

Protokoll zur Generalversammlung der ordentlichen Mitglieder des Verbandes Österreichischer Werbemittelhändler

Mittwoch, 26. Juni 2019 – 10:00 - 14:00 Uhr

Vitalhotel Gosau, 4824 Gosau

Das inzwischen **28. VÖW-Sommermeeting** wurde von **26. bis 28. Juni 2019** in Gosau/Salzkammergut abgehalten. Am Mittwoch, 26. Juni, 10.00 Uhr, begrüßten **Klaus Pohn** (Präsident) und **Kathrin Schneider** (Stv. Präsidentin/Schriftführerin) in Anwesenheit von Finanzvorstand **Wolfgang Kohout**, den Beiräten **Christian Hitsch**, **Stefan Radlgruber** und **Anja Neumann** sowie von Verbandssekretär **Roman Klucsarits** die versammelten Mitglieder, allen voran Ehrenpräsident **Fritz Bauer** sowie den ehemaligen VÖW-Präsidenten **Konrad Godec** und den ehemaligen VÖW-Vorstand **Gerhard Wagner**.

Nach Vorstellung der Tagesordnung wurde mit dem ersten Teil der Generalversammlung am Vormittag operativ gestartet. Zunächst präsentierte das Präsidium die Visionen 2020 und die Fortschritte der VÖW-Aktivitäten; insbesondere der folgenden Zielsetzungen: der Schaffung eines eigenen Berufsbildes gemeinsam mit Kammern und Behörden, einer aktiven Zukunftsgestaltung in der Branche und einer Steigerung des Qualitätsbewusstseins, der Positionierung der Marke VÖW in der Öffentlichkeit sowie als Anlaufstelle bei Problemen für Mitglieder, der Lancierung eigener VÖW-Kampagnen, der Vernetzung digitaler und analoger Angebote, von Verbandskooperationen im deutschsprachigen Raum, der Formierung interner Arbeitsgruppen, von Schulungen für MitarbeiterInnen von VÖW-Mitgliedern sowie der Entwicklung eines Mitglieder-Magazins.

Im Anschluss wurden die Teilnehmer über neue und ausscheidende Mitglieder und Lieferantenpartner informiert. Neue Mitglieder im Zeitraum 2017 und 2019 sind **dreiDmarketingWerbeartikelgroßhandel GmbH**, **Five Points Promotion GmbH** sowie **Karl K. Goeddee.U.** Als neue Lieferantenpartner im genannten Zeitraum kamen **Art Di Como Design GmbH**, **Geiger Notes AG**, **WIL Langenberg GmbH**, **CoolikeRegneryGmbH**, **XINDAO B.V.** und **Goldstar Europe** hinzugekommen. Ausgetretene Mitglieder im genannten Zeitraum sind **Creativ Verlags- und Handelsges.m.b.H.** sowie **Glassner Premium Ing. Lothar Glassner GmbH**. Als ausgetretene Lieferantenpartner genannt wurden **Alta Seta GmbH & Co. KG** (möglicher Wiedereintritt), **i.p.a. cosmetics / sweet GmbH**, **MACMA** (möglicher Wiedereintritt), **Mid Ocean Germany GmbH**, **SND Porzellan Manufaktur GmbH**, **Magna Sweets GmbH**, **Mahlwerck Porzellan GmbH** sowie **Vulpus Trading**.

Das VÖW-Präsidium konstatierte relativ gleichbleibende, sprich stabile Mitglieder- und Lieferantenpartner-Zahlen. **Kathrin Schneider** betonte zudem die Wichtigkeit des im Verband gegebenen, ausgewogenen Mix im VÖW-Lieferantenpartner-Kollektiv. Aus dem Plenum gefragt wurde nach möglichen Gründen für Ausstiege. In vielen Fällen würden ehemalige Mitglieder nach Beobachtung der Umsätze während einer VÖW-Pausierung wiedereinsteigen bzw. Wiedereinstiege erwägen. Im Plenum entwickelte sich zudem eine Diskussion über Qualität der Produkte und der Services der Partner gegenüber VÖW-Händlern bzw. zeigte sich in Einzelfällen auch eine Grundskepsis gegenüber manchen Playern aufgrund deren „Going-Direct“-Tendenzen auf dem Markt. Festgestellt wurden zudem Unterschiede in den Lieferantenpartner-Händlerbeziehungen auf dem österreichischen und dem deutschen Markt.

