

Inhalt**Marketingauftritt des
WVO-Verbund e.V.**

Seite 3

**Neuer Webauftritt des
WVO-Verbund e.V.**

Seite 3

**Learning and doing
Erwerbstätigkeit bei Schüler-
Innen und Studierenden**

Seite 4

**Das HORIZONT-
Kommunikations-
barometer**

Seite 5

**Erkennbare Trends
in der Haushaltsdirekt-
werbung**

Seite 6

**Neues von den
Mitgliedern des
WVO-Verbund e.V.**

Seite 6-7

**Die Mitglieder im
WVO-Verbund e.V.**

Seite 8

WVO-VERBUND ZUM ERSTEN MAL AUF DER DIMA PRÄSENT

**WVO mit originellem Standdesign
auf der DIMA, Europas größter
Fachmesse für Direktmarketing**



Die 41 Mitgliedsfirmen des WVO-Verbund e.V. hatten beschlossen, auf der diesjährigen DIMA das derzeitige Werbekonzept „Immer auf dem Sprung für Sie“ durch ein märchenhaftes Ambiente zu visualisieren. Bei den am Stand geführten Gesprächen mit interessierten Besuchern ging es um harte Fakten. Zentrale Themen waren u. a. die Stagnation bei der Absteckung von künftigen Werbebudgets für die klassischen

Direktwerbemedien und der Wunsch nach neuen Wegen zur effizienteren Ansprache der Konsumenten. Gerade hier konnte der WVO als Spezialistengremium im Feld der Haushaltsdirektwerbung mit überraschenden Konzepten aufwarten und nachweisen, dass das Image eines bisher bei der Etatvergabe oft vernachlässigten Mediums längst aus den Kinderschuhen herausgewachsen ist.

ACTION



Fortsetzung von Seite 1

Ausschlaggebend sind hierfür der umfassende und erweiterte Service, den jedes der WVO-Unternehmen abgesehen von der zuverlässigen Zustellarbeit anbieten kann: Das Zauberwort „Verteilgebietsoptimierung“ steht hierbei an erster Stelle und beinhaltet die Abdeckung bestimmter Zielregionen unter Berücksichtigung von lokalen Besonderheiten bezüglich der dort ansässigen Konsumentengruppen. Gerade hier zählt sich das lokale Know how des jeweiligen WVO-Partners für den werbetreibenden Auftraggeber aus, denn minimierte Verteilauflagen helfen dabei, aus geringeren Werbebudgets trotzdem ein Maximum an Resonanz herauszuholen.



Einsparungen im zweistelligen Prozentbereich bei Produktion und Zustellung von Prospekten, Katalogen und Warenproben sind durchaus realistische Zahlen, die gerade die Standbesucher aus der Agentur- und Marketingszene auf-

WVO-PUBLIC

horchen ließen, die bisher mit den erstarrten Strukturen institutionalisierter Anbieter zu kämpfen hatten.

Auch war rund um den brunnenförmigen Tresen immer wieder das gefährliche Preisdumping kleiner nichtorganisierter Verteilfirmen Thema, die auf Druck der Werbeindustrie gezwungen sind, selbst reine Verteilpreise jenseits aller Wirtschaftlichkeit anzubieten. Fest steht jedenfalls, dass Verteiler, die nicht ausreichend für ihre Tätigkeit entlohnt werden, kaum ordentliche Arbeit abliefern können. Abgesehen davon sind bei nicht vorhandenen Gewinnspannen hier auch keine ordentlichen Nachkontrollen, wenn überhaupt angeboten, zu erwarten.

Auch hier empfiehlt sich, eher zukunftsweisende Konzepte zur Optimierung der Zustellgebiete durch erfahrene Zustellfirmen mit einer entsprechenden Logistik anzusteuern.

Insgesamt zählte man am Stand mehr als 100 interessierte Unternehmen. Damit ist diese Dialogmöglichkeit ein großartiger Erfolg für den WVO Verbund e.V. Eine Fortsetzung ist bereits für die DIMA 2003 fest eingeplant.

EXTERN



40 Jahre EGRO-Prospektverteilung im Zeichen von Tradition und Innovation

Mit Kunden, Partnern, Freunden und Mitarbeitern feierte die EGRO Direktwerbung GmbH aus Obertshausen ihr 40jähriges Firmenjubiläum. In den Frankfurter Tigerpalast hatte die Geschäftsleitung eingeladen, um Rückblick zu halten und Danke zu sagen für das Vertrauen in der langjährigen Zusammenarbeit.



Dr. W. F. Hofmann, Frau Totzauer, Peter Fischer und Bernd Maas



Die Belegschaft der EGRO vor dem neuen Firmengebäude

Mit der Ausrichtung der Jubiläumsfeier hatte die EGRO ein weiteres Anliegen verbunden. Anstelle von Präsenten bat die Geschäftsleitung um Spenden für die Kinderhilfsstiftung e.V. von Dr. med. h.c. Dieter W. F. Hofmann, die sich für chronisch kranke, behinderte und misshandelte Kinder einsetzt. Insgesamt 4.500 Euro kamen durch Spenden der Gäste zusammen, die die EGRO um weitere 5.500 Euro auf 10.000 Euro aufstockte.

