



**VÖW**

VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
WERBEMITTELHÄNDLER.  
**WIR LIEBEN WERBEMITTEL.**



VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
WERBEMITTELHÄNDLER.  
**WIR LIEBEN WERBEMITTEL.**

# Herzlich Willkommen zum Sommermeeting 2018

# Sommermeeting 2018

## Tagesordnungspunkte

- Begrüßung durch den Präsidenten/Vorstand
- Programm Sommermeeting 2018
- Rückblick 2017/2018
- VÖW-Produktkatalog
- Ausblick 2018/2019
- WU-Studie 2018/2019
- VÖW goes Social Media
- Diskussionsrunde

# VÖW-Sommermeeting 2018

## Programm

### Do, 14. Juni 2018

**10:00 – 10:30**

Eröffnung und Vortrag „Wir lieben Werbemittel“

**10:30 – 16:30**

Messebetrieb im Hotel

**16:30 – 18:30**

Zeit zur freien Verfügung

**18:30**

Abfahrt mit dem Bus

**19:00**

Gemeinsamer Hüttenabend auf  
der Forsteralm

**00:00**

1. Rückfahrt mit dem Bus

**01:00**

2. Rückfahrt mit dem Bus

### Fr, 15. Juni 2018

**10:00 – 11:30**

Vortrag „Social Media Marketing“

**11:00 – 12:30**

Mittagspause inkl. Buffet

**12:30 – 15:00**

Meeting der Händler

Danach: Abreise



# Vorwort des Vorstands

Spannendes Jahr

Teamorientiert

Zusammenhalt

Effizient  
gewirtschaftet



Neue Ideen

Viel erreicht

Expertise

Wissenschaftliche  
Bestätigung

Mutig gemeinsam neue Wege  
beschreiten

# Rückblick 2017/2018

- Neue Mitglieder, Ein- und Austritte
- 2. VÖW-Studie mit WU Wien
- Lehrkooperationen, Partnerschaft mit WU Wien & FH St. Pölten
- VÖW Event Academy
- PR & Öffentlichkeitsarbeit, inkl. Medienspiegel
- Werbeartikel des Monats
- VÖW-Newsletter – der Trendletter
- VÖW-Katalog 2018



# Neue Mitglieder – Ein- und Austritte

## Neue Mitglieder

- dreiDmarketing Werbeartikelgroßhandel GmbH
- Five Points Promotion GmbH
- Karl K. Goedde e.U.



## Neue Lieferantenpartner

- Art Di Como Design GmbH
- Geiger Notes AG
- WIL Langenberg GmbH



# Neue Mitglieder – Ein- und Austritte

## Ausgetretene Mitglieder

- Creativ Verlags- und Handelsges.m.b.H.

## Ausgetretene Lieferantenpartner

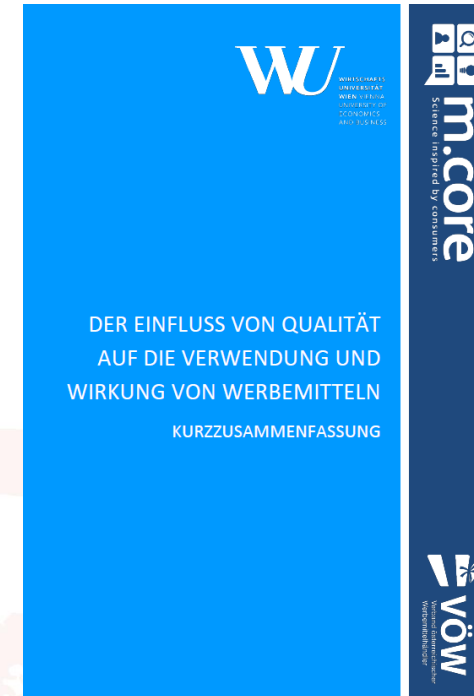
- Alta Seta GmbH & Co. KG (möchte ab 2019 wieder dabei sein)
- i.p.a. cosmetics / sweet GmbH
- MACMA
- Mid Ocean Germany GmbH
- SND Porzellan Manufaktur GmbH



