

„Werbemittelbranche floriert“: Neuer VÖW-Vorstand sieht wissenschaftliche Forschung, Berufsbild und Intensivierung der Verbandsarbeit im Fokus

Wien, am 8. Juli 2019 – Der Werbemittelsektor in Österreich prosperiert. Das unterstrichen die rund 125 VÖW-Mitglieder, Händler und Lieferantenpartner, die sich beim Jahresmeeting des Verbandes österreichischer Werbemittelhändler (VÖW) im oberösterreichischen Gosau versammelten. Das erfreuliche Fazit: Die Branche wächst und das Thema Werbeartikel kommt beim Marketing-Nachwuchs sehr gut an. Im Rahmen des Branchentreffens wurden die Weichen für die heimische Werbeartikelindustrie gestellt und der Vorstand neu gewählt.

Am 26. und 27. Juni fand in Gosau im Salzkammergut das traditionelle VÖW-Sommermeeting statt. Die Highlights eines spannenden und ereignisreichen Jahres für die Werbemittelbranche fasste der neu gewählte VÖW-Vorstand zusammen: „Die Branchenumsätze steigen, das Interesse an Werbeartikeln als wirkungsvolle Trägermedien ist ungebrochen und die Bedeutung von haptischen Werbemitteln als Kontrapunkt im digitalen Zeitalter und essenzieller Bestandteil in einem nachhaltigen Marketingmix wird zunehmend auch in der Forschung und Lehre im Hochschulbereich anerkannt“, ziehen der wiederbestellte Verbandspräsident Klaus Pohn und der neue Vizepräsident und Schriftführer Christopher Hitsch unisono Bilanz. Stefan Radlgruber als Finanzvorstand sowie Kathrin Schneider und Gerhard Mittermeier als Beiräte komplettieren die Verbandsspitze. Als Kassenprüfer wurden Karl Lehr und Walter Pauger bestellt. Die Wahl des neuen VÖW-Vorstands wurde einstimmig angenommen.

Wissenschaftlich fundiert

Als wichtige Interessensvertretung der Branche konnte der Verband in den vergangenen Jahren mit seinem intensiven Engagement vor allem auch im Wissenschaftsbetrieb und in Lehrkooperationen relevante Erfolge für die Bewusstseinsbildung und die Qualitätssicherung für den gesamten Sektor erzielen. Dabei steht für den VÖW an oberster Stelle, den zukünftigen Marketing-Entscheidern auf Basis praxisbezogener Einblicke durch ExpertInnen des VÖW wertvolle Grundlagen zu vermitteln, damit diese später fundierte Entscheidungen im Einkauf und Einsatz von Werbemitteln treffen können. Vor diesem Hintergrund war somit auch beim diesjährigen Sommermeeting der fachliche Austausch in praktischer und wissenschaftlicher Hinsicht vorrangig.

So wurden etwa im Rahmen einer spannenden Podiumsdiskussion mit zwei Studierenden vom Institute for Marketing & Consumer Research (m.core) der Wirtschaftsuniversität Wien (WU) die wichtigsten Erkenntnisse der mittlerweile dritten vorliegenden Studie diskutiert, die im Rahmen der VÖW-Kooperation mit der WU hervorgebracht werden konnte. Theresa Schmidt und Markus Rischka, ihres Zeichens an der aktuellen Forschungsarbeit maßgeblich mitarbeitende Studierende, standen den Anwesenden Rede und Antwort. Zunächst wurde der wissenschaftliche Zugang zum Forschungsfeld vorgestellt, im Anschluss präsentierten sie die wichtigsten Resultate und Insights zur Studie „Anforderungen von KonsumentInnen an Werbemittel“.

Auf den Punkt gebracht: „Praktisch, optisch ansprechend, originell, qualitativ hochwertig, nachhaltig produziert und im Moment des Bedarfs überreicht“, entfaltet ein Werbeartikel nachweislich die größte Wirkung bei Konsumentinnen und Konsumenten. Generell werden Werbeartikel gerne angenommen, wobei der Ort, an dem die Werbemittel übergeben werden, eine entscheidende Rolle spielt. Dabei hat Technik die Nase vorn, dicht gefolgt von Haushaltsartikeln und Schreibwaren.