Anschließend berichtete **Kathrin Schneider** den VÖW-Mitgliedern über die erfolgreich abgeschlossene WU-Studie – die mittlerweile 3. im Rahmen der aufrechten Studienkooperation zwischen VÖW und Wirtschaftsuniversität Wien. Die Abschlusspräsentation erfolgte im Februar an der WU. Auch einige VÖW-Mitglieder (Pauger, Mittermaier, Strasser, Wagner, Godec, Schneider, Pohn, Seybold) waren bei der Erstpräsentation in Wien anwesend. Um die wissenschaftliche Arbeit zu Werbemitteln voranzutreiben, wurde im Rahmen des Sommermeetings bereits eine weitere Studie angedacht. Ebenso werden Gastvorträge und Lehrkooperationen durch Expertinnen und Experten des VÖW im nächsten Jahr fortgesetzt. Damit zukünftige Marketing-Verantwortliche auf Basis praxisbezogener Einblicke eine wertvolle Grundlage erhalten und später im Beruf fundierte Entscheidungen treffen können. Die Studienergebnisse wurden am Nachmittag im Rahmen einer Podiumsdiskussion mit anwesenden WU-Studierenden erörtert.

Auch der VÖW-Produktkatalog wurde als erfolgreiches Projekt etabliert und konnte inzwischen in 4. Auflage planmäßig zeitgerecht (KW 18) publiziert werden (6.100 Stück, 164 Seiten, 16 Händler-Mutationen, 27 Lieferantenpartner, 321 Produkte). Besonderer Dank wurde **Roman Kluscarits** für seinen tatkräftigen Support ausgesprochen. Der Produktionsablauf konnte im Vergleich zu den vorangehenden Jahren wesentlich eingedämmt, der Zeitaufwand zirka um die Hälfte reduziert werden. **Schneider** lud die anwesenden Mitglieder einmal mehr zur aktiven Mitarbeit der nächsten Katalogauflage ein. Die 20 integrierten Image-Seiten sowie drei Studien-Seiten sorgen für mehr Lebendigkeit im Katalog – dies sei gut angekommen, lockere und werte die Publikation auf. Die eingeschlagene Richtung wurde in Aufmachung und Inhalt kollektiv gutgeheißen und solle daher weitergeführt werden. Kundenseitig sei das Echo auf den Katalog sehr gut, das Produkt diene der Inspiration und weise eine deutliche Differenzierung des VÖW gegenüber anderen Katalogen auf. Fazit: In der zunehmenden Digitalisierung gewinne das haptische Blättern im Katalog für die haptische Branche der Werbemittel wieder stark an Bedeutung. Als Wunsch aus dem Plenum wurde die Verfügbarkeit des Produktkataloges als Blättermagazin geäußert (Gründe der Speicherkapazität). **Roman Kluscarits** prüft technische Umsetzbarkeit. Anschließend wurde das Bestellformular für den aktuellen Katalog an die Mitglieder ausgegeben.

Wie **Schneider** weiters ausführte, werden ebenso Gastvorträge und Lehrkooperationen durch Expertinnen und Experten des VÖW im nächsten Jahr fortgesetzt (u.a. Fachhochschule St. Pölten und WU Wien). Um Bewusstsein bei den Studierenden zu schaffen und ihnen als zukünftige Marketing-Verantwortliche auf Basis praxisbezogener Einblicke eine wertvolle Grundlage zu geben, damit diese später fundierte Entscheidungen im Einkauf und Einsatz von Werbemitteln treffen können. Ohne dieses Engagement des VÖW würden Werbeatikel nicht in den Lehrplänen vorkommen. Im Idealfall lassen sich die Gastvorträge nächstes Jahr wieder besser timen, sodass auch **Konrad Godec**, Initiator der WU-Studienkooperation, wieder als Referent zur Verfügung stehen kann (letztes Mal durch China-Aufenthalt verhindert).

Auch das Format VÖW Event Academy, konkret das Gastspiel am 11. Oktober 2018 im Wiener Showroom der Firma New Wave, wurde nachbesprochen. Die Unterlagen, die den VÖW-Mitgliedern seitens New Wave ausgehändigt wurden, wurden für sehr gut befunden. Der präsentierte Vortrag wiederum hätte besser mit Videos und Beispielen aufgelockert sein sollen. Auch die nachträgliche Erkenntnis, dass sich New Wave nicht am VÖW-Produktkatalog beteiligt hat, wurde mit den Vertretern des Unternehmens im Rahmen der Messe beim Sommermeeting angesprochen. Mit Blick auf künftige Eventakademie-Besuche wurde bekräftigt, im Vorfeld sehr genau Aufwand und Nutzen solcher Angebote für die VÖW-Mitglieder zu prüfen.

