

Herzlich willkommen
zum

SOMMERMEETING
22.-24.06.2022

30
+1
JUBILÄUM

Begrüßung durch Klaus Pohn



Sommermeeting 2022

Tagesordnungspunkte

- Begrüßung durch den Präsidenten
- Programm Sommermeeting 2022
- Rückblick 2021/2022 – Vorschau 2022/2023

- Der VÖW-Katalog neu
- Vortrag „Arbeitsplatz der Zukunft“ inkl. Fragerunde

Sommermeeting 2022

Programm

22. Juni

- 10–12 Uhr: Händlermeeting
- 12–13 Uhr: Mittagspause
- 13–14 Uhr: Präsentation des neuen Katalogkonzepts
- 14–15.30 Uhr: Vortrag „Arbeitsplatz der Zukunft“ inkl. Fragerunde
- 19.00 Uhr Abendessen

23. Juni

- 09.30–16.30 Uhr: Messe
- 18.30 Uhr: Abmarsch zum Schiff
- 19 Uhr: Ausflugsfahrt (vorauss. Ende 22.30 Uhr)

24. Juni

- Frühstück und Abfahrt

Rückblick 2021–2022

Veränderungen Mitglieder

Beendigung durch Pensionierung

- K12 Kalender
- Suntana

Ruhende Mitgliedschaft

- Karl K. Gödde

Austritte

- Walter Pauger Werbeartikel
- The Five Elements

Rückblick 2021–2022

Veränderungen Lieferantenpartner

Neue Lieferantenpartner

- LISTAWOOD
- LAMY
- PRODIR

Austritte

- Coolike Regnery
- Falk & Ross Austria
- Landkaufhaus Mayer

Rückblick 2021–2022

Aktivitäten

- VÖW-Academy virtuell
- Medien- und Öffentlichkeitsarbeit
- Blog und Social Media
- Umgesetzte Maßnahmen auf Vorstandsebene

VÖW-Academy virtuell

Fortbildungsangebote an die Mitglieder

Erste Social-Media-Schulung

- Basics: Eigenschaften von Social Media, vorhandene Netzwerke und deren Besonderheiten, Posten, Humor u.v.m.
- Ca. 20 Teilnehmende

Zweite Social-Media-Schulung

- Fortgeschritten: Redaktionsplanung, Timings, rechtliche Fragen und Besonderheiten sowie individuelle Fragen
- Ca. 15 Teilnehmende



VÖW-Academy virtuell

Fortbildungsangebote an die Mitglieder

Webcast/Workshop Cyber Security

- Wo können überall Daten abgegriffen werden
- Onlineshopping, Internet of Things, Ransomware
- Wie schütze ich mich und mein Unternehmen
- Ca. 15 Teilnehmende





MG

Marion Godec

RH

Ralf Hinterleitner

Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

MARKETING

Emotionale Bindung

Haptische Werbung verliert selbst in digitalen Zeiten nicht an Bedeutung.

Der Weltspartag ist nicht nur ein Festtag für Banken und deren Kunden, sondern traditionell auch für die Werbemittelhändler. Werbe-geschenke für Groß und Klein sind auch in einer zunehmend digi-talisierten Welt nicht wegzudenken, erklärt Klaus Pohn, Präsident des Verban-des österreichischer Werbemittelhändler, kurz VÖW. „Ein Produkt des österreichischer Werbemittelhändler, kurz VÖW, „Ein Produkt ausgrenzen und mit allen Sinnen zu erleben, das ist gerade jetzt für Groß- und Kleinhandel wichtig. Digitale Werbung sollte deshalb mit haptischen Produk-ten unterstützt werden.“

In Coronazeiten ist der Werbemittelmarkt aufgrund mangelnder Veran-lastungen und Überkapazitäten stark zurückgegangen, aber: „Wir sind wie ein Chamäleon. Wir sind daran gewöhnt, uns sehr schnell zu ver-ändern und neue Wege einzuschlagen.“ So rufen einige Händler ihre Kunden und neue Wege einzu-schlagen.“ So rufen einige Händler ihre Kunden und neue Wege einzu-schlagen.“

