



**VÖW**

Verband österreichischer  
Werbemittelhändler

# Generalversammlung der Händler

# Herzlich willkommen zur Generalversammlung der Händler

## Tagesordnungspunkte Vormittag

1. Begrüßung durch den Präsidenten
2. Programm Sommermeeting 2017
3. Rückblick & Ausblick – Agenda 2020
4. Diskussion mit Michael Freter

## MITTAGSPAUSE

## Tagesordnungspunkte Nachmittag

5. Zweiter VÖW-Produktkatalog
6. Zweite WU-Studie
7. Vortragstätigkeiten
8. Budget: Abrechnungen 2015 & 2016
9. Kassenprüfung & Entlastung des Kassiers
10. Entlastung des Vorstandes
11. Wahl des Vorstandes & der Kassenprüfer
12. Impulsvortrag – „Datenschutz-  
Grundverordnung“
13. Offene Diskussionsrunde

# VÖW-Sommermeeting 2017

## Programm

### Do, 22. Juni 2017

**09:30 – 12:15**

Generalversammlung der Händler &  
Diskussion mit Michael Freter (MD PSI)

**12:15 – 13:00**

Mittagspause

**13:00 – 16:00**

Generalversammlung der Händler,  
Wahl des Vorstandes & Diskussionsrunde,  
Impulsvortrag zur DSGVO

**16:00 – 18:00**

Zeit zur freien Verfügung

**18:00**

Gemeinsames Abendessen

### Fr, 23. Juni 2017

**09:30 – 16:00**

Messebetrieb im Hotel

**16:00 – 18:00**

Zeit zur freien Verfügung

**18:00**

Abfahrt mit dem Bus

**18:30**

Abendveranstaltung auf der Edelweiss-Alm

**00:00**

1. Rückfahrt mit dem Bus

**01:00**

2. Rückfahrt mit dem Bus

# Vorwort Vorstand

Spannende Jahre

Optimal gewirtschaftet

Gutes Team

Ausgezeichnet positioniert

Neue Ideen

Viel erreicht

Anerkannte Expertisen

Wissenschaftliche Bestätigung

Etablierung in schwierigem Umfeld



# 2015 bis 2017

## Erreichte Ziele

- ✓ Bedeutung des Werbeartikels bei EntscheidungsträgerInnen erhöht
- ✓ Zertifizierung von Mitgliedern
- ✓ Bewusstseinsbildung um die Wichtigkeit des Werbeartikels
- ✓ VÖW als Qualitätssiegel
- ✓ Etablierung des Werbeartikelhandels als anerkannte Branche

**IN BEARBEITUNG**

Lehrberuf Werbemittelfachmann/frau

# 2015 bis 2017

## Schwierige Projekte

Workshops  
*Wenig Budget*



Werbemitteltage  
*Kein Interesse*



Mitgliederarbeit (Akquise/PR-Themen)  
*Geringe Unterstützung*



# 2015 bis 2017 Projekte in Arbeit



Homepage neu  
*Teilweise fehlende Funktionalität*

Werbeartikel des Monats/Jahres  
*Noch immer zu wenig Input von Mitgliedern*



Katalog  
*Internes Zeit- & Informationsmanagement*

Lehrlingsausbildung  
*Schwierige Kammerstrukturen*



# 2015 bis 2017

## Erfolgreiche Projekte

Zertifizierung

*Intern: Sehr gut angenommen*

*Extern: Eindeutiges Zeichen der Alleinstellung*



Mailings an Mitglieder  
*Spannende Inhalte für alle*



Innovationsgruppe  
*Interne Ideenschmiede – Klaus Pohn und  
Kathrin Schneider im Vorstand*