Des Weiteren angedacht ist es, lieferantenunabhängige Sessions zu organisieren (z.B. mit Modeschule Hetzendorf). Unter diesen Gesichtspunkten wurde das Format prinzipiell für gut und fortsetzungswürdig befunden. Für Mitglieder sei es durchaus interessant, in die Materie Textiles und Druck tiefer einzutauchen, sich Fachwissen dazu anzueignen und mehr über rechtliche Grundlagen, Kennzeichnungen etc. aber auch Trends zu erfahren. Gewünscht sind auch Basisunterlagen, die beispielsweise für neue Mitarbeiter im eigenen Betrieb als Leitfaden dienen können. Der VÖW werde das gerne initiieren und aufbereiten. Essenziell sei natürlich dann, dass die organisierten Schulungsangebote de facto auch Mitgliederseitig angenommen werden.

Gudrun Wolfschluckner von der betreuenden Kommunikationsagentur corporate identity prihoda gmbh (cip) fasste die Aktivitäten und Erfolge der PR/Öffentlichkeitsarbeit für den Zeitraum 2018/2019 zusammen: Insgesamt konnten im vergangenen Jahr zu den Fokusthemen „3. WU-Studie“, Werbemittel-Trendthemen sowie weiteren VÖW-Aktivitäten (z.B. Event Academy, Interview Kathrin Schneider etc.) ein Dutzend Clippings in regionalen und überregionalen Medien mit einem Werbewert von rund 36.500 Euro generiert werden. Damit ist die Qualität und somit der entsprechende Werbewert im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um rund 20 Prozent gestiegen (2017/2018: EUR 30.500,00). Die Basis für die gelungene Berichterstattung wurde durch Presseaussendungen und Interviews gelegt. Ein gekürzter Medienspiegel wurde vor Ort zur Nachlese aufgelegt.

Als gelungen befunden und präsentiert wurde auch der neue Web-Auftritt des VÖW, der sowohl technische Verbesserungen (Seite wurde zuvor mehrfach gehackt), als auch eine höhere Funktionalität sowie Optimierungen in Navigation und Darstellung gebracht hat. Hinzu gekommen sind zudem ein interner Download-Bereich mit Infos und Lieferantenübersicht für Händler, eine Fotogalerie zu VÖW-Events sowie die Integration der Katalogverwaltung für die Lieferantenpartner. Auch hier galt **Roman Kluscarits** wieder besonderer Dank für die Projektkoordination.

In der vergangenen Verbandsperiode setzte der VÖW auch verstärkt Werbeartikel-Trends auf die öffentliche Agenda. Mit der Rubrik „Werbeartikel des Monats“ wurden spannende Werbemittel im Kontext ihrer Funktionalitäten und Anwendungsgebiete (z.B. April 2019: Taschendiebe überlisten Sicherheitsgurt von Troika) ansprechend aufbereitet und auch mit dem VÖW-Blog gekoppelt.

Mit der Entwicklung des Maskottchens „HaptikHANDi“, das in seiner Gestaltung die fünf Sinne darstellt, will der Verband dem Werbeartikel ein Gesicht geben und für emotionale Ansprache sorgen. Der Avatar finde im Außeneinsatz, unter anderem bei Studierenden, großen Anklang. Ein Roll-up wurde bereits produziert, weitere Einsatzmöglichkeiten, etwa als aufblasbare Figur, sind angedacht. Sinnvolle Verschränkungen, etwa mit dem VÖW-Blog sowie die Verwendung in Social Media, werden ausgearbeitet.

Zum VÖW-Blog: Hier wurden große Fortschritte einerseits in den redaktionellen Abläufen, andererseits in der thematischen Weiterentwicklung gemacht – speziell mit der Erarbeitung neuer Sonderthemen und -anlässe (abseits der Klassiker „Muttertag“, „Ostern“ etc.); so beispielsweise Blog-Beiträge zum Welttag des Cocktails oder zum Thema „Intergalaktische Werbemittel“, wofür Physiker Werner Gruber als Gastautor gewonnen werden konnte. Die VÖW-Mitglieder wurden neuerlich herzlich dazu eingeladen und aufgerufen, Input und Themen beizusteuern. **Kathrin Schneider** sammelt das Material und die Agentur cip liefert jeweils einen Textvorschlag, der dann vom Input-Geber, sprich dem jeweiligen Werbemittel-Experten, nachgeschliffen und freigegeben werden kann. Pro Person zweimal jährlich Input zu geben, sei ein überschaubarer Aufwand, betonte **Schneider**.

