

Ihre Sicherheit liegt uns am Herzen! In der Auswahl Ihres Lieferanten-Partners sollten Sie kein Risiko eingehen!

Wer in der Werbeartikelbranche erfolgreich arbeiten möchte, braucht mehr als kreative Ideen, starke Produkte und ein gutes Gespür für Trends. Er braucht ein unglaublich großes Wissen und den Willen, sich permanent weiterzubilden. Denn kaum eine Branche ist von so vielen unterschiedlichen Regelwerken betroffen wie unsere: Verpackungsrecht, Produktsicherheit, Wettbewerbsrecht, Umweltauflagen, Einwegkunststofffonds, Datenschutz, KI-Pflichten, Lebensmittelrecht, Spielzeugrichtlinie etc. Die Liste ließe sich beliebig fortsetzen, da alle Produkte mit einem Logo quasi einen Werbeartikel darstellen.

Gerade mittelständische Händler und Hersteller stehen vor einer gewaltigen Herausforderung, im Tagesgeschäft den Überblick über diese stetig wachsende Flut an Vorschriften zu behalten. Für einen Einzelnen ist dies praktisch unmöglich. Ein vermeintlich kleiner Fehler kann schnell teure Folgen haben, von Abmahnungen über Bußgelder bis hin zu den damit verbundenen Schäden für den Ruf des Unternehmens.

Das erste Gegenmittel zur Vorbeugung in vielen großen Industrieunternehmen - eine große Compliance-Abteilung mit hochspezialisierten (und hochbezahlten) Fachjuristen - ist für die meisten Unternehmen in unserer Branche schlicht unrealistisch. Und selbst wenn: Im täglichen Kundengespräch hilft es wenig, jede Rückfrage erst an die eigene Rechtsabteilung durchzureichen. Viel entscheidender ist es, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im direkten Kundenkontakt selbst sattelfest sind. Werbeartikelberater profitieren daher am meisten, wenn ihre Vertriebsteams gezielt geschult werden – mit praxisnahen Rechtsinformationen, die den Blick fürs Detail schärfen und Sicherheit im Umgang mit rechtlichen Fragen geben.

Der Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V. (GWW) setzt unter anderem da an. Er bietet den Mitgliedern fundierte, praxisnahe Rechtsberatung, die genau auf die Bedürfnisse der Werbeartikelbranche zugeschnitten ist. Keine allgemeinen Standardantworten, sondern konkrete Hilfestellungen für die individuellen Fragen, die Händler und Hersteller bewegen. Ob es um die richtige Kennzeichnung eines Produkts, um Nachhaltigkeitsclaims oder um neue EU-Vorgaben geht: Die GWW-Geschäftsstelle und der Verbandsanwalt stehen kompetent, verständlich und persönlich zur Seite. Externe Partner wie die Juristen des BGA oder gewerbliche Rechtsberatungen wie trade-e-bility stärken das GWW-Angebot zusätzlich. Gestützt wird dieses Angebot durch starke Partner wie den Händlerverband DIE6. Während der Verband die rechtlichen und politischen Entwicklungen frühzeitig beobachtet und kommuniziert, speist DIE6 wertvolle Praxiserfahrungen aus dem Händleralltag in diese Arbeit ein und schult seine angeschlossenen Mitgliedshäuser. Als Anwender von Werbeartikeln setzen Sie somit nicht auf beliebige Bezugsquellen, sondern achten auf die Expertise und Professionalität Ihres Werbeartikelpartners. Eine falsche Wahl kann schnell teuer werden und einen immensen Imageschaden verursachen.

Bei DIE6 und unseren GWW-Mitgliedern sind Sie auf der sicheren Seite. Richtig eingesetzte Werbeartikel bereiten Freude beim Empfänger und tragen zu Ihrem Image- und Markenausbau aktiv bei. Nichts bleibt so lange in Erinnerung wie ein passend eingesetzter Werbeartikel. Sie können sich auch live davon überzeugen. Sprechen Sie mit Ihrem Werbemittelberater und besuchen Sie z.B. gemeinsam einen Standort unserer GWW-NEWSWEEK. Die DIE6 Kooperationen mit dem Händlernetzwerk steht dabei beispielhaft für das, was der GWW (auch) leisten will: Synergien schaffen, Wissen teilen, Kräfte bündeln. Zum greifbaren Vorteil seiner Mitglieder.



Matthias Oehler

Matthias Oehler absolvierte eine Ausbildung zum Buchhändler und studierte im Anschluss an der Universität zu Köln erfolgreich die Fächer Germanistik und Geschichte. Im Anschluss an sein Studium arbeitete er viele Jahre für einen internationalen, auf Steuer- und Rechtsliteratur spezialisierten Verlag. Seit Anfang des Jahres 2024 unterstützt er das Team der GWW-Geschäftsstelle im Bereich Presse & Öffentlichkeitsarbeit.