# 2015 bis 2017

## Erfolgreiche Projekte

WKO-Ausschuss

*1. Schritt Richtung Branchenanerkennung*



WU-Studien

*Wissenschaftliche Ergebnisse bestätigen „Bauchgefühl“*



Wissenschaftliche Gastvorträge

*Kooperationen ausgebaut (WU Wien, FH St. Pölten,  
FHWien der WKW, Uni Graz)*



# 2015 bis 2017

## Erfolgreiche Projekte

Partnerbesuche  
*Exklusives Angebot für Mitglieder*



Umfrage Kundenzufriedenheit  
*Ergebnisse exklusiv für VÖW-Mitglieder*



# PR & Öffentlichkeitsarbeit VÖW bewegt!

- ✓ **Höchstmöglicher redaktioneller Output ohne Schaltkosten**  
VÖW ist einem **breiteren Publikum** bekannt
- ✓ VÖW ist **DER Werbemittel-Experte** in Österreich
- ✓ Deutschsprachige **Branchenmedien** (Horizont, WA Nachrichten,...) sprechen von sich aus VÖW-VertreterInnen an
- ✓ **Heimische Medien** öffnen sich für Thema Werbeartikel

**IN BEARBEITUNG**

Mehr relevante Inhalte von Mitgliedern

# PR & Öffentlichkeitsarbeit

## Pressemeldung & Interview, Statement

### 2. Halbjahr 2015

- |               |  |
|---------------|--|
| 30. Juli      | PM „Neue WU-Studie schließt Forschungslücke und untermauert hohe Werbewirksamkeit von Werbeartikeln“ |
| 14. September | Interview Horizont „Kunde will heute Kreativleistung“  |
| 21. September | Interview DerStandard „Kleine Geschenke erhalten die Stimme“   |
| 24. September | Faktencheck für ORF-Sendung €co  |
| 10. Oktober   | Interview DerStandard „Wie Wahlzuckerln die Wahl beeinflussen“                                       |
| 16. Dezember  | Interview derbrutkasten „Warum Werbeartikel wichtig für Startups sind“                               |

# PR & Öffentlichkeitsarbeit

## Pressemeldung & Interview, Statement

### 1. Halbjahr 2016

- |             |   |
|-------------|---|
| 26. Jänner  | PM „VÖW bestätigt Aufwärtstrend der Werbemittelbranche“                         |
| 08. Februar | Interview Wirtschaftsblatt „Werbeartikel müssen immer öfter digital sein“       |
| 11. April   | Interview NÖN „Wahlgeschenke-Test: Was wirkt wirklich?“                         |
| 29. April   | PM „VÖW bringt erstmals Katalog heraus“   |
| 07. Juni    | PM „Fußball-EM 2016: Fans decken sich mit Spielerdressen, Schals und Kappen ein |
| 13. Juni    | Interview Salzburger Nachrichten „Fans werfen schnell Nerven weg“               |
| 23. Juni    | PM „25 Jahre VÖW – ein Blick in die Zukunft!“                                   |

# PR & Öffentlichkeitsarbeit

## Pressemeldung & Interview, Statement

### 2. Halbjahr 2016

- 08. August Interview Steirische Wirtschaft „Kundenbindung mit Gigabyte“
- 07. September PM „VÖW verlängert Forschungs Kooperation mit WU“
- 23. September Interview Horizont „Es gibt zu viele sogenannte Experten“
- 10. Oktober PM „Wie der 15. Oktober zum ‚Tag des Kalenders‘ wurde“
- 31. Oktober Interview Heute „Bank-Geschenke im Experten-Check“
- 13. Dezember Interview Horizont „Werbung zu Weihnachten: Was punktet“

### 1. Halbjahr 2017

- 16. Februar Leserbrief WA-Nachrichten
- 07. April Interview Horizont „Es geht bei jeder Bewerbung um die Glaubwürdigkeit“
- 05. April &  
17. Mai Berichterstattung „fransohn-Besuch“ WA-Nachrichten