Weitere Themenvorschläge sind für die kommende Blog-Saison willkommen. Das nächste Redaktionsmeeting für das kommende Jahr findet im Jänner 2020 statt. Unter den Themenwünschen und -vorschlägen aus dem Plenum waren der Welttag des Kalenders (Anja Neumann), Umweltthemen (KommR Erich Paireder und Gertrude Paireder) sowie Blogbeiträge zum Einsatz und zur Wirkung von Farben (Kathrin Schneider) etc., die gerne in die Planung aufgenommen werden. Weitere Wunschthemen sind bitte an **Kathrin Schneider** per Mail zu richten. In einem kurzen Ausblick wurden ferner die noch für dieses Jahr anstehenden Blog-Themen vorgestellt. Die VÖW-Mitglieder wurden weiters dazu motiviert, den Blog in den eigenen Reihen zu promoten, regelmäßig zu lesen, zu kommentieren, zu liken, um die Wirkung zu vergrößern und ein Netzwerk aufzubauen – inklusive der jeweils erstellten Imagesujets, die sich zum Verbreiten via Instagram und Facebook eignen.

Die Lobbying-Arbeit des Verbandes gegenüber Kammern und Behörden im Sinne des Berufsbildes des Werbemittelhändlers schreitet ebenfalls voran. Einblicke in die Kooperationsbemühungen mit der WKO gab **Kathrin Schneider**. Grundsätzlich sei der VÖW mit ausgestreckter Hand auf die WK zugegangen – die seitens der WK bislang nicht in dem Maße angenommen wurde (parteipolitische Interessen, verschiedene Gruppenzuordnungen) – werde dies aber auch im Interesse der VÖW-Mitglieder weiterhin tun. Der VÖW habe im Unterschied zur WK Spielraum, auf Mitglieder-Wechsel zwischen den unterschiedlichen Gruppen einzuwirken (Voraussetzung: tatkräftige Mithilfe und Kooperation der VÖW-Mitglieder).

Die letzte Sitzung fand am 16. Mai 2019 statt. Wesentliche Erkenntnisse sind: Der Ausschuss Werbeartikelhandel bekommt eine eigene Website (www.werbeartikelhandel.org). Beim Compliance Leitfadens werden die „drei K“ in „drei G“ (Gadgets, Gimmicks, Give-Aways) geändert (Anm. „Give-Aways“ wurde als gewollt breite Kategorie vorgeschlagen). Hinsichtlich einschlägiger Ausbildungen am Wifi der WKO ist in Vorarlberg im Oktober ein Impulsvortrag geplant. Als Referent wird Manfred Janek, von KW open fungieren. Am Wifi Niederösterreich könnte für 2020/21 ein Vortrag gestaltet werden (Referent noch offen). Außerdem ist der VÖW noch in Verhandlung mit der Werbeakademie Wien bezüglich eines Impulsvortrags (voraussichtlich **Kathrin Schneider**). Zum Thema Produktsicherheit/-kennzeichnung wiederum wurde eine Arbeitsgruppe zur Erarbeitung eines Leitfadens gegründet (**Martin Anton Wadl**). Hinsichtlich der „ARA Branchenlösung“ konnte aufgrund der äußerst heterogenen Branchenstruktur und der mangelhaften Datenlage bezüglich einer Branchenlösung kein Ergebnis erzielt werden. Verhandlungen wurden beendet (**Ralf Hinterleitner**).

Unter dem Titel „VÖW IDEENwerkstatt“ rief der VÖW-Vorstand seine Mitglieder dazu auf, Erfolgsstories/Case Studies einzumelden. Der Verband könne diese im Rahmen seiner Repräsentationsaktivitäten, etwa an den Fachhochschulen und Universitäten, emotional transportieren. Laut **Schneider** zeigen positive Erlebnisse aus der Praxis am Endkonsumenten wie Werbeartikel wirken. Ausgehend vom Leitmedium VÖW-Blog soll im Sinne der integrierten Kommunikation die proaktive Bewerbung des Blogs via Social Media durch Verlinkungen und Teilen der Mitglieder forciert, der Blog als Wissensdatenbank grundsätzlich ausgebaut werden.

Die Ansprache von Influencern und Bloggern könne perspektivisch auch eine weitere Multiplikator-Wirkung erzeugen. Nach der Online-Stellung neuen Contents am Blog solle künftig eine Info-Mail an die Mitglieder ergehen, um auf den neuen Inhalt aufmerksam zu machen. **Roman Kluscarits** werde sich dieser Aufgabe annehmen. Auch bei gemeinsamen VÖW-Aktivitäten (z.B. Druckereibesichtigungen) gelte es, generischen Content für Social Media, inklusive Fotos von den Aktivitäten, zu schaffen.