Nicht nur die Pandemie hat den Markt geblüht durcheinander gewir-keit, schon vorher haben sich die Ansprüche an die Werbemittelhändler massiv verändert, wie Pohn erklärt. „Früher war nur die Beschaffung des Endprodukts das Wichtigste, mittlerweile bieten wir unseren Kunden auch Kreativleistungen und strategische Unterstützung an.“ Und während die- ses CE-Zeichen bei Impulsprodukten ausgeprägt hat, sind die Anfor-derungen mittlerweile viel komplexer. „Das merke man auch jetzt, wo die Ge-schäfte wieder anspringen: „Es wird wieder investiert und es ist noch viel Budget bei den Firmen übrig. Der Sommer war schon relativ stark und jetzt ist der Herbst nochmal stärker geworden.“

Die Trends in der haptischen Werbung sind eindeutig: Es muss allen-falls sein – nicht nur das Produkt selbst, sondern auch die Verpa-kung und die Beschaffung. Zudem werden die Qualität und die Langje-ährigkeit der Produkte wichtiger. „Das ist ja der Vorteil von haptischen Wer-bung, die bleiben dadurch länger in Erinnerung“, so Pohn. Der Trend geht weg von billiger Massenware und hin zu Produkten aus Europa oder „Made in Austria“. „Früher waren wir extrem preislos, das wollen viele Kunden nicht mehr, deshalb sind wir laufend auf der Suche nach



Der Vorteil von haptischen Werbekampagnen ist, dass sie länger in Erinnerung bleibt

Klaus Pohn

Produktionsstätten in Europa.“ Denn die vielen Textilhersteller, die es frü-her in Portugal gegeben hat – etwa für Kletterer und T-Shirts –, macht man heute weggeben. Spritzguss- oder Metallgussarbeiten aus Deutschland mit europäischen Blasen sind mittlerweile kein Problem, aber bei langjährigem Metallgussarbeiten sei man weiterhin auf Österreich angewiesen. Generell ist der Kugelschreiber noch immer der wichtigste Ar-tikel. Die emotionale Bindung zum Kugelschreiber ist auch wissenschaftlich bewiesen. Eine Studie der WU Wien kommt auch zur Erkenntnis: „Wichtigere Kugelschreiber erhalten einen nach wichtigeren Platz im täglichen Leben.“

Ambitionierte Pläne für eine erfolgreiche Zukunft der Werbemittelbranche

Die österreichische Wirtschaft hat in den letzten beiden Jahren eine schwierige Zeit durchgemacht. Dass die österreichischen Werbemittelhändler trotz herausfordernder Rahmenbedingungen vergleichsweise gut durch die Pandemie gekommen sind, beweist, wie resilient und gut aufgestellt die Branche ist. So konnte der Vorstand des Verbandes österreichischer Werbemittelhändler (VÖW) auf der Generalversammlung am 16. Juni 2021 in St. Florian bei Linz eine positive Bilanz der Jahre 2019 und 2020 ziehen.

Der auch neuer wiederbestellte VÖW-Präsident Klaus Pohn ist auf die Branchenkollegen und -kollegen zu Recht stolz. „Durch die vielen guten nationalen und internationalen Kontakte quer durch alle Branchen wie auch dank ihres Logistik-Know-hows und ausgeklügelter Lieferketten konnten die VÖW-Mitglieder ihr Leistungsportfolio ohne große Einbußen anbieten und teilweise sogar erweitern.“

Nachwuchsförderung für eine nachhaltige Zukunft der Branche
 Um die gute wirtschaftliche Entwicklung des österreichischen Werbemittelhandels zu festigen und haptischen Werbemitteln auch in Zeiten der Digitalisierung den ihnen zukommen- den wichtigen Platz im Marketing-Mix zu sichern, werde der VÖW sein bisheriges Engagement in Sachen Lehre und Weiterbildung noch ausbauen, so Pohn zu weiteren Zukunftspänen des Verbandes.

Know-how-Austausch, Kommunikation und Partnerschaften stärken alle Beteiligten.