# PR & Öffentlichkeitsarbeit

## Medienspiegel

**Artikelanzahl gesamt: 72**

**Artikelanzahl Mai 2016 bis Mai 2017: 33**

**Artikelwerbewert bei Printmedien (Mai 2016 bis Mai 2017): 63.139,72 Euro**

**Gekürzter Medienspiegel zur Ansicht vor Ort!  
Gesamter Medienspiegel wird gerne zugesendet!**

# PR & Öffentlichkeitsarbeit

## Produkt des Monats – Auszug

**Juni 2015**

Veganer Sesam-Keks

**Dezember 2015**

VR-Brille

**September 2016**

Malbuch „Secret Garden“

**Oktober 2016**

Eiskratzer „Smartphone“

**Februar 2017**

Headlight

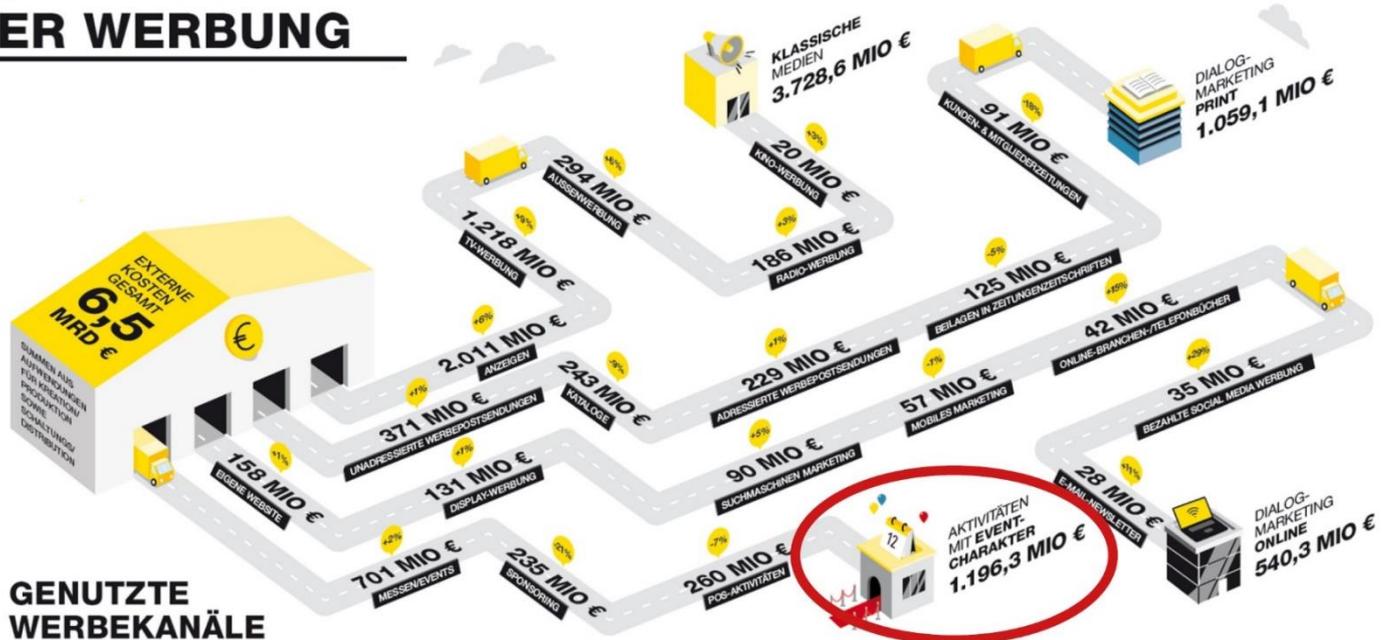
**März 2017**

Strümpfe

**Juni 2017**

Fidget Spinner

# DIE WEGE DER WERBUNG



# Conclusio

## Positionierung VÖW

- Ist seriöse, engagierte, zuverlässige Standesvertretung
- Steht für strikte Abgrenzung zum unlauteren Wettbewerb
- Versteht hohen Qualitätsanspruch als Mindeststandard
- Ist Impuls- und Ideengeber der Branche
- Verantwortlich für die Branchenpositionierung



# Conclusio

## Positionierung VÖW

- Ist professioneller Ansprechpartner für (Nicht-)Mitglieder, Lieferanten, Kunden
- Macht Wertschöpfungsbeitrag von Werbemitteln sichtbar
- Erhöht Stellenwert von Werbemitteln in der Gesellschaft
- Ist aktiver Kooperationspartner von Hochschulen
- Fördert Vernetzung, Informations- und Meinungsaustausch