Überraschendes wird bevorzugt auch in Social Media geteilt. Zudem offenbart die Studie Unterschiede und Vorlieben bei Stadt- und Landbevölkerung, Jung und Alt sowie Frauen und Männern. In Kombination mit den Ergebnissen der ersten und zweiten VÖW-Studie, „Werbeartikel wirken“ und „Qualität macht sich bezahlt“, stehen VÖW-Händlern für die fundierte Beratung somit auch wissenschaftlich valide Erkenntnisse aus Kundenperspektive zur Verfügung. Um die wissenschaftliche Arbeit zu Werbemitteln voranzutreiben, wurde im Rahmen des Sommermeetings bereits eine weitere Studie angedacht.

Vision 2020

Für die Rahmenbedingungen und Ausgestaltung der Branche wichtige Ziele hat der Verband langfristig-strategisch in Angriff genommen. Wichtige Milestones konnten bereits realisiert werden und der eingeschlagene Kurs wird daher konsequent weitergeführt. Die Schaffung eines eigenen Berufsbildes des Werbemittelhändlers in Abstimmung mit Kammern und Behörden etwa schreitet stetig voran. Höchste Priorität hat auch die Steigerung des Qualitätsbewusstseins innerhalb der Branche und die Positionierung der Marke VÖW in der Öffentlichkeit. Dazu gehört ebenfalls die Lancierung eigener VÖW-Kampagnen mit dem Ziel, die Vernetzung digitaler und analoger Angebote noch weiter auszubauen. Das Reüssieren der Werbemittel im Marketingmix im Zeitalter der Digitalisierung bestimmt die programmatische Ausrichtung der Verbandsaktivitäten in den kommenden Jahren.

Dazu wurde kürzlich im Interesse der Branche und des Verbandes unter anderem ein neuer Web-Auftritt lanciert und der VÖW-Blog als digitaler Ausgangspunkt gestartet sowie „HaptikHANDi“ als Maskottchen und Botschafter der Gattung Werbemittel ins Leben gerufen. Ferner werden die laufenden Verbandskooperationen, auch im deutschsprachigen Raum, ausgebaut. „Es geht darum, die Zukunft aktiv zu gestalten. Wir haben interne Arbeitsgruppen für die wichtigsten Verbandsaktivitäten und Schulungen für MitarbeiterInnen von VÖW-Mitgliedern initiiert. Der VÖW wird sich noch stärker als Ansprechpartner für die Vertreter der Werbemittelbranche in Österreich positionieren“, sagt VÖW-Präsident Klaus Pohn.

Über den VÖW:

Der VÖW ist die Interessensvertretung der Werbeartikel-Importeure und -Hersteller in Österreich. Er wurde 1991 gegründet mit dem Ziel, die Bedeutung des Werbeartikels im Kommunikationsmix nachhaltig zu fördern. Das Aufgabengebiet des VÖW umfasst unter anderem gezielte Öffentlichkeitsarbeit, um das Image der Branche und des Verbandes zu verbessern und weiterzuentwickeln, die Verbesserung der rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen, die konstruktive Mitgestaltung neuer Gesetze auf europäischer sowie nationaler Ebene sowie die europaweite Koordination der Lieferanten. Darüber hinaus dient der VÖW als Service-Stelle und Ansprechpartner für alle branchenbezogenen Themen. Aktuell sind rund 80 Hersteller und Händler Mitglieder des VÖW. Der VÖW ist Gründungsmitglied der EPPA (European Promotional Products Association), einer europäischen Interessensvertretung, die innerhalb der EU die Werbemittel-Branche vertritt.

Weitere Informationen unter: <http://werbemittelhaendler.at/>

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Verband österreichischer Werbemittelhändler	corporate identity prihoda gmbh
Kathrin Schneider	mag. gudrun wolfschluckner
Tel.: +43 664 540 84 58	tel.: +43 (0) 1 479 63 66 - 24
E-Mail: kathrin.schneider@werbemittelhaendler.at	e-mail: gudrun.wolfschluckner@cip.at