Auf Wiedersehen in großer Runde im Jahr 2022

Apropos „Austausch, Kommunikation und Partnerschaften“ (Eine lieb gewonnene Tradition des VÖW ist auch im digitalen Zeitalter un-terstützt. Das physische Jahresmeeting im Sommer bleibt der jährliche Fixpunkt des Verbands, um Zukünftiges anzudeuten und über Vergan-genes zu berichten. Die Austragungsorte der Pandemie hat zwei Jahre lang verfindert, dass sich VÖW-Mitglieder wie auch Lieferanten-partner in intensiven persönlichen Gesprächen aus-tauschen konnten, im Jahr 2022 ist es aber end-lich wieder so weit und das 30-Jahre-Jubiläum des VÖW wird im Verbandes weit – wenn

WIRTSCHAFT GENOSSENSCHAFT REGIONAL NACHHALTIGKEIT FREIZEIT

Werbeartikel stärken die emotionale Bindung

Haptische Werbung verliert selbst in digitalen Zeiten nicht an Bedeutung, weiß Klaus Pohn, Präsident des Verbandes österreichischer Werbemittelhändler.

Von Elisabeth Hall - 8. November 2021

VÖW-Präsident Klaus Pohn im Gespräch mit der „Raiffeisenzeitung“ über haptische Werbung im digitalen Zeitalter



AUSTRIAN business WOMAN

INTERVIEWS BUSINESS-NEWS FORTBILDUNG EVENTS LIFESTYLE KULTUR U

VÖW-GENERALVERSAMMLUNG 2021 IM ZEICHEN DER DIGITALISIERUNG

Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

Veröffentlichungen seit Mai 2021

- **25.06.2021: austrianbusinesswoman.at**
„VÖW-Generalversammlung 2021 im Zeichen der Digitalisierung“
- **25.06.2021: branchenblatt.at**
„VÖW: Gut durch die Krise“
- **August 2021: dedica 3/2021**
„Ambitionierte Pläne für eine erfolgreiche Zukunft der Werbemittelbranche“
- **03.11.2021: raiffeisenzeitung.at**
„Werbeartikel stärken die emotionale Bindung“
- **November 2021: Raiffeisenzeitung 43/2021**
„Emotionale Bindung“



Positive Bilanz und innovative Pläne bei der VÖW-Genera



Gut geschult mit dem VÖW



VÖW trifft Partnerverbände bei der GWW-Trend
© 15. Oktober 2021

Blog und Social Media

Verband VÖW-Blog News Kontakt Mein VÖW MITGLIED WERDEN!

vöw
 Verband österreichischer
 Werbemittelhändler

Trends

Werbeartikel des Monats Mai 2022
 31. Mai 2022

VÖW-Blog

„Man kann nicht nicht kommunizieren!“
 17. Mai 2022

Bilder:
 Smartwatch: Peawls
 AirPods: Peawls / Dina Neyrowa
 Handyhülle: Peawls / M&M PRODUCTION

in Suche

vöw
 VÖW - Verband
 österreichischer
 Werbemittelhändler
 130 Followerinnen
 Vollständige Seite

Wir haben VÖW-Präsident **Klaus Pohn** vor die (virtuelle) Kamera gebeten und ihm einige Antworten entlockt. Seht selbst!
 #Werbemittel #VÖW #Werbemittelhändler

Burnheart Schreck · 1.
 #gerneperdu
 816 gemeinsame Kontakte
 Gert Zaunbauer, Jörg Rheinboldt, Alexan...

Reaktionen
 1 Share

Werbeartikel des mo...

Mit Freunden in den Sommer tanzen. Die vergangenen beiden Jahre waren besonders für Jugendliche besonders herausfordernd. Vieles, was einfach zum Erwachsenwerden gehört, war eingeschränkt oder gar nicht möglich: durchtanzte Nächte in Clubs, Konzerte, in Cafés mit Freunden zu tratschen und sich über all das auszutauschen, was das Teenagerleben so mit sich bringt... Deshalb hat sich das [...]

