



Pressegespräch am 26.01.2012

Thema: Plattform Kommunikationsinvestition

**Fachgruppe Werbung Wien im Namen 18 öffentlicher und privater
Kommunikationsverbände**

Plattform Kommunikationsinvestition:

**18 Branchenverbände formieren sich für besseres Verständnis des Wertes von
Kommunikation und ein neues Miteinander in der Kommunikationsbranche**

Nicht bezahlte oder unprofessionelle Wettbewerbspräsentationen, Niedrighonorare, Pauschalierungswut, keine Abgeltung von Urheberrechten, verfehlte öffentliche Auftragsvergaben - Österreichs Kommunikationsdienstleister stehen nicht erst seit der Wirtschaftskrise mit dem Rücken zur Wand. Auf der anderen Seite stehen verunsicherte Auftraggeber, die sich nach dem Zerfall bisheriger Honorarsysteme und der Entwicklung vieler neuer Kommunikationsdisziplinen einer komplexen Dienstleistungslandschaft gegenüber sehen, in der sie sich zunehmend schwer zurechtfinden.

Dieser Vertrauensverlust auf beiden Seiten war Ausgangspunkt für die Bildung einer Initiative, die erstmals die gesamte Kommunikationsbranche auf Dienstleister- und Auftraggeberseite umfasst: Für einen Anfang 2011 gestarteten, breiten gemeinsamen Diskussions- und Arbeitsprozess unter der Führung der Fachgruppe Werbung Wien konnten 18 Partnerverbände gewonnen werden.

Um Strategien für die Initiierung eines Umdenkprozesses zu finden, wurden nicht nur Branchenexperten eingebunden, sondern auch Studenten des Masterstudiengangs Kommunikationsmanagement der FH Wien, deren im Rahmen eines Praxisprojektes erarbeiteten Herangehensweisen einen wertvollen Beitrag leisteten.

Mangelnde Wertschätzung als Grundproblem

Dabei wurde Übereinstimmung darüber erzielt, dass der Großteil der Branchenprobleme aus einem mangelnden Bewusstsein des Beitrages von Kommunikation für den Unternehmenserfolg resultiert.

Diese mangelnde Wertschätzung geht auf Auftraggeberseite selten von Kommunikationsentscheidern aus, sondern meist von Einkaufs- oder Finanzentscheidern, die Kommunikation lediglich als laufende finanzielle Belastung sehen, die es zu minimieren gilt. Dabei wird völlig übersehen, dass Kommunikation zur wirtschaftlichen Schlüsseldisziplin des 21. Jahrhunderts geworden ist.

Die Partnerverbände der Plattform Kommunikationsinvestition fordern einheitlich mehr Respekt vor kreativen Leistungen und mehr Bewusstsein für den Anteil von Kommunikation am Unternehmenserfolg.

Darauf aufbauend wurde vom CCA eine ebenso einfache wie von allen Partnern gangbare Kommunikationsstrategie entwickelt, die langfristig ein breites Dach für vielfältige Informationsaktivitäten, Weiterbildungsmaßnahmen und Fachliteratur bilden soll.

Von der „Ausgabe“ zur „Investition“

Alle Partnerverbände werden künftig einen neuen, bewusst gewählten Gattungsbegriff für ihre Leistungen verwenden, der die Werthaltigkeit bereits impliziert: Die Kommunikationsinvestition.

Damit soll bereits im wording klargemacht werden, dass Kommunikation keine unnötige Ausgabe, sondern eine wertvolle Investition darstellt, die sich rechnet - und dementsprechend professionell gehandhabt werden muss.

Eine im Laufe des Jahres 2012 startende Informationskampagne wird konkrete Probleme der Branche offen ansprechen.

Die Toolbox und weitere Professionalisierungsaktivitäten

Kernstück der gewünschten Verbesserung von Vergabeprozessen, Verträgen und laufender Zusammenarbeit zwischen Auftraggebern und Dienstleistern ist eine Toolbox, deren erste Module bereits in Fertigstellung sind, wie etwa die Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Agenturverträge durch den Fachverband Werbung und das Thema Pitches durch Martin Weinand und Mike Lynn.

Die Broschüre „Grundmodell Kommunikations-Controlling“ des PRVA ist fertig und steht bereits online zur Verfügung.

Die Fachgruppe Werbung erstellt in Kooperation mit dem Verband der Marktforscher Österreichs eine Broschüre betreffend Marktforschung - sie ist in Produktion.

Die creativ wirtschaft austria WKÖ hat eine Broschüre „Das Kapital der Kreativen“ fertiggestellt, ebenso die Broschüre „Das Handwerk der Kreativen“. Sie bietet auch ein online Creativdepot an, um geistiges Eigentum zu schützen.

Alle Verbände sind des Weiteren darüber übereingekommen, sich in einem Masterplan laufend inhaltlich und terminlich zu koordinieren, um so einen wachsenden Mehrwert für die gesamte Branche zu erzeugen.

Die Plattform Kommunikationsinvestition sind:

CCA
creativ wirtschaft austria
DMVÖ
EMBA
Fachgruppe Werbung Wien
Fachverband Werbung/ WKÖ
FAMA (Film and Music Austria)
IAA
IAB Internet Advertising Bureau Austria
IGMA
MOBILE MARKETING ASSOCIATION
Österreichische Marketinggesellschaft
Marketing Club Österreich
Österreichischer Werberat
PRVA
STRATEGIE AUSTRIA
Verband Ambient Media und Promotion
Verband der Marktforscher VMÖ

Rückfragen:

Mag. Michael HIMMER, Obmann
Dr. Manfred PICHELMAYER, Geschäftsführer
FACHGRUPPE WERBUNG UND
MARKTKOMMUNIKATION WIEN
Wirtschaftskammer Wien
Schwarzenbergplatz 14 / 304, 1040 Wien
TEL.: 0043/1/51450/3790
MAIL: manfred.pichelmayer@wkw.at
FAX: 0043/1/512 95 48 3796
WEB: www.werbungwien.at

Mag. Eduard Böhler, Geschäftsführender Gesellschafter
WIEN NORD Werbeagentur GmbH
Gumpendorferstraße 87/Hof 3 1060 Wien
T +43 1 216 42 89 F+10 ISDN+24
M +43 699 15 15 20 24 E boehler@wiennord.at www.wiennord.at