



OWM

Organisation
Werbungtreibende im
Markenverband

Organisation Werbungtreibende im Markenverband

Stand: 03.01.2012

URL: <http://www.owm.de/ueberuns/arbeitsgruppen/>

[Home](#) > [Über uns](#) > [Arbeitsgruppen](#)

Arbeitsgruppen

Grundsätzlich werden in den Arbeitsgruppen wichtige Themenfelder vertiefend besprochen sowie die Positionen der OWM hierzu ausgearbeitet. Darüber hinaus dienen die AGs natürlich auch dem Informationsaustausch der interessierten Mitglieder untereinander. Die AGs geben einen regelmäßigen Bericht über ihre Tätigkeit an Vorstand, Mitgliederversammlung und Geschäftsstelle. In Abhängigkeit vom jeweiligen Thema treffen sich die Arbeitsgruppen etwa drei- bis fünfmal im Jahr.

Agenturbeziehungen

In der AG Agenturbeziehungen werden aktuelle Fragen in der Zusammenarbeit mit Werbe- und Mediaagenturen behandelt. Hierzu zählen u.a. Fragen der Agenturauswahl, Vertragsgestaltung sowie Agenturvergütung.

Kommunikation International

Die Kommunikations- und Marketingabteilungen von global agierenden Unternehmen werden mit einer Vielzahl von Einflüssen konfrontiert, die es in nationaler Kommunikation kaum gibt. Hierzu zählen interne wie externe Faktoren. Die AG Kommunikation International befasst sich mit diesen Faktoren und soll insbesondere auch dem Informationsaustausch untereinander dienen.

Mediaforschung

In der AG Mediaforschung werden die Bedürfnisse der Werbungtreibenden an die Medienforschung gebündelt. Es werden Anforderungen an die verschiedenen Gremien wie ag.ma, AGF und IVW formuliert, neue Forschungsansätze diskutiert und Forschungsprojekte angestoßen. Auch Fragestellungen der Werbewirkungsforschung sind Thema dieser AG.

Neue/Digitale Medien

Die AG Neue/Digitale Medien befasst sich mit den Entwicklungen im Bereich der neuen und digitalen Medien sowie mit den sich heraus ergebenden Anforderungen an die Kommunikationsstrategien der Werbungtreibenden. Es werden u.a. Fragen der Nutzer-/Nutzungsforschung, der Messung neuer Medien und rechtliche Aspekte diskutiert.

Sponsoring

Die Anforderungen der Werbungtreibenden an den Sponsoringmarkt werden im Kontext der gesamten Marketingkommunikation diskutiert und formuliert.

Werbefreiheit & Verantwortung

Im Hinblick auf weitere drohende Werbebeschränkungen für bestimmte Produktgruppen (z.B. Alkohol, Lebensmittel, OTC-Arzneimittel, Automobil) und Zielgruppen (z.B. Kinder) entwickelt die AG Werbefreiheit & Verantwortung Konzepte und Maßnahmen, um weiteren Einschränkungen und Verboten entgegen zu wirken.

Zukunft der Kommunikation

Die AG Zukunft der Kommunikation beschäftigt sich mit der Frage, welche Entwicklungen die Kommunikation in den nächsten fünf bis acht Jahren nimmt und welche Konsequenzen sowie Anforderungen sich hieraus u.a. für Medien, Agenturen, Werbungtreibende und auch die Forschung ergeben.

Ansprechpartner

Angelika Eichenauer
Sekretariat GF OWM

Unter den Linden 42
10117 Berlin

Tel: +49 (0)30. 20 61 68 - 27
Fax: +49 (0)30. 20 61 68 - 727