Blog und Social Media

Das Blogjahr 2021: Nachhaltige Produkte, nachhaltige Werbestrategien und eine nachhaltige Nutzung der Beiträge

Die redaktionelle Linie des Jahres 2020 und die Abläufe wurden beibehalten, hinzugekommen sind:

- eine besondere Berücksichtigung **von emotionaler Bildsprache**
- eine Bewertung nach **Expertenmeinung** am Ende des jeweiligen Blogtextes, z.B.
Einsatzdauer: 5 Sterne, Emotion: 5 Sterne, Attraktion: 4 Sterne, Multiplikatoreffekt: 3 Sterne

Eigene Aussendung für Mitglieder

Damit Mitglieder die Texte für ihre eigenen Social-Media-Kanäle verwenden können, wird seit 2021 zu jedem Beitrag ein Paket an Informationen für sie zusammengestellt:

- von jedem Hinweis auf VÖW bereinigter Text
- Sujetbild mit integrierten Copyrightangaben ohne VÖW-Branding
- Social-Media-Text plus Vorschlag für Hashtags

Blog und Social Media

Das Blogjahr 2022 ...

... wird im Sinne des Jahres 2021 weitergeführt, wobei die Kooperation mit Lieferantenpartnern noch verstärkt werden soll, um das Netzwerk wie auch die Reichweite des Blogs zu stärken.

