

Medien/ORF/IAA

* G E S P E R R T bis 24.01.2011 17:00 Uhr *

Scheidender IAA-Präsident Max Palla zieht Bilanz

Utl.: Vier erfolgreiche Jahre für die Advertising-Avantgarde =

Wien (OTS) - ACHTUNG: SPERRFRIST FÜR ALLE MEDIEN (FERNSEHEN, RADIO, INTERNET, TELETEXT UND PRINT) BIS MONTAG, 24. JÄNNER, 17.00 UHR BEACHTEN!

Nach vierjähriger Tätigkeit für die IAA übergibt Präsident Max Palla das Staffelholz heute Dienstag, den 25. Jänner, an seine Nachfolger weiter. Grund genug, über die Amtsperiode Bilanz zu ziehen.

Die Jahre 2007 bis 2010 waren von einer Konjunkturdelle, ausgelöst von der weltweiten Finanzkrise, geprägt. Die Werbebranche als ein sehr sensibler Konjunkturindikator musste vor allem 2008/09 herbe Rückschläge hinnehmen. Erst 2010 kam der Optimismus vorsichtig zurück.

Mitgliederzahl auf Höchststand

In solchen volatilen Zeiten ist eine Branchenorganisation mehr denn je gefordert. "Zusammenstehen" und vermehrter Dialog sichern die Basis für erneute Aufwärtsbewegungen. Andererseits muss der Nutzen für die Mitglieder ganz klar erkennbar sein, will man die Attraktivität erhalten.

Insofern hat der Vorstand der IAA in dieser Periode sehr gut gearbeitet: Die Zahl der Mitglieder ist von 258 auf 302 gewachsen. Auch die wiederbelebte Nachwuchsorganisation "Young Professionals" zählt beachtliche mehr als 100 Mitglieder.

"Mein Ziel war es immer", so der scheidende Präsident Palla, "die IAA als Kompetenzplattform zu positionieren." Und das ist gut gelungen: Die Veranstaltungen der IAA gelten als Hotspot für Networking und Branchen-Know-how. "Mit den 'Business Lunches' haben wir ein Format verankert, das immer mehr Besucherinnen und Besucher anzieht. Dabei punkteten wir mit Referenten, wie u. a. Claus Raidl, Michael Grabner, Richard Grasl, Frank Hensel, Michael Conrad oder Wally Olins." In Summe wurde die Zahl der Eigenveranstaltungen mehr als verdoppelt.

Eine neue EFFIE-Lizenz

Dass Werbung wirkt, wusste seinerzeit schon der skeptische Autobauer Ford, obwohl er einschränkte: "Fünfundzwanzig Prozent bei der Werbung sind immer rausgeworfen. Man weiß aber nicht, welche Hälfte das ist." Gut belegte Effektivität ist die Legitimation für jedes Dienstleistungshonorar im Wirtschaftskreislauf. Daher widmete sich die IAA besonders dem Werbepreis EFFIE, der genau das prüft und auszeichnet. "Es ist uns nach langen Verhandlungen im letzten Jahr gelungen", so Palla, "eine neue EFFIE-Lizenz zu bekommen und einen neuen Vertrag abzuschließen, der günstigere Bedingungen - als sonst in Europa üblich - vorsieht."

Mit dem neuen Format der EFFIE-Gala ist man sehr zufrieden und die Veranstaltung mit ihren mehr als 800 Gästen gilt wieder als Benchmark der Szene.

Der Blick über den Tellerrand

Den Blick über den Tellerrand zu richten war ein besonderes Anliegen für den von Präsident Palla geleiteten IAA-Vorstand. "Wir haben", berichtet Palla, "erstmalig Aktivitäten außerhalb von Wien durchgeführt und in Linz mit mehreren Veranstaltungen die Basis für regionale IAA-Aktivitäten gelegt. Darüber hinaus lag unser Interesse am CEE-Raum, um die dortigen Aktivitäten vieler österreichischer Werbungstreibender zu unterstützen. Mit dem Effizienzpreis 'ceemax' sowie speziellen Diskussionsveranstaltungen haben wir dafür ein sichtbares Zeichen gesetzt."

Erstmals in der Geschichte des IAA Chapters wurden Informationsreisen für Mitglieder ausgerichtet: 2009 war eine Gruppe in New York bei Agenturen, Verlagen und auch Google; 2010 besuchte eine IAA-Delegation neben dem World Congress in Moskau den riesigen Telcom-Anbieter beeline und die Zentrale von Gazprom.

IAA als NGO

Die Branchenarbeit in Richtung anderer Stakeholder und auch der Öffentlichkeit war und ist ein Kernbereich der Arbeit der IAA. Dabei wurde sehr vieles erfolgreich umgesetzt, bei einem Thema gibt es aber noch immer keinen

"weißen Rauch": der Werbesteuer!

"2008 waren wir bereits sehr weit", erläutert Palla. "Mit einer Studie des **Instituts für Höhere Studien (IHS)** haben wir jenen fachlichen Background gelegt, der eine Abschaffung dieser antiquierten Schröpfungsaktion möglich erscheinen ließ. Entgegen der Zusage des damaligen Finanzministers Molterer wurde das Thema beim Finanzausgleich aber nicht einmal diskutiert. Vom aktuellen Amtsinhaber ist lediglich ein Abtausch gegen eine Prospektsteuer vorgeschlagen worden, was als 'Floriani-Aktion' erkannt und zurückgewiesen worden ist."

"Ich bin der Ansicht", resümiert Palla, "dass eine Abschaffung erst dann gelingt, wenn Medien und Auftraggeber dieses Thema ernsthaft auf ihre Agenda nehmen und mit entsprechender Priorität versehen. Und es nicht als nachgeordnet nach Themen wie Presseförderung, Gruppenbesteuerung, Standortgenehmigungen etc. sehen."

Die Zusammenarbeit mit anderen Organisationen wurde in den beiden Funktionsperioden deutlich ausgeweitet und seit 2008 auch eine Verankerung im österreichischen Werberat geschaffen.

In Richtung EU hat die IAA an einigen internationalen Aktivitäten teilgenommen, so z. B. 2010 am Lobbying gegen eine drohende "Plain Packaging"-Verordnung für die Tabakindustrie. Wobei klar gemacht wurde, dass das nicht als "Pro-Tabak" zu verstehen sei, sondern als Verteidigung für Marketing und Branding in einer freien Wirtschaft.

Dank für scheidenden Vorstand, Glückwünsche für Nachfolger

"Ich danke meinen Vorstandskollegen und der langjährigen IAA-Seele Eva Spani für die Zusammenarbeit. Und ich wünsche gemeinsam mit meinen Vorstandsmitgliedern unseren Nachfolgern mit Martina Hörmer an der Spitze alles Gute für die weitere wichtige Branchenarbeit der IAA. Eine Aufgabe, die viel Zeit in Anspruch nimmt, aber auch sehr interessant ist", schließt Palla ab.

ACHTUNG: SPERRFRIST FÜR ALLE MEDIEN (FERNSEHEN, RADIO, INTERNET, TELETEXT UND PRINT) BIS MONTAG, 24. JÄNNER, 17.00 UHR BEACHTEN!

* Bitte S P E R R F R I S T beachten *

Rückfragehinweis:

IAA-Presses
Mag. Rudolf Fehrmann
(01) 87878 - DW 12765
<http://www.iaaat.org>
<mailto:rudolf.fehrmann@orf.at>

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/248/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0176 2011-01-24/14:15

241415 Jän 11

© Copyright APA OTS GmbH und der jeweilige Aussender.

Die Inhalte dienen ausschließlich zur redaktionellen Verwendung und zur individuellen Information des Nutzers. Eine unveränderte Verwendung der Texte, Bilder, Grafiken, Audios und Videos auf einer nicht durch APA OTS autorisierten Homepage ist ebenso wie eine Speicherung in Datenbanken oder eine sonstige Weitergabe an Dritte nicht gestattet. Ebenso sind Direktlinks auf Meldungsaufrufe untersagt. Für den Fall, dass Sie die Inhalte weitergeben, speichern oder gewerblich nutzen möchten, wenden Sie sich bitte an: Tel.++43-1/36060-5300 oder an info@ots.at