

Erste Umsetzung des Leit-Reformkonzepts auf Fachverbandsebene

Utl.: Fachverband Werbung und Marktkommunikation orientiert sich neu
- Mehr Leistung für weniger Geld =

Wien (PWK738) - Nicht nur an der Kammerspitze, sondern auch bei einer der größten Berufsgruppen in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) wurden Ende August die Weichen neu gestellt: Mitgliedernähe und Kosteneinsparung stehen im Vordergrund eines neuen Konzepts für den Fachverband Werbung und Marktkommunikation. Für den neugewählten Vorsteher Walter Ruttinger ist die Kammerreform auf allen Ebenen ein wichtiges Ziel, zu dem der Fachverband einen wertvollen Beitrag leisten kann. "Wir wollen das realisieren, was unsere Mitglieder verlangen: Mehr Leistung für weniger Geld". Dementsprechend wird das Budget des Fachverbandes durch Auslagerungen und Personaleinsparungen bis 2001 um 20 Prozent auf 4,2 Mio Schilling gekürzt.

Der überraschende Wechsel an der Spitze des Fachverbandes zur Jahresmitte brachte aber auch die Chance, ein in den Fachgruppen bewährtes Modell auf Bundesebene umzusetzen. So sieht der neue Vorstand, bestehend aus Walter Ruttinger, Peter Felzmann und Hannes Handle nicht nur bei der Kostensenkung einen Schwerpunkt, sondern vor allem bei der Verbesserung des Services für die Mitglieder; für manche Kritiker eine 'Quadratur des Kreises'. Besonders die Haltung der Wiener Fachgruppe unter Prof. Fritz Karmasin wurde bis zuletzt mit Hochspannung erwartet. Jetzt gab der Fachverbandsausschuss einstimmig grünes Licht für ein umfassendes Reformpaket.

Einen neuen Schwerpunkt soll die Berufsgruppe der Multimedia-Creativen und der Designer bilden. Berufsbilder und Standesregeln werden unverzüglich in Angriff genommen und damit der Entwicklung Rechnung getragen, dass immer größere Teile der Tätigkeit der Mitgliedsfirmen mit den Neuen Medien zu tun haben. Gleichzeitig soll die Zahl der Berufsbilder reduziert werden. Im internationalen Gleichschritt sollen aus 'Werbeagenturen' Kommunikationsagenturen werden, wodurch der Fachverband eine Neubenennung in Richtung 'Kommunikation und Design' betreiben wird.

Nicht zufrieden geben will sich Ruttinger mit dem Teilerfolg bei der Anzeigen- bzw. Ankündigungsabgabe, denn nach wie vor ist diese Steuer auf Kommunikation weltweit einzigartig. Da zudem mit

Umstellungsschwierigkeiten zu rechnen ist, plant der Fachverband in speziellen Fällen die Rechtsvertretung von Verfahren im Interesse seiner Mitglieder, was mit erheblichen Verfahrenskosten verbunden sein kann. Der Gesetzestext und die Problematik der Werbesteuer werden in einer kostenlosen Broschüre und einer Multimedia-CD beleuchtet.

Neu gestalten will Ruttinger auch das Informationswesen im Fachverband. So wird die hauseigene Homepage www.comm.or.at zu einem modernen Internet-Portal mit eigenem Intranet und einem Email-Informationsdienst ausgebaut. Für die Mitgliedsfirmen entsteht eine Plattform mit persönlicher Gestaltungsmöglichkeit, einer eigenen Suchmaschine und vielen Links. Neu ist auch ein Expertenverzeichnis für Branchenauskünfte und eine tagesaktuelle Übersicht über österreichweite und internationale Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Zusätzlich wird eine österreichweite Ausbildungsschiene über die WIFIs konzipiert, wodurch die einzelnen Berufsbilder mit Fachausbildungen abgedeckt werden.

Mehr Verantwortung sollen in Zukunft die Fachvertretungen in den Bundesländern tragen. So wird 2001 die 'Presidency' des Fachverbandes im 1. Halbjahr an Salzburg und im 2. Halbjahr an Kärnten vergeben. Der jeweils vorsitzführende Vorsteher wird nicht nur zu örtlichen Fachverbandsausschuss-Meetings einladen, sondern die Landesaktivitäten für Österreich präsentieren, Betriebsbesuche bei Leitbetrieben, Pressekonferenzen und "eine Idee für Österreichs Kommunikationswirtschaft" einbringen - im Falle Salzburg das große Internet-Portal, im Falle Kärnten die Eventtage "Marketing, Kommunikation und Design für die Generation 50+". Die verschiedenen "Landespreise" sollen auf Bundesebene synchronisiert werden. Zusätzliche Budgetmittel will der neue Fachverbands-Vorstand auch über Sponsoring und kreatives Fundraising hereinbringen, wie es in manchen Bundesländern bereits erfolgreich betrieben wird.

Mit ca. 13.000 Mitgliedern stellt die Kommunikationsbranche die zwölftgrößte Formation unter allen Berufsgruppen der Wirtschaftskammer dar. (MH)

Rückfragehinweis: Wirtschaftskammer Österreich

Presseabteilung
Tel.: (01) 50105-4431
Fax: (01) 50105-263

e-mail: presse@wko.wk.or.at
<http://wko.at/Presse>

*** OTS-ORIGINALTEXT UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER

VERANTWORTUNG DES AUSENDERS ***

OTS0132 2000-09-04/12:42

041242 Sep 00

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20000904_OTS0132