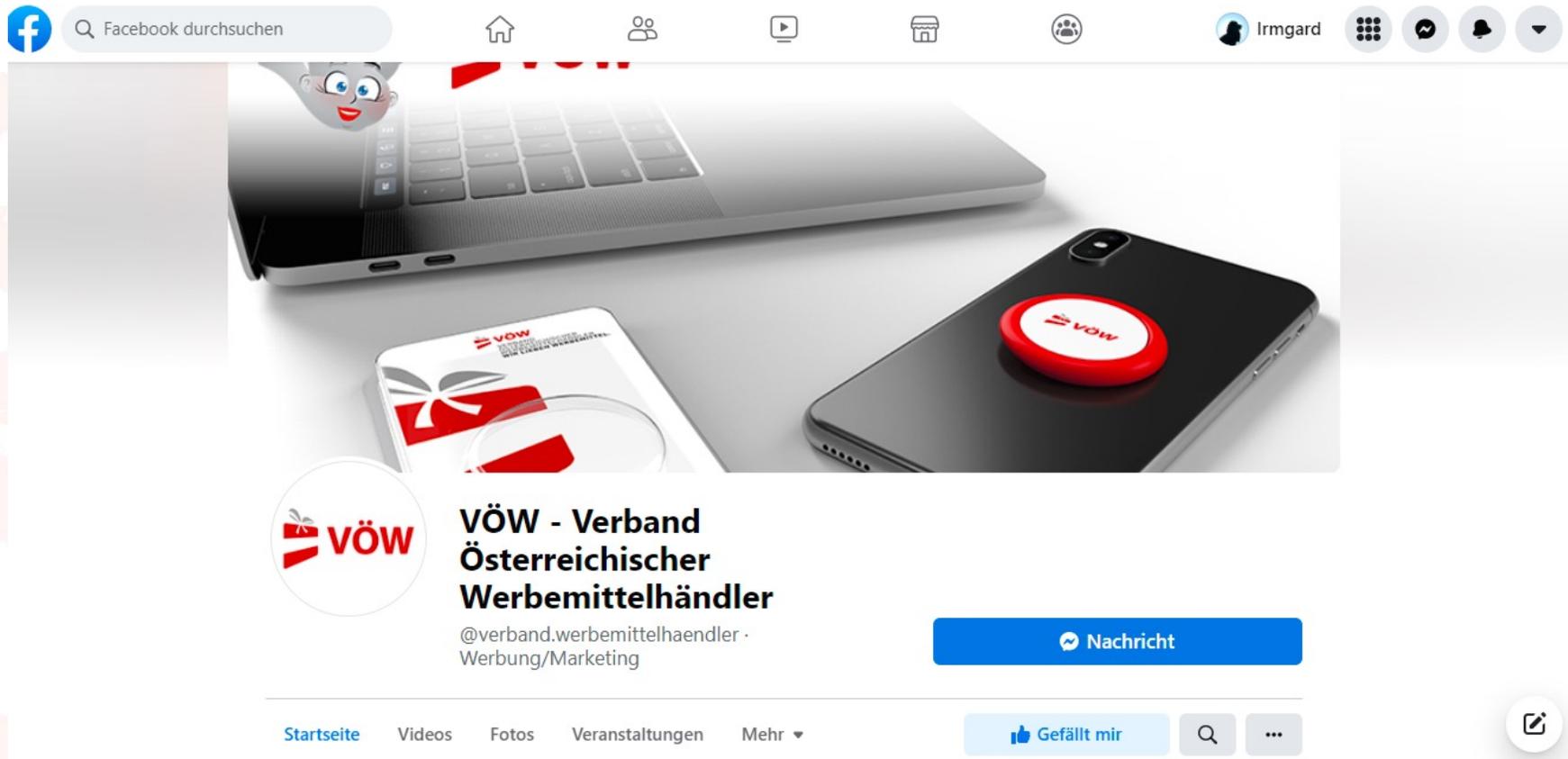


Blog und Social Media

Facebook

Betreuung: VÖW

Follower: 22



Facebook durchsuchen

Irmgard

vöw

VÖW - Verband Österreichischer Werbemittelhändler

@verband.werbemittelhaendler · Werbung/Marketing

Nachricht

Gefällt mir

Startseite Videos Fotos Veranstaltungen Mehr

Blog und Social Media

Instagram
Betreuung: VÖW

Instagram

Suche: vöw ver

Home, Suche, Erstellen, Aktivität, Nachrichten, Profil

 verband_werbemittelh... Nachricht senden Personen Dropdown Menü

58 Beiträge 205 Follower 260 abonniert

vöw
www.werbemittelhaendler.at

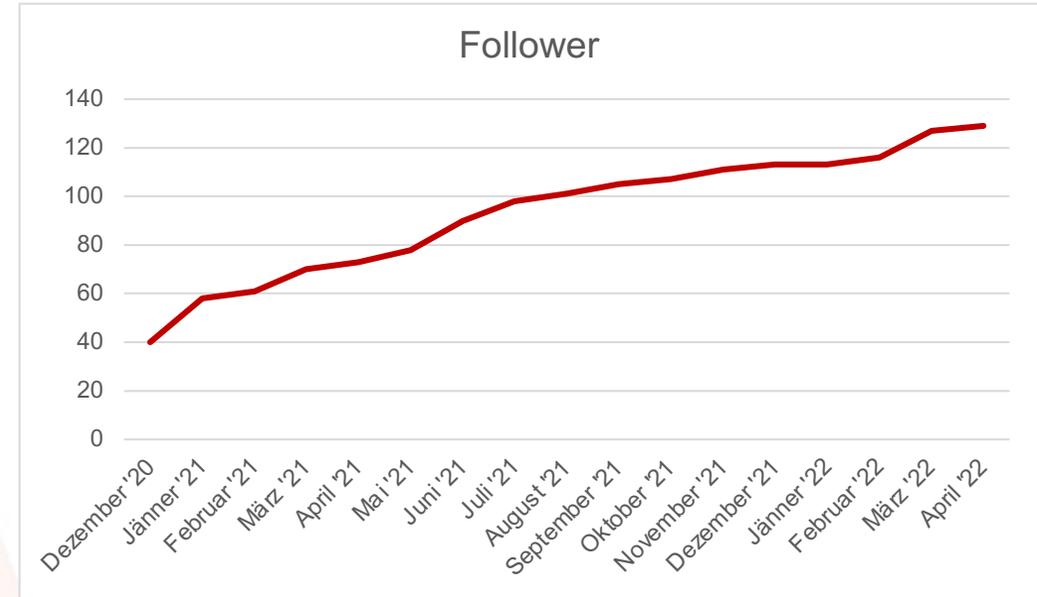
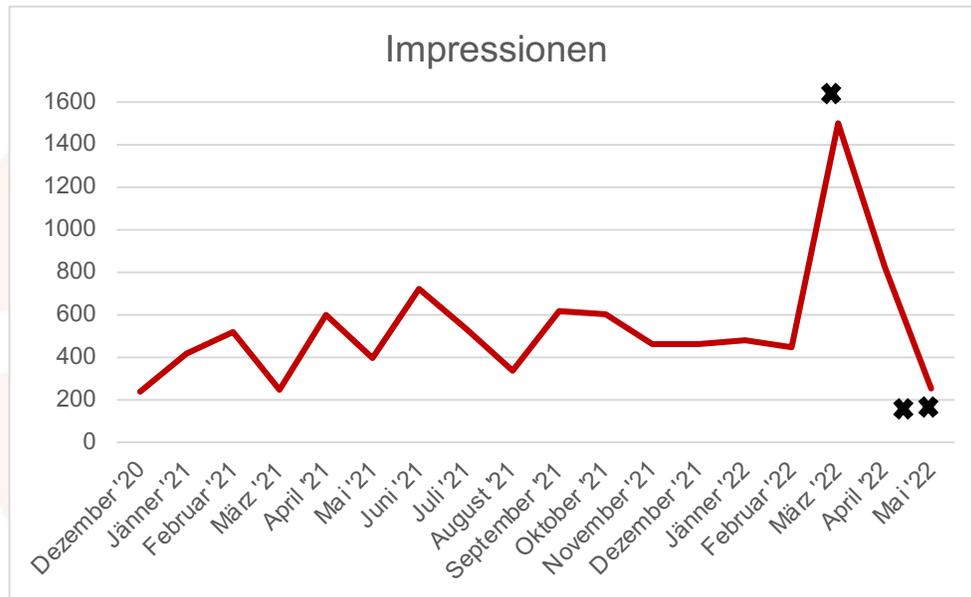
BEITRÄGE MARKIERT