## 2. VÖW-Studie

### WU-Studie zum Thema „Der Einfluss von Qualität auf die Verwendung und Wirkung von Werbemitteln“

- Großes Medienecho (APA, Fach- und Tagesmedien wie Tiroler Tageszeitung oder Vorarlberger Nachrichten haben berichtet)
- Interesse anderer Bildungsinstitute (bspw. FH St. Pölten)



# Lehrkooperationen

## Ziele

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

**Vortrag Wintersemester 2017/18:**

**Karl Franzens Universität Graz**

LV „Customer Relationship Management“

**Vorträge Sommersemester 2018:**

**FH St. Pölten:** März, LV „Werbung“

**WU Wien:** Juni, LV „Kommunikation“

- **Fortsetzung im WS 2018/19!**



# Lehrkooperationen



**FH St. Pölten: März, LV „Werbung“**



**WU Wien: Juni, LV „Kommunikation“**

# VÖW Event Academy

## Ziele

- Intensiver Austausch, Fachkenntnisse zwischen Mitgliedern und Lieferanten vertiefen sowie neue Themen/Trends aufgreifen
- Fertigung und Produktion in der Praxis
- Optimale Kundenberatung

„Die Welt des Glases und der Sinne“,  
Riedel, Kufstein, 1. März 2018:

VÖW-Vorstand und 20 VÖW-Mitglieder  
gemeinsam mit Christian Kraus, Geschäftsführer Vertrieb für  
Riedel/Spiegelau/Nachtmann

- **Fortsetzung Event Academy 2018/19!**  
**Wünsche?!**



# VÖW Event Academy



# PR-Schwerpunkte 2017/2018

## Fokusthemen

- Neuer Vorstand
- 2. WU-Studie
- VÖW-Aktivitäten

18.01.2018

### Studie - Bei Werbeatikeln lohnt sich Qualität

Beim Einsatz von Werbemitteln wie Feuerzeugen, Kugelschreibern, T-Shirts oder IT-Gadgets lohnt sich offenbar Qualität. Hochwertige Werbeatikeln erzielen eine positivere Wirkung, geht aus einer Studie der Wirtschaftsuniversität Wien (WU) hervor, die im Auftrag des Verbands Österreichischer Werbemittelhändler (VÖW) erstellt wurde.



LAUT STUDIE

**Qualitativ hochwertige Werbeatikeln kommen besser an** Je höher die Qualität bei Feuerzeugen, Kugelschreibern und Co. ist, desto besser ist die Reaktion auf die beworbene Marke. Das ergab eine Studie der Wirtschaftsuniversität Wien.

Wien – Beim Einsatz von Werbemitteln wie Feuerzeugen, Kugelschreibern, T-Shirts oder IT-Gadgets lohnt sich offenbar Qualität. Hochwertige Werbeatikeln erzielen eine positivere Wirkung, geht aus einer Studie der Wirtschaftsuniversität Wien (WU) hervor, die im Auftrag des Verbands Österreichischer Werbemittelhändler (VÖW) erstellt wurde.

Die Studienergebnisse belegen, „dass es sehr wohl auch auf die Qualität ankommt“, so die Projektleiterin WU-Professorin Bernadette Kamleitner laut Pressemitteilung. Es habe sich gezeigt, „dass nicht nur die Werbemittel selbst, sondern auch deren Verarbeitung Einfluss auf die Wahrnehmung der beworbenen Marken haben“.



(Symplicity) © Shutterstock

### Was diese Woche ansteht

15.12.2017 bis 12.01.2018

Zusammenstellung von Herwig Stödl

#### WERBUNG

#### Werbeatikeln

Treffen der Werbeatikellieferanten und Händler im Jänner in Düsseldorf bei der „PSI“ mit 1.000 Ausstellern aus 35 Ländern. Der VÖW Verband Österreichischer Werbemittelhändler (www.werbemittelhaendler.at/) ist mit einer Delegation vertreten und kooperiert mit dem Veranstalter (PSI steht für „Promotional Product Service Institute“), die ein Konjunkturbarometer nach Ländern im Rahmen der Messe präsentieren. **PSI Europäische Leitmesse der Werbeatikellieferanten** 09. bis 11.01.2018 Messe Düsseldorf, www.psi-messe.com



