

VÖW-Sommermeeting 2016

Programm



Do, 16. Juni 2016

10:00 – 14:00

Meeting der Händler

14:30

Sektempfang auf der Seeblickterrasse
und Bootsrundfahrt über den Grundlsee

18:00

Gemeinsames Abendessen

21:00

Gemeinsamer Fußballabend:
Deutschland - Polen

Fr, 17. Juni 2016

09:30 – 16:00

Messebetrieb im Congress Ausseerland

16:00 – 18:30

Zeit zur freien Verfügung

18:30

Abfahrt mit dem Bus

19:00

Abendveranstaltung auf der Blaa-Alm

00:00

1. Rückfahrt mit dem Bus

01:00

2. Rückfahrt mit dem Bus

Herzlich willkommen zum Händlermeeting

Tagesordnungspunkte

1. Begrüßung durch den Präsidenten
2. Programm Sommermeeting 2016
3. Rückblick 2015/2016
4. Ausblick 2016/2017
5. Budget 2015/2016
6. VÖW-Produktkatalog
7. WU-Studie 2016
8. WKO – Bundesausschuss Werbemittel
9. Mitgliederakquise CIP
10. Diskussionsrunde

VÖW-Sommermeeting 2016

Programm

Do, 16. Juni 2016

10:00 – 14:00

Meeting der Händler

14:30

Sektempfang auf der Seeblickterrasse
und Bootsrundfahrt über den Grundlsee

18:00

Gemeinsames Abendessen

21:00

Gemeinsamer Fußballabend:
Deutschland - Polen

Fr, 17. Juni 2016

09:30 – 16:00

Messebetrieb im Congress Ausseerland

16:00 – 18:30

Zeit zur freien Verfügung

18:30

Abfahrt mit dem Bus

19:00

Abendveranstaltung auf der Blaa-Alm

00:00

1. Rückfahrt mit dem Bus

01:00

2. Rückfahrt mit dem Bus

Rückblick 2015/2016

- Neue Mitglieder, Ein- und Austritte
- VÖW-Studie mit WU Wien
- Lehrkooperationen, Partnerschaft mit WU Wien & FH St. Pölten
- PR & Öffentlichkeitsarbeit, inkl. Medienspiegel
- VÖW-Katalog 2016
- VÖW-Zertifikat, Zertifizierung weiterer Mitglieder

Neue Mitglieder Ein- und Austritte

Neue Mitglieder/Lieferantenpartner:

ADORE|PEN
ADVERTISING PENS

EWP

East West
Packaging B.V.

EASY
GIFTS
IT'S EASY NOW!

Austritte Händler: Haberkorn, Gschwantner, Sinostar

Austritte Lieferanten: Troika, Emotion Factory, Selter

VÖW-Studie Teil 1



WU-Studie zum Thema „Einfluss von Werbeartikeln auf die Wahrnehmung von Marken“

- **Großes Medienecho** (Fachmedien, Tagesmedien wie OÖ Nachrichten, Salzburger Nachrichten, WirtschaftsBlatt usw. haben berichtet)
- **Interesse anderer Bildungsinstitute** (bspw. Fachhochschule St. Pölten), **Wirtschaftskammer Österreich und anderer Einrichtungen wie Innsbrucker Kunstmesse**

Lehrkooperationen

Ziele

- Bewusstsein schaffen bei den Studierenden für die Bedeutung des Werbeartikels
- Einblicke aus der Praxis vermitteln

Vorträge Sommersemester 2016

WU Wien, Bachelorlehrgang, LV „Kommunikation“

FH St. Pölten, Bachelor Studiengang Media-
und Kommunikationsberatung,
LV „Werbung“

Fortsetzung im WS 2016/17!



PR & Öffentlichkeitsarbeit

Presseaussendungen

- „VÖW Sommermeeting 2015“
- „Neue WU-Studie schließt Forschungslücke und untermauert hohe Werbewirksamkeit von Werbeartikeln“
- „VÖW bestätigt Aufwärtstrend der Werbemittelbranche“, PSI-Messe 2016
- „VÖW bringt erstmals Katalog heraus“
- „Fußball-EM 2016: Fans decken sich mit Spielerdressen, Schals und Kappen ein“
- „Sommermeeting 2016 – 25 Jahre VÖW“

PR & Öffentlichkeitsarbeit

Statements/Interviews

- Horizont (WU-Studie)
- WirtschaftsBlatt (WU-Studie)
- DerStandard, Bundeslandausgabe Wien und OÖ (Wahlgeschenke)
- Horizont (PSI Messe)
- WirtschaftsBlatt (Werbeartikel-Trends)
- derBrutkasten.at (Online-Medium, Start-up- und Innovationsportal)
- Horizont (Trends, Branche, Verband)
- NÖN (Wahlgeschenke)
- Salzburger Nachrichten (Fußball-EM)
- Steirische Wirtschaft (Werbemittel-Branche, Sommermeeting)