Blog und Social Media

Social-Media-Auftritt erweitert: LinkedIn

Betreuung: cip



* Posts mit Vorstandsmitgliedern (Video Klaus Pohn, Präsenz auf der GWW Trend)

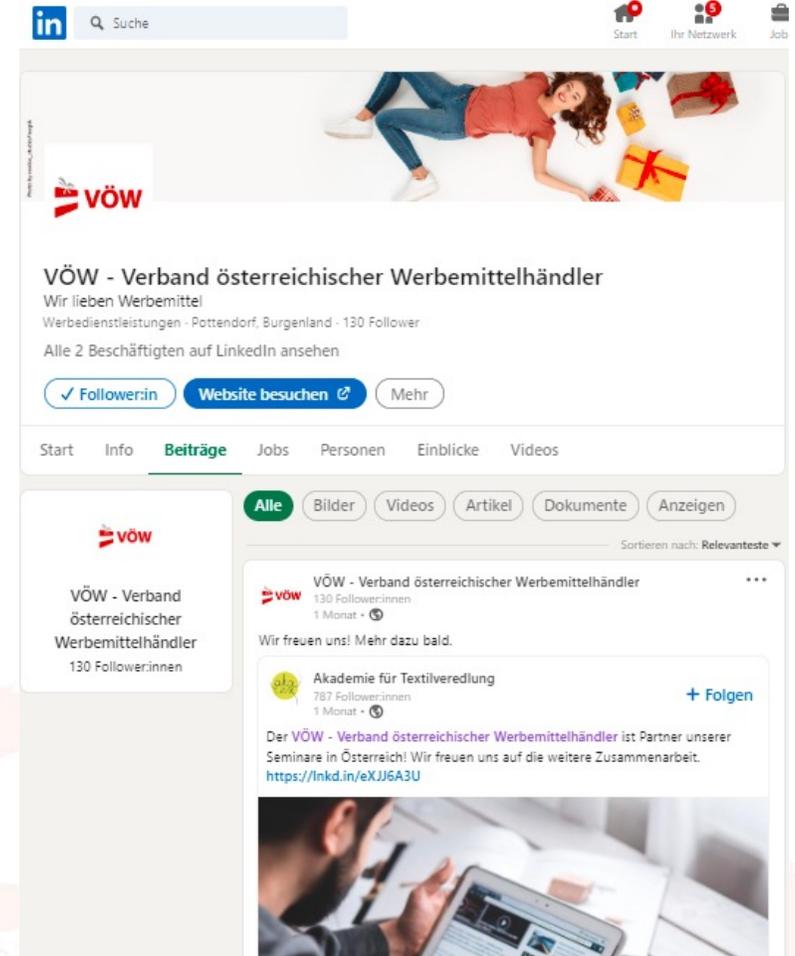
** kein konkret personenbezogener Content