Zur Mitarbeit im Social-Media-Team gemeldet haben sich **Stefan Radlgruber**, **Klaus Pohn** und **Christopher Hitsch** (kommuniziert als Gruppenlead an den Vorstand). Zur Mitarbeit im Blog-Team nominiert wurden **Edith Glavanovitz**, **Doris Mittermaier** (Gruppenlead), **Anja Neumann** (ab Jänner), **Kathrin Schneider** (Gruppenlead), und **Michael Strasser**. Das Team VÖW-Studien bilden **Doris Mittermaier**, **Konrad Godec**, **Petra Pauger**, **Kathrin Schneider** und **Gerhard Wagner** (Gruppenlead), um mögliche Themenfelder rund um die „Werbemittel der Zukunft“ zu erörtern (Charakteristika der Werbemittel der Zukunft, „Must-haves“ von morgen, künftige Megatrends, Entwicklung unterschiedlicher Werbemittel entlang von Clustern, technische Gadgets vs. Nachhaltigkeit etc.). Das Team VÖW-Produktkatalog – 5. Auflage wiederum stellen **Elisabeth Fida** (Gruppenlead), **Klaus Pohn**, **Kathrin Schneider** und **Robert Schneider** (Gruppenlead). Die geplante Intensivierung von Lehrkooperationen (WU Wien, FH St. Pölten sowie weiteren Bildungsinstitutionen auf Bundesländerebene) sollen künftig mehr VÖW-Mitglieder als Gastvortragende unterstützen; neben **Kathrin Schneider** und **Konrad Godec** künftig auch **Stefan Radlgruber**. Weitere Mitwirkende sind jederzeit willkommen.

Weiteren Diskussionsbedarf lieferte u.a. die Fortsetzung der VÖW Event Academy. Problemstellung hierbei: Partner in Österreich sind ausgeschöpft, Partner-Visiten im Ausland zu zeitintensiv. Lösungsvorschlag wären Schulungen vor Ort (z.B. Lieferanten als Gastredner in Wien). Besprochen wurden Besichtigungen von Manufakturen, Werkstätten, Handwerksbetrieben – weitere Wünsche und Ideen sind Mitgliederseitig willkommen. Idealerweise soll ein guter Mix aus Einblicken in Produktionen und Fortbildungs-Aspekten gelingen. Dauerhaft relevant ist auch das Thema Mitglieder-Akquise. **Kathrin Schneider** wird den verfügbaren alten und neuen Datenbestand prüfen. Die Einladung zu VÖW-Veranstaltungen wurde als eine Möglichkeit identifiziert, neue Mitglieder zu gewinnen.

Zum Programmpunkt Budget 2017/18 wurde festgehalten, dass eine Einsichtnahme in die Abrechnung auf Wunsch jederzeit ermöglicht wird. Die Kassenprüfung des VÖW für die Jahre 2017/2018 hat am 26. Juni 2019 stattgefunden. Als Kassenprüfer teilgenommen haben **Karl Lehr** und **Gabriele Reif**. Die Kassenprüfung hat keine Beanstandung ergeben. Die Finanzen wurden 2017/2018 ordnungsgemäß und ordentlich geführt. Die Belege und Kontoauszüge lagen vollständig vor. Die Belege sind eindeutig und wurden dem Budget sachlich zugeordnet. Die Kassenprüfer haben die Entlastung des Kassiers und des Vorstandes vorgeschlagen. Die Antragstellung zur Entlastung des Finanzvorstandes und Kassenprüfers wurde einstimmig angenommen.

Am Nachmittag des 26. Juni wurde im Rahmen der Generalversammlung der Händler die Wahl des VÖW-Vorstandes und Kassenprüfers abgehalten. Zu bestellen galt es drei Personen für den Vorstand, zwei für den Beirat. In den Vorstand berufen wurden für die nächsten zwei Jahre **Christopher Hitsch**, **Klaus Pohn** und **Stefan Radlgruber** sowie **Gerhard Mittermaier** und **Kathrin Schneider** in den Beirat. **Karl Lehr** und **Walter Pauger** wurden zu Kassenprüfern gewählt. Die Wahl wurde vom Plenum einstimmig angenommen.

Offizieller Schluss der VÖW-Generalversammlung 2019 war um 14.00 Uhr.