PR & Öffentlichkeitsarbeit

Medienspiegel

Artikelanzahl Gesamt: 50

Artikelwerbewert bei Printmedien (Juni 2015 bis Juni 2016): EUR 125.000,-

Im Vergleich zum Vorjahr: Steigerung um ca. 160 Prozent

Zum Durchblättern/Nachlesen:

- Clipping-Mappen liegen vorne auf
- Die VÖW-Clipping-Mappe (gesamt) wird gerne auf Anfrage per Mail übermittelt (Mail an alexandra.brugger@cip.at)

PR-Schwerpunkte 2015/2016

Fokusthemen

- WU-Studie
- Wahlgeschenke
- Fußball-EM



Money Insider
ANGELA SELLNER

Wir geben über 3 Mio. Euro für Fußball-Fanartikel aus

EURO Wien. Kurz vor dem Anpfiff der Euro bekommt der Run auf Fanartikel des Austro-Teams noch einen zusätzlichen Kick. Dresses, Schals, Kappen, Brillen und mehr: Der Verband der Österreichischen Werbemittelhändler (VÖW) erwartet einen starken Umsatzanstieg. „Auch Fans, die sich nur für Großereignisse interessieren, decken sich jetzt mit Flaggen etc. ein“, sagt VÖW-Präsident Konrad Godec. Im ÖFB Webshop gibt es 200 ver-

Rot-Weiß-Rot
Billets, Fan-
Wecker: Alles
für unser Team!

schiedene Produkte. Bei der EURO 2008 gaben die heimischen Fans laut einer Befragung insgesamt rund 3 Mio. Euro für Fanartikel aus. Heuer dürfte diese Schwelle locker überschritten werden.

Wahlgeschenke-Test: Was wirkt wirklich?

Profi analysiert | Konrad Godec sieht im St. Pöltner Wahlkampf „echte Highlights, viele Klassiker und wenige Ausreißer nach unten.“

Von Daniel Lohninger

ST. PÖLTEN | Nur mehr wenige Tage bis zur Gemeinderatswahl – und eines steht schon fest: Es war wieder eine große Materialschlacht. Aber mit welchem Giveaway punktet man bei den Wählern, mit welchem weniger? Mit dieser Frage setzte sich für die NÖN einer auseinander, der es wissen muss: Konrad Godec, Präsident des Verbands österreichischer Werbemittelhändler. Er

„Die wahlwerbenden Parteien liegen hinsichtlich Qualität und originellen Ideen im oberen Drittel.“

Konrad Godec,
Präsident der Werbemittelhändler

sichtlich Qualität und originellen Ideen sicher im oberen Drittel. Es gibt ein paar echte High-

Werbemittel

Kugelschreiber sind so gut wie Plakate

Bis vor Kurzem gab es in Österreich noch keine wissenschaftliche Studie über die Wirksamkeit von Werbemitteln. Das hat sich nun geändert. Das Ergebnis ist verblüffend.

WIEN. Kugelschreiber, Feuerzeuge, Sonnenbrillen, Schrägkapp-T-Shirts – in Kaufmannsweltläden gibt es praktisch keinen Menschen, der noch kein Werbemittelchen in der Hand gehalten hat. Schon Babys haben gebrandete Schüssler im Mund, kurzum: Von der Wiege bis zur Bahre begleiten diese Werbemittel jeden Österreicher. Wissenschaftliche Studien darüber, wie es um deren Wirksamkeit



So tickt die Branche:

- In Österreich gibt es 440 gemeldete Werbemittelhändler.
- Der Umsatz der 80 VÖW-Mitglieder liegt bei rund 80 Millionen €.
- Beschäftigt werden knapp 250 Mitarbeiter, davon sind 62 Prozent weiblich.
- Viele Unternehmen betreiben diese Tätigkeit nebenbei, wie etwa Capicchio.
- Die Herstellung ist fast vollständig im Ausland ausgelagert.
- Eine genaue Definition dessen, was ein Werbemittel ist, gibt es nicht.
- Der Wert eines Artikels darf 30 € nicht überschreiten.
- Zu den Top drei der Werbemittel zählen Kugelschreiber,

derStandard.at › Inland › Bundesländer › Wiener Politik

Parlament Blogs & Serien
Kugelschreiber, aber auch speziellere Präsentie wie Post-its und Perle.



ard.at/von usstar

ze. Die SP habe gegenüber der VP aber einen Vorteil, so Godec: Die SP-Schokogrüße wurden in der GW von Menschen mit Behinderung an Türhängern angebracht. „Dieser soziale Mehrwert wird von Kunden stärker honoriert.“ Ähnliches gilt auch für Schlüsselanhänger, die VP-Stadtrat Markus Krempf-Spörke bei Emmaus produzieren ließ.