# Ausblick Visionen 2020

Zukunft aktiv gestalten

Entwicklung eines  
Mitglieder-Magazins

Schaffung eigenes Berufsbild  
mit Kammern und Behörden

Lancierung eigener  
VÖW-Kampagne

Steigerung von  
Qualitätsbewusstsein

Vernetzung digitaler und  
analoger Angebote

Interne Arbeitsgruppen

Verbandskooperationen im  
deutschsprachigen Raum (Messen)

Positionierung der Marke  
VÖW in der Öffentlichkeit

VÖW als Ansprechpartner  
bei Problemen

Schulungen für MitarbeiterInnen  
von VÖW-Mitgliedern





**VÖW**

Verband österreichischer  
Werbemittelhändler

**Herzlich willkommen,  
Michael Freter!**



**VÖW**

Verband österreichischer  
Werbemittelhändler

**Mittagspause  
bis 13:00**

# 2. VÖW-Produktkatalog Juni 2017



# 2.0

**GROSSE IDEEN  
BRAUCHEN NICHT  
NUR FLÜGEL,  
SONDERN AUCH  
JEMANDEN ZUM  
LANDEN.**

# Kooperationen

## 2. VÖW-Studie

Im Wintersemester 2016/17 fand die Fortsetzung der Forschungsk Kooperation mit dem Institute for Marketing & Consumer Research der Wirtschaftsuniversität Wien unter der Leitung von Univ.Prof. DDr. Bernadette Kamleitner, Mag. Sandra Holub und Eva Marckhgott, MSc statt.



# 2. VÖW-Studie

## Ausgangslage

Dass **Werbemittel** ein **effektives Kommunikationsmedium** sein können, zeigte die Vorgängerstudie. Selbst bei kurzer und weitgehend unbemerkter Verwendung ließ sich eine **positive Wirkung** auf die **Bekanntheit der beworbenen Marke** und auf das **Markenimage** feststellen.

Die logische, nächste Frage ist demnach:

**Lohnt sich für Unternehmen die Investition in hochwertige Werbemittel hinsichtlich Image und Kaufwahrscheinlichkeit?**

# 2. VÖW-Studie

## Forschungsfragen

- Welchen Einfluss hat die Qualität des Werbemittels auf das Nutzungsverhalten?
- Welchen Einfluss hat die Qualität des Werbemittels auf die Evaluierung und Reaktion auf die Marke?
- Gibt es Wechselwirkung zwischen der Qualitätspositionierung der Marke und der Qualität des Werbemittels?

# 2. VÖW-Studie

## Ausgangslage

- Kugelschreiber und T-Shirts in jeweils normaler und hochwertiger Qualität mit Brandings normaler und hochwertiger Marken aus Lebensmittelbereich
- Stichprobengröße: 142 Frauen, 87 Männer  
17 bis 86 Jahre
- Studiendauer: 3 Wochen
- Zwei Erhebungszeitpunkte (Mitte November 2016 und Mitte Dezember 2016)

# 2. VÖW-Studie

## Ablauf

- **1. Erhebung:**

Befragung zum Thema Lebensmittel (Coverstory)

Als Dankeschön gab es einen Goodie Bag mit T-Shirt, Kugelschreiber, Zuckerl und Schokolade

- **2. Erhebung:**

Fragebogen zum Goodie Bag

Beurteilung der Zielmarken

Verwendung sowie Beurteilung der Werbeartikel

# 2. VÖW-Studie

## Ergebnisse

- **Allgemein:**

Freude über Werbemittel ist groß, werden verwendet:  
>50% Kugelschreiber, >33% T-Shirt

- **Kugelschreiber:**

Qualität spielt große Rolle: findet mehr Verwendung im Alltag,  
wird zu „meinem“ Kugelschreiber