Bieberer Str. 137 · 63179 Obertshausen
Tel. 0 61 04 - 497 00 · Fax 0 61 04 - 49 70 15
info@egro-direktwerbung.de
www.egro-direktwerbung.de

DIE MITGLIEDER DES WVO-VERBUNDES SIND „IMMER AUF DEM SPRUNG FÜR SIE“

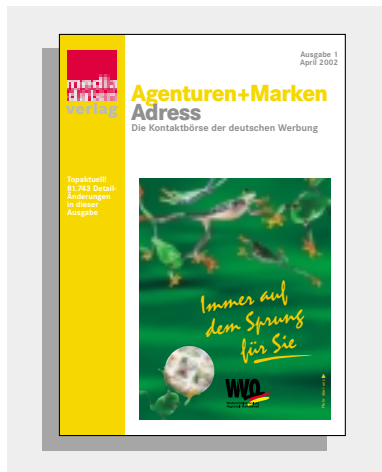


Die Kernaussagen „Wir springen wie gerufen“, „Immer auf dem Sprung für Sie“ und „Mit Haushalt-direktwerbung steigt Ihr Umsatz sprunghaft in die Höhe“, begleiten zurzeit den optischen Marketing-Auftritt des WVO-Verbund e.V.

Flexibilität, Einsatzfreude und Organisationstalent signalisieren die farbenfrohen Hüpfer auf dem Motiv.

Das sind u. a. die Eigenschaften, mit denen sich die zzt. 41 Mitgliedsunternehmen des WVO-Verbund e.V. gerne identifizieren.

Bilden sie doch die Voraussetzung für die zuverlässige Abwicklung von „Millionen (kg) schweren“ Verteilaktionen, die jede Woche bundesweit gemeistert werden.



WWW.WVO.DE

Der WVO-Verbund e.V. präsentiert sich informativ und frisch im Internet

Relaunch der Website des mitgliederstärksten Zustellnetzes



Seit 10.10.2002 ist die neue Homepage des WVO Verbandes im Internet unter www.wvo.de zu finden. Im frischen froschgrünen Design analog zum derzeitigen werblichen Auftritt wurde ein zeitgemäßer Auftritt geschaffen, in dem sich Wissenswertes und Informatives rund um die Branche Haushaltsdirektwerbung finden lässt. Zurzeit sind hier bereits deutschlandweite Anfragen zu Werbemittelverteilungen an jedem Ort in ganz Deutschland mit nur einem Webclick möglich - in den folgenden Ausbaustufen wird z. B. ein Fachlexikon rund um das Gebiet Direktmarketing integriert. Selbstverständlich findet man hier auch jede Menge Informationen und Hintergründe zum WVO Verband und dessen einzelnen Mitgliedsunternehmen.

Aus der E-Mailbox eines WVO-Unternehmens

HILFERUF EINES ZUSTELLERS

Sehr geehrtes Walter-Werbung Team, ich bin selber Verteiler in Berlin. Jedoch hat mich heute beim Austeilen, eine Person der Maasen die Laune verdorben, dass ist nicht vorstellbar. Wir haben hier eine Häuserreihe 3 ingesammt, wo jeweils 8 Mann drin wohnen. Ich als Austeiler stehe dort immer 10 Min ca. und wenn ich glück habe macht nach 12 jemand auf. Da das Wetter immer schmuttdelliger wird und Sie ja auch ein Mensch sind, werden Sie doch auch verstehen können, dass ich diese Häuser anderweitig beliefer. Ich habe die Haushalte gezählt in den jeweiligen Häusern, nehme z. B. 8 Prospekte und klemme Sie zwischen die Öffnungsstange und der Glastür so, dass Sie weder beim öffnen oder bei Wind von allein runterfallen könnten, andererseits einfach abnehmbar sind. Ich betohne, es sind nur diese Häuser, bei denen ich es mache.

Da ich selber erst 15 bin macht natürlich ein 50 Jähriger, der warscheinlich noch ohne sich mühe zugeben, Arbeit zu finden, auf Staatskosten in der Wohnung sitzt und nichts besseres kann als meckern. Er meinte das wär mein Job und hach er gehe sich beschweren, brüllt wie ein Ochse macht aber auf 4 maligem bitten immernoch nicht die Tür auf. Nunja, da ich bisher nie Beschwerden bekam weiß ich nicht wie das die Walter Werbung aufnimmt. Mir ist klar das diese Austeilung nicht ihrem Wunsch entspricht aber es ist 100x besser als die Prospekte wie manch anderer wegzuschmeißen. Wie kann man sich gegen solche Leute wahren? Wissen Sie wie das ist, Verteiler zu sein, es werden einem Schläge gedroht und Polizeirufe etc. Vielen Dank für's lesen meiner Email, ich hoffe ich bekomme von Ihnen ein paar Tipps. Und hoffentlich geben Sie das nicht gleich zum Schef weiter.

Viele liebe Grüße,
K. Schuppe

(Name v. d. Redaktion geändert)

WVO-PUBLIC



„LEARNING AND DOING“

Erwerbstätigkeit von SchülerInnen und Studierenden nimmt zu

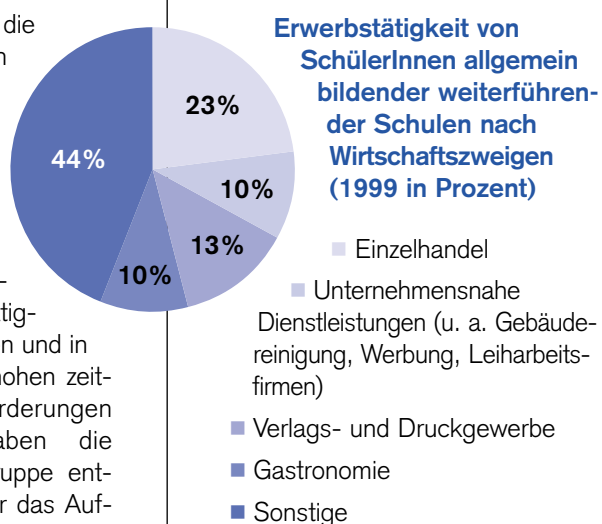
Der Anteil von SchülerInnen und Studierenden, die neben dem Besuch einer Bildungsinstitution erwerbstätig sind, steigt kontinuierlich. