ Nachrichten“
- **23.11.2012:** telefonisches Interview mit „Wiener Zeitung“
- **November 2012:** telefonisches Interview mit „Extradienst“
- **05.12.2012:** telefonisches Interview mit „Kurier“
- **April 2013:** schriftliches Interview mit „medianet“
- **Mai 2013:** schriftliches Interview mit „Business People“

Presseclippings 2012/2013

Im Zeitraum von Juni 2012 bis Juni 2013 sind folgende Medienberichte in diversen Tages- und Fachmedien erschienen:

- 15.06.2012: „Messe Werbeartikel ‚Go for Gold‘“ – medianet
- 19.06.2012: „Newsweek‘: Messe der zündenden Ideen“ (Titelseite) – medianet
- 19.06.2012: „Newsweek‘: Die Olympiade der besten Werbe-Ideen ist in Wien“ – medianet
- 01.08.2012: „Sommerliche Premiere“ – WA Werbeartikel Nachrichten
- 01.08.2012: Statement von Konrad Godec – WA Werbeartikel Nachrichten
- 01.08.2012: „Familiäre Atmosphäre“ – WA Werbeartikel Nachrichten

Presseclippings 2012/2013

- 11.09.2012: „VÖW bietet Ideen mit ‚Produkt des Monats‘“ – medianet
- 14.09.2012: „Ein Kugelschreiber, der nicht schreibt, hilft niemandem“ – Horizont
- 14.09.2012: „Wie ethisch kann man einkaufen?“ – Horizont
- 23.11.2012: „Schmaler Grat“ – Extradienst
- 30.11.2012: „Firmen schenken heuer Shirts statt VIP-Tickets“ – OÖ Nachrichten
- 06.12.2012: „Achtung, Weihnachtsgeschenk!“ – Wiener Zeitung
- 08.12.2012: „Geschenk und böse Überraschung“ – Kurier

Presseclippings 2012/2013

- **03.05.2013:** „VÖW sieht Aufschwung bei Kuli, Feuerzeug & Co“ – medianet
- **08.05.2013:** „Kein Problem mit ‚Compliance‘“ – a3 Boom
- **27.05.2013:** „Werbung biologisch abbaubar“ – Umweltjournal
- **18.06.2013:** „Kleine Geschenke“ – Business People

Bei den hier angeführten Medienberichten handelt es sich ausschließlich um Print-Clippings, die Online-Clippings sind im Medienspiegel nachzusehen.

Der VÖW stellt seinen Mitgliedern den kompletten Medienspiegel als PDF zum Download auf der VÖW-Homepage zur Verfügung.

Werbeartikel des Monats

- Zur Formung der Verbandsaktivitäten und zur Förderung interner Interaktion wird seit September 2012 einmal pro Monat ein besonders innovatives, kreatives, neuartiges und nützliches Produkt zum „Werbeartikel des Monats“ gekürt.
- Ziel dieser Maßnahme ist es, eine intelligente und nachhaltige Ideenverteilung innerhalb des VÖW und unter den einzelnen Mitgliedern zu schaffen, um in weiterer Folge den Kunden interessante neue Werbeideen präsentieren zu können.
- Der „Werbeartikel des Monats“ wird auf der VÖW-Homepage veröffentlicht und bis zur nächsten Wahl auf der Startseite zu sehen sein. Alle Produkte, die einmal „Werbeartikel des Monats“ waren, verbleiben in einem Archiv auf der Homepage, damit stets nachsehbar ist, welche Produkte bereits gewonnen haben. Zusätzlich werden alle Mitglieder über die Wahl in einem Mailing informiert, welches Produkt gekürt wurde.

Werbeartikel des Monats – bisherige Gewinner

September 2012: Nussknacker „Naomi“ von der Take2 Designagentur GmbH & Co. KG



Oktober 2012: „PHONE-gloves“ von OCTOGONE GmbH



Werbeartikel des Monats – bisherige Gewinner

November 2012: „Coffee Mug“ von Trend Present Handels GmbH



Dezember 2012: „Bluetooth Smartphonehandschuh“ von Kolibri Handels GesmbH



Werbeartikel des Monats – bisherige Gewinner

Jänner 2013: „Coffee 2grow“ von Multiflower GmbH



Februar 2013: „Lolliclock Rock“ von LM ACCESSOIRES GmbH



Werbeartikel des Monats – bisherige Gewinner

März 2013: „Langer Willi“ von promowolsch – the customer factory



April 2013: „Framsohn HD Print“ von Framsohn Frottier GmbH



Werbeartikel des Monats – bisherige Gewinner

Mai 2013: „LoyalTea“ von Giving Europe GmbH



Ausblick
07/2013
bis
2014

Miteinbeziehung der Bundesländer in PR-Aktivitäten



- Die Mitglieder der einzelnen Bundesländer sollen künftig verstärkt in die strategische Kommunikation integriert werden.
- Folgende Themen sollen in diesem Sinne gemeinsam kommuniziert werden:
 - Das Thema „**Umweltfreundliche Produktion**“ kann gemeinsam mit den Mitgliedern in den jeweiligen Bundesländern vorangetrieben werden.
 - Im September/Oktober, also vor Weihnachten, kann ein Schwerpunkt „**Geschenkartikel**“ gemeinsam mit den Mitgliedern in den einzelnen Bundesländern gesetzt werden.
 - Wenn einzelne Mitglieder **Veranstaltungen** (z.B. Hausmessen oder Ähnliches) haben, sollen auch die Lokalmedien eingeladen werden.
 - **Mitarbeiterthema**: Die Werbemittelbranche schafft xx Arbeitsplätze bzw. stellt auch Ausbildungsplätze zur Verfügung.

Miteinbeziehung der Bundesländer in PR-Aktivitäten

- Zu diesem Zweck wäre es für die Agentur sehr hilfreich, wenn die Mitglieder ihre bestehenden Medienkontakte der lokalen und regionalen Medien an die Agentur weiterleiten würden, damit sich diese gezielt mit jenen Redakteurinnen und Redakteuren, die für VÖW-Themen verantwortlich sind oder das jeweilige Mitglied persönlich kennen, in Verbindung setzen kann.
- Ziel ist es, durch kontinuierliche Pressearbeit in den einzelnen Bundesländern eine flächendeckende Berichterstattung über den VÖW und seine Mitglieder zu erreichen.

VÖW-Messe 2014

- Der VÖW trat 2013 nicht als Kooperationspartner der deutschen BWL auf der „Newsweek“ auf.
- Der Verband plant daher, im Jahr 2014 mit Unterstützung der Agentur eine eigene Veranstaltung zu organisieren, um das breite Angebotsspektrum sowie die Vorteile von Werbeartikeln der breiten Öffentlichkeit vorzustellen.
- Die Veranstaltung soll in Form einer Messe abgehalten werden.
- Händler sowie Lieferanten sollen dabei die Gelegenheit haben, als Aussteller ihr Unternehmen bzw. ihre Produkte vorzustellen.

Ort: Wien
Zeitraum: März 2014
Format: Messe



VÖW-Messe 2014

Herr Pohn von der Firma Istac wird sich in Abstimmung mit der Agentur um die Planung und Organisation der Veranstaltung kümmern.

Erste Schritte:

- cip wird gemeinsam mit Herrn Pohn ein Veranstaltungskonzept inkl. Kostenübersicht entwickeln
- Namen für die Veranstaltung finden
- Termin festlegen
- Veranstaltungsort festlegen
- Aussteller-Package schnüren und als Information an die Mitglieder und Lieferantenpartner senden

Compliance-Workshops

- Aufgrund der sich ständig ändernden gesetzlichen Richtlinien das Thema „Compliance“ betreffend, möchte der VÖW seinen Mitgliedern ab 2014 in regelmäßigen Abständen Compliance-Workshops anbieten, durch die sie immer am aktuellsten Stand der Gesetzeslage sind.
- Im Vorfeld können die Mitglieder bereits ihre Fragen zum Thema an den VÖW bzw. an cip übermitteln, die diese Fragen mit Unterstützung der österreichischen Behörden beantworten und gleichzeitig rechtlich absichern lassen.
- Die Antworten werden im Rahmen der Compliance-Workshops präsentiert.
- Der Compliance-Workshop soll 2x jährlich stattfinden.

Werbemittelhändler als Lehrberuf

- Die Tätigkeit der Werbemittelhändler trägt im weiteren Sinne zum Erfolg von Unternehmen bei – indem die Marke nach außen verkörpert und die Kundenbindung gefestigt wird, ist die Werbemittelbranche eine treibende Kraft der heimischen Wirtschaft.
- Um der heimischen Wirtschaft durch die Schaffung von mehr Arbeitsplätzen noch mehr Aufschwung zu verleihen, strebt der VÖW an, Ausbildungsmöglichkeiten in der Branche zu schaffen:
Der Werbeartikelfachmann soll als Lehrberuf etabliert werden.
- Mit der Einführung eines Lehrberufs zum Werbeartikelfachmann wird eine Aufwertung der Branche einhergehen, was langfristig zu einer noch höheren Anerkennung führen wird.
- Ein detaillierter Ausbildungsplan wird gemeinsam mit der Wirtschaftskammer Österreich sowie dem Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend ausgearbeitet.

The image features a minimalist design with several abstract shapes. A large, light grey, curved shape is on the left side. Another large, light grey, curved shape is on the right side. A smaller, light grey, curved shape is positioned below the left one. A solid red shape is at the bottom, tapering to a point on the right. The text "Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!" is centered in the upper half of the image.

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**