**Hochwertige Qualität gemeinsam mit hochwertiger Marke**

- **T-Shirt:**

Qualitätsunterschied zu gering, mehr Verwendung der höherwertigen Qualität

**Hochwertige Qualität gemeinsam mit hochwertiger Marke**

# 2. VÖW-Studie

## Conclusio

- Meinung über etablierte Marken können durch Werbeartikel nur schwer geändert werden.
- Die Loyalität gegenüber etablierten Marken kann durch Werbeartikel gestärkt werden.
- Der gebrandete Werbeartikel erhöht den Griff zur jeweiligen Marke.
- Beworbene Marken profitieren vom Werbeartikel in hochwertiger Qualität.
- Werbeartikel haben Einfluss auf umsatzrelevante und –generierende Faktoren.

**Ja, es lohnt sich für Unternehmen,  
in hochwertige Werbeartikel zu investieren!**

# Vortragstätigkeiten

## Partnerschaften mit Hochschulen

- WU Wien – Institute for Marketing & Consumer Research (m.core)
- FHWien der WKW – Studiengang Marketing & Sale
- FH St. Pölten – Studiengang Media- und Kommunikationsberatung
- Karl-Franzens-Universität-Graz – Institut für Marketing

### **Ziele**

- Bewusstsein schaffen bei den Studierenden (spätere Marketing-Experten) für die Bedeutung des Werbeartikels
- Einblicke aus der Praxis vermitteln (spätere Berufschancen, Arbeitsalltag, was zeichnet einen Werbemittelhändler aus etc.)

# Neue Mitglieder Händler



Neue Mitglieder  
Lieferantenpartner

porce  ne  
BY MAXIM



# Austritte Händler und Lieferantenpartner



LIPCARE BY KHK



# Budget

## Abrechnungen 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>
<b>Kontostand 31.12.2015:</b>	<b>€ 31.188,43</b>
<b>Kassastand 31.12.2015:</b>	<b>€ 1.690,00</b>

### Abrechnung 2016

Kontostand 1.1.2016:	€ 31.188,43
Einnahmen 2016:	€ 108.164,10
<u>Ausgaben 2016:</u>	<u>€ 71.396,96</u>
<b>Kontostand 31.12.2016:</b>	<b>€ 67.955,57</b>
<b>Kassastand 31.12.2016:</b>	<b>€ 1.950,00</b>

# Kassenprüfung & Entlastung des Kassiers sowie des Vorstandes

## Kassenprüfungsbericht für die Jahre 2015/2016

Am **22. Juni 2017** hat die Kassenprüfung des VÖW für die Jahre 2015/2016 stattgefunden.

An der Kassenprüfung haben als Kassenprüfer teilgenommen:

**Karl Lehr und Gabriele Reif**

- Die **Kassenprüfung** hat keine Beanstandung ergeben.
- Die Finanzen wurden 2015/2016 ordnungsgemäß und ordentlich geführt.
- Die Belege und Kontoauszüge lagen vollständig vor.
- Die Belege sind eindeutig und wurden dem Budget sachlich zugeordnet.
- Die Kassenprüfer schlagen die **Entlastung** des Kassiers und des Vorstandes vor.

# Wahl des Vorstandes & der Kassenprüfer

**Wahlvorschlag Vorstand**

**Wahlvorschlag Kassaprüfer**



# Impulsvortrag Datenschutz-Grundverordnung

Vortragender: Paul Prihoda, Inhaber und Geschäftsführer der  
corporate identity prihoda gmbh



**VÖW**

Verband österreichischer  
Werbemittelhändler

# Offene Diskussionsrunde



**Vielen Dank  
für Ihre  
Aufmerksamkeit!**

# VÖW-Sommermeeting 2017

## Programm

**Fr, 23. Juni 2017**

**09:30 – 16:00**

Messebetrieb im Hotel

**16:00 – 18:00**

Zeit zur freien Verfügung

**18:00**

Abfahrt mit dem Bus (Bitte pünktlich!)

**18:30**

Abendveranstaltung auf der Edelweiss-Alm

**00:00**

1. Rückfahrt mit dem Bus

**01:00**

2. Rückfahrt mit dem Bus