Die originellsten Ideen nach Ansicht des obersten Werbemittelhändlers Österreichs:

PR & Öffentlichkeitsarbeit

Produkt des Monats

Juli 2015 – Kirsch-Kussmund zum Vernaschen
eingereicht vom Lieferantenpartner Kalfany



August/September 2015 – Cover Adventkalender
eingereicht vom Lieferantenpartner Kalfany



Oktober 2015 – Card Ladegeräte
eingereicht vom Lieferantenpartner Octogone



November 2015 – Wallet
eingereicht vom Händler-Mitglied Kolibri



Dezember 2015 – Mini-Promo Würfel
eingereicht vom Lieferantenpartner Kalfany



Ausblick 2016/2017

- Neuauflage „Werbeartikel des Monats“
- WU-Studie Teil 2
- Vertiefung der Kooperation mit WU Wien, Gastvorträge werden auch anderen Bildungsinstitutionen auf Bundesländerebene (Fachhochschulen) angeboten
- VÖW-Zertifikat – laufende Zertifizierung neuer Mitglieder
- VÖW-Händler-Umfrage
- Kontinuierliche PR & Öffentlichkeitsarbeit – weiterhin Fokus Regionalmedien
- Umsetzung VÖW-Produktkatalog 2017
- Mitglieder-Akquise

Budget 2015/2016

Abrechnung 2015

Kontostand 1.1.2015:	€ 50.465,43
Einnahmen 2015:	€ 70.200,00
<u>Ausgaben 2015:</u>	<u>€ 89.477,00</u>
Kontostand 31.12.2015:	€ 31.188,43
Kassastand 31.12.2015:	€ 1.690,00

Planung 2016

Kontostand 1.1.2016:	€ 31.188,43
Einnahmen 2016:	€ 110.687,00
<u>Ausgaben 2016:</u>	<u>€ 75.092,00</u>
Kontostand 31.12.2016:	€ 66.783,43

VÖW-Produktkatalog

Aufgrund des großen Erfolgs wird der VÖW-Produktkatalog 2017 neu aufgelegt!

- Präsentation Kataloge 2016
- Auflage 2017 – Verbesserungen:
 - Erscheinungstermin Mai 2017
 - Datentool zur elektronischen Erfassung der Artikeldaten
 - Preise Lieferantenpartner
- Projektteam
- Bestellungen

VÖW verlängert Forschungsk Kooperation mit WU Wien!

WU-Studie zum Thema: Ist Qualität der Schlüssel? Der Einfluss von Qualität auf die Verwendung und Wirkung von Werbeartikeln

Projektleiterin: Univ.Prof.DDr. Bernadette Kamleitner

VÖW-Projektteam: Konrad Godec, Stefan Radlgruber, Gerhard Wagner

Umsetzung/organisatorische Abwicklung:

Feldexperiment – zwei Erhebungen zu unterschiedlichen Zeitpunkten

- Proband erhält einen Werbeartikel + Aufgabenstellung
- Analyse des Nutzungsverhaltens, Evaluation von Werbeartikel und Marke
- Face-to-face Settings durch geschulte InterviewerInnen
- Stichprobengröße: 200 Personen

WKO-Bundesausschuss Werbemittel

WKO-Bundesgremium beschließt Bundesausschuss für Werbemittel (Ende Mai)

Wichtig: ehestmögliche Besetzung des Ausschusses

- 3 Mitglieder pro Bundesland
- möglichst viele VÖW-Mitglieder wünschenswert
- Wahl des Obmanns erfolgt in der ersten Sitzung
- bis spätestens Ende Juni 2016 Interesse bekunden
- Voraussetzung: richtiger Gewerbeschein
 - Meldung beim zuständigen Obmann im Landesgremium (per Mail ausreichend)

Mitgliederakquise

Der Verband soll durch neue Händler-Mitglieder gestärkt werden

- Fokus auf Westösterreich
- Vorschläge für potentielle Neu-Mitglieder kommen von den Mitgliedern selbst
- Ziel: von jedem Mitglied 3 Referenzen an cip/Verbandssekretär
- Interne Prüfung (Voraussetzung zur Mitgliedschaft lt. Statuten) durch Vorstand
- Ansprache durch cip (1. Schritt: postalisches Anschreiben)
- Organisation von „Meet & Greet“ mit Vorstandsmitgliedern in den jeweiligen Bundesländern durch cip

Anforderung: Übermittlung der 3 Vorschläge bis Ende Juli 2016

Projektstart: Herbst 2016

Ziel: Neue Händlermitglieder beim Sommermeeting 2017 begrüßen



OFFENE DISKUSSIONSRUNDE