**Junge Generation übernimmt Verantwortung bei VÖW**  
 Anlässlich des 26. VÖW-Sommermeetings und der VÖW-Mitglieder-Generalsammlung am 22. Juni in Wagrain veränderte der gesamte Vorstand aus persönlichen Gründen seinen Namen. Wie sind sehr stolz, darauf, was wir in den vergangenen Jahren erreicht geschafft haben. Der VÖW hat sich in dieser Zeit als eine wichtige Größe auf dem deutschsprachigen Werbeatikelmärkte etabliert. Wir freuen uns, dass wir den Verband in junge, innovative Hände legen können und wünschen dem neuen Vorstand alles Gute! Jochen Godek (Präsident), Wagner (stv. Präsident) und Seybold (Beirat).

Mit den bisherigen Beiräten Pohn (Stv.) und Schneider (Stv.) an der Spitze, den VÖW ist die nächste Generation von Werbeatikellieferanten in die erste Reihe. Gemeinsam mit Wolfgang Kohout, Anja Neumann, Stefan Radgruber und Christopher Hitsch werden wir den VÖW mit neuer Kraft und viel Schwung weiterführen. Dabei können wir auf der Basis des langjährigen Vorstandes aufbauen. Das macht es uns natürlich wesentlich leichter, als bei Null zu beginnen! Jochen Godek und Schneider danken allen Vorstand-Mitgliedern, Godek, Wagner und auch Seybold bedanken dem einmütig gewählten Präsidium als aufeinanderstehende Berater erhalten und stehen bei Bedarf als Unterstützung zur Verfügung.

#### VÖW

Umbruch im Verband österreichischer Werbemittelhändler. Nach mehr als 20 Jahren haben sich Präsident Konrad Godek, der stellvertretende Präsident und Schriftführer Gerhard Wagner sowie Beirat Günther Seybold aus dem VÖW-Präsidium verabschiedet. An ihre Stelle rücken die bisherigen Beiräte Klaus Pohn (Präsident), Kathrin Schneider (stellvertretende Präsidentin und Schriftführerin) sowie Anja Neumann, Stefan Radgruber und Christopher Hitsch als Beiräte. Wolfgang Kohout bleibt dem VÖW auch in den nächsten zwei Jahren als Finanzvorstand erhalten.



Christopher Hitsch, Anja Neumann, Klaus Pohn, Kathrin Schneider, Wolfgang Kohout

Präsidentin/Schriftführerin sowie **Anja Neumann, Stefan Radgruber und Christopher Hitsch** (Beiräte), **Wolfgang Kohout** bleibt dem VÖW auch in den nächsten zwei Jahren als Finanzvorstand erhalten.



Go to:

#### VÖW: Neuer Vorstand

Im Verband Österreichischer Werbemittelhändler (VÖW) hat ein Umbruch stattgefunden. Nach mehr als 20 Jahren haben sich Präsident Konrad Godek, der stellvertretende Präsident und Schriftführer Gerhard Wagner sowie Beirat Günther Seybold aus dem VÖW-Präsidium verabschiedet. An ihre Stelle rücken die bisherigen Beiräte Klaus Pohn (Präsident), Kathrin Schneider (stellvertretende Präsidentin und Schriftführerin) sowie Anja Neumann, Stefan Radgruber und Christopher Hitsch als Beiräte. Wolfgang Kohout bleibt dem VÖW auch in den nächsten zwei Jahren als Finanzvorstand erhalten.

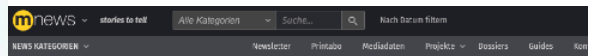


Der neue VÖW Vorstand (v.l.): Christopher Hitsch, Anja Neumann, Klaus Pohn, Kathrin Schneider und Wolfgang Kohout

### Studie: Bei Werbegeschenken lieber mehr ausgeben



WIRTSCHAFTSUNIVERSITÄT WIEN



NEWS KATEGORIEN: Newsletter, Printabo, Mediadaten, Projekte, Dossiers, Geldes, Kon

★★★★☆

Reaktion 09.01.2018

### VÖW Event Academy: Glasklare Einblicke bei Riedel

Werbemittelhändler erhalten Einblick in Riedels Unternehmensgeschichte und das neue Glaskabinett.