Absolute Zahlen

Blog und Social Media

LinkedIn

- Follower: positives und rein organisches (= ohne Werbung) Wachstum
- Reichweite: natürliche Schwankungen, aber insgesamt ist auch hier ein Wachstum zu verzeichnen
- Erfahrung: Jene Posts, die Personen aus dem Verband zeigen, erhalten die höchste Reichweite → siehe „Ausbruch“ im März (Klaus Pohn auf der GWW Trend, [Videos](#))



Blog und Social Media

Empfehlungen

- Teilen und liken durch die Mitglieder!
- Über interessante (eigene) Beiträge/Inhalte informieren
 - Win-Win-Situation: VÖW bekommt Inhalte und UrheberIn Reichweite
 - Plus: Der Algorithmus belohnt (= Reichweite), wenn wir aktiver sind (= mehr Inhalte haben)
- Instagram: lebt von schönen Bildern, wenig Text
 - Mehr Menschen, Werbeartikel in Verwendung, eher keine Collagen → Instagram wird hauptsächlich am Handy genutzt (= relativ kleiner Bildschirm)
 - Gut gelungen: Detailfotos beim Swipen
- Es muss mehr „menscheln“ → Fotos von Treffen, Online-Meetings
- Website: Verlinkung (Icons) auf Social-Media-Kanäle („Follow-Button“)

Agenda 2025: bisher umgesetzt



- **Virtueller Jour fixe des Vorstands**

Mit der Virtualisierung bzw. Digitalisierung der internen Abläufe und Prozesse erhalten die Vorstandsmitglieder die Möglichkeit, sich auf ihre Geschäftstätigkeit zu konzentrieren und dennoch für die Branche Akzente zu setzen

- **VÖW-Academy virtuell**

Auch die VÖW-Mitglieder können dank virtueller Formate einfach und flexibel an Fortbildungsmaßnahmen teilnehmen

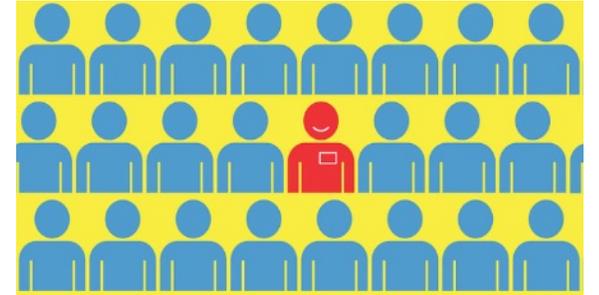
- **Gastvorträge**

Agenda 2025: weitere Ziele

Mögliche weitere Innovationsthemen,

die zur Stärkung des Verbands und seiner Mitglieder beitragen. Zum Beispiel:

- **Employer Branding**
VÖW-Know-how zur Gewinnung von MitarbeiterInnen
- **Erweiterung des VÖW-Wissensnetzwerks**
VÖW-Know-how für den Marketingnachwuchs
- **Partner stellen sich vor**
Vertiefung der Partnerschaft und Intensivierung der Vernetzung



Ausblick 2022–2023

Geplante Aktivitäten

- (Re-)Aktivierung der **Arbeitsgruppen**
 - Öffentlichkeitsarbeit und Meinungsbildung
 - Unterstützung der Mitglieder bei Fragen zu Recht, Digitalisierung, Vertrieb, Kontaktaufnahme zu Stakeholdern etc.
 - Vorbereitung des Jahresevents
 - Mitgliederakquisition
- Weiterführung der **VÖW-Academy virtuell**
- Weiterführung der **Kooperation mit Aka-Tex**
- Kooperationen, Vortragstätigkeit und Intensivierung des Kontakts mit **HBLs, Fachhochschulen und Universitäten**



Nächste Schritte



Feedback

Wünsche

Ideen

Kritik

**LET'S
DISCUSS**

Vorschläge

Anregungen