**WIEN.** Im Rahmen der VÖW Event Academy führte Christian Kraus, Geschäftsführer Vertrieb für Riedel/Spiegelau/Nachtmann, am 1. März rund 20 VÖW-Mitglieder durch Riedels neues Glaskabinett; dabei wurden die Werbeatikellieferanten mit der Vielfalt des Werkstoffs und der Geschichte des Unternehmens vertraut gemacht.

Auch für die Bayerischen Glaswerke GmbH zeigte sich der gegenseitige Austausch konstruktiv. Durch die konkreten Fragen und den Perspektivwechsel können wir künftig auch unsere Kooperationspartner individueller beraten. Das entspricht unserer Unternehmensphilosophie von höchster Qualität und hilft uns dabei, Kundenwünsche optimal zu erfüllen“, so Tobias Schreiner, Gebietsverkaufsleiter B2B für Riedel/Spiegelau/Nachtmann.

Riedels handgefertigte Gläser gelten als Werbemittel für

# PR & Öffentlichkeitsarbeit

## Presseaussendungen

- „Junge Generation übernimmt Verantwortung im VÖW“
- „VÖW-Mitglied zeichnet für olympisches Merchandising verantwortlich“
- „WU-Studie beweist: Geiz ist nicht immer geil! Hochwertige Werbemittel erzielen nachweislich positivere Wirkung“
- „Be-greifbares Markenerlebnis gegen digitales Rauschen“

## Statements/Interviews

- Horizont (Interview neuer Vorstand)
- Branchenmonitor 2017 / Klaus Pohn
- Branchenmonitor 2017 / Konrad Godec

## Medienspiegel

Artikelanzahl gesamt: 92

Artikelanzahl Juni 2017 bis Mai 2018: 20

Artikelwerbewert Medien (Juni 2017 bis Juni 2018): EUR 30.500,-

## Zum Durchblättern/Nachlesen:

Gekürzter Medienspiegel zur Ansicht vor Ort!

Gesamter Medienspiegel wird gerne zugesendet!

(Mail an [andreas.slatner@cip.at](mailto:andreas.slatner@cip.at))



# Werbeartikel des Monats (Auszug):

## Jänner 2018 – VEGGI to Go

eingereicht vom Händler-Mitglied ISTAC



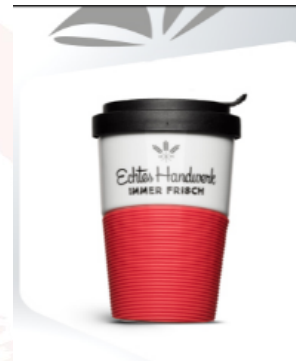
## Februar 2018 – PopSocket

eingereicht von Händler-Mitglied THE FIVE ELEMENTS GMBH



## März 2018 – Coffee to go

eingereicht vom Lieferantenpartner Mahlwerk



## Mai 2018 – Footprint

eingereicht vom Lieferantenpartner Falk & Ross



current trends

Februar

## Magische Akzente

Die farbige Lasergravur wird zum Eyecatcher im Arbeitsalltag.



Modell:	Presa
Größe:	141 x 10 mm
Material:	Aluminium
Farben:	Rot, Blau, Grün und Silber
Mine:	blauschreibend
Veredelung:	Lasergravur
Mindestmenge:	100 Stück

Der Metallkugelschreiber legt nicht nur im Kundengespräch einen eleganten Auftritt hin, auch als Giveaway auf Messen sowie Events oder als Präsent für treue Mitarbeiter macht das edle, in mattem Schwarz gehaltene Modell eine gute Figur.

Der CLOU verbirgt sich jedoch hinter der Oberfläche des Kugelschreibers: Eine Schicht, die mit der Farbe des Drückers korrespondiert und bei Veredelung per Lasergravur zum Vorschein kommt.

# VÖW-Trendletter

current trends

April

## Wireless Charger

Die neue Smartphone-Generation lädt kabellos.



Modell:	VENICE
Größe:	ca. 137 x 105 x 90 mm
Material:	Kunststoff
Farben:	Weiß
Veredelung:	UV Druck oder Tampondruck
Mindestmenge:	100 Stück

Laden Sie Ihr aktuelles Smartphone kabellos. Denn in Geräten der neueren Generation ist die dazugehörige Technik des Wireless Charging bereits integriert. Die formschöne Ladestation für den Schreibtisch lässt sich per Klickmechanismus ganz leicht auseinandernehmen und verstauen. Sie ist höhenverstellbar und kann Ihr Gerät im Hoch- oder Querformat mit neuem Strom versorgen.

Ein 1,50 m langes Mini-USB/USB-Kabel versorgt die Ladestation mit Energie und ist im Lieferumfang enthalten. Die großzügige Werbefläche kann per UV-Druck flächendeckend veredelt werden. Ebenso ist der Artikel mit einem Überhitzungs- und Überspannungsschutz ausgestattet.

Eingangsstrom: DV5V/2.0A; Ausgangsstrom: DC5V/1.0A/5W.

current trends

Mai

## Design your own FOOTPRINT

Wenn Werbung spazieren geht und Individualität in unseren Schuhkasten einzieht.



DIGITALDRUCK | TRANSFERDRUCK | STICKVERFAHREN



Material:	Obermaterial aus 100% Baumwolle
Sohle:	weiße Sohle mit schwarzem Streifen
Schuhmodell:	High Top oder Low Top
Größen:	Kinder, Unisex und XL
Schuhband:	standardmäßig in Weiß inklusive, farbig gegen Aufpreis möglich
Veredelung:	Digital- und Transferdruck sowie Stickverfahren
Verpackung:	im Non-Woven Beutel
Mindestmenge:	25 Stück

Bedrucken Sie den modernen und trendigen Canvas Schuh vollflächig mit einem Digital Druck, per Transfer oder Besticken Sie den Schuh, denn dafür wurde dieser gemacht. Als High Top und Low Top Version verfügbar für Erwachsene und Kinder, wird der Schuh in einem eigenen Schuhbeutel geliefert. Eine weite Größenpalette wie ein Sortiment von bunten Schuhbändern runden das Produkt hervorragend ab und bieten eine große Auswahl für die Personalisierung.



# VÖW-Trendletter

- monatliche Aussendung
- 5 Lieferanten werden eingeladen Produkte/Themen/Trends einzusenden
- aktuellen Themenschwerpunkte können behandelt werden
- Reaktion der Lieferanten sehr positiv
- daraus können wir den Werbeartikel des Monats wählen

## **Weitere Vorgehensweise:**

- ist der Trendletter weiterhin gewünscht – kaum Reaktion!!!
- Mail / Printausgabe → VÖW Magazin
- Redaktionsteam gesucht!

# 3. VÖW-Produktkatalog 2018/ 2019

Der 3. VÖW-Produktkatalog –  
Fristgerecht und kosteneffizient!

- Projektteam: Kathrin Schneider  
Anja Neumann  
Roman Klucsarits

3.0

**EIN WERBEARTIKEL IST  
EIN HAPTISCHES ERLEBNIS.  
DIE BERÜHRUNG  
MACHT DIE MARKE  
ERLEBBAR.**

VERBAND ÖSTERREICHISCHER WERBEMITTELHÄNDLER



# Ausblick 2018/2019

- Umsetzung 4. VÖW-Produktkatalog 2019/2020
- 3. WU-Studie
- Weiterführende Kooperation mit WU Wien sowie Gastvorträge bei verschiedenen Bildungsinstitutionen auf Bundesländerebene (Uni, Fachhochschulen)
- VÖW goes Social Media – Kontinuierliche PR & Öffentlichkeitsarbeit
- Mitglieder-Akquise

# 4. VÖW-Produktkatalog: 2019/2020

2019 wird die 4. Auflage des VÖW-Produktkatalogs erscheinen

- Details zum Katalog 2019
- weitere Verbesserungen:
  - Höhere Auflagenzahl
  - Größerer Produkt- und Artikel-Mix - Imageseiten
  - Erscheinungstermin Mai 2019
- Projektteam definieren



## **VÖW verlängert Forschungs Kooperation mit WU Wien!**

### **Studie zum Thema: Optimierung von Werbemitteln: Was will der Konsument?**

- Welche Anforderungen haben unterschiedliche Zielgruppen (z.B. Gruppierung nach Alter) an Werbemittel; Welche Eigenschaften sind bei Werbemitteln für die einzelnen Segmente besonders relevant?
- Projektleiterin: Univ. Prof. DDr. Bernadette Kamleitner
- VÖW-Projektteam: Klaus Pohn, Kathrin Schneider, Konrad Godec, Gerhard Wagner

### **Umsetzung/organisatorische Abwicklung:**

- Mehrere der Hauptstudie vorgelagerte, qualitativ explorative Untersuchungen
- Repräsentative Umfrage – Österreichweite Erhebung (n = 750)

# Lehrkooperationen – gehen weiter!

## Ziele

- Studierende für die Bedeutung des Werbeartikels sensibilisieren
- Insights aus der Praxis vermitteln
- **Geplant:** FH Wien der WKW





# VÖW goes Social Media

## Integrierte Kommunikation mit Leitmedium VÖW-Blog:

- Blog als Grundlage der Informationen und des Expertenwissens
- bietet Lieferanten und Mitgliedern Möglichkeit zur thematischen Mitgestaltung
- gewährt Insights in die Welt der Werbemittelbranche sowie Einblicke in Zielgruppen- und Marketing-Themen
- davon ausgehend: Pressearbeit und Influencer Relations

# VÖW goes Social Media

## Integrierte Kommunikation: Beispiel Juni 2018 – 5.6.: Weltumwelttag

- Blog: Fachartikel zu nachhaltigen Werbemitteln
- PR: Pressemitteilung zum Trend „nachhaltige Werbemittel“
- Blog: Zielgruppentalk mit Millennials
- Blog & PR: Werbeartikel des Monats
- Optional Influencer Relations: Testbericht eines nachhaltigen Werbeartikels, Tester: Blogger aus der Nachhaltigkeitsszene, aus Endkunden-Sicht
- Projektteam definieren

# Mitgliederakquise

**Der Verband soll durch neue Händler-Mitglieder gestärkt werden**

- Fokus auf Westösterreich
- Vorschläge für potenzielle Neu-Mitglieder kommen von den Mitgliedern selbst

**Ziel:** Jedes Mitglied übermittelt drei 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 drei Vorschläge bis Ende Juli 2018

**Projektstart:** Herbst 2018

**Ziel:** Neue Händlermitglieder beim Sommermeeting 2019 begrüßen

# Aktuelles aus der WKÖ – Gremium 318



- Compliance Leitfaden – Werbeartikelhandel (Broschüre, druckfähiges PDF)
- Werbematerial: Roll-Up und JoJo
- Imagevideo: Mr. Gimmick firmenindividuelle Anpassung (Vorspann) kostengünstig möglich
- Ausbildung WKÖ/WIFI
- ARA (Berechnungsmethode wird ausgearbeitet)

## VERTEILUNG:

erfolgt über das Landesgremium

Broschüre

## COMPLIANCE LEITFADEN

WERBEARTIKELHANDEL

MMag. Stefan Adametz, LL.M., MBA  
Februar 2018



WKÖ  
Verband, Interim & angrenzender Handel



Roll-Up

GADGETS.  
GIMMICKS.  
GIVE-AWAYS.



WKÖ  
Verband, Interim & angrenzender Handel





VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
WERBEMITTELHÄNDLER.  
**WIR LIEBEN WERBEMITTEL.**

# Offene Diskussionsrunde



VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
WERBEMITTELHÄNDLER.  
**WIR LIEBEN WERBEMITTEL.**

**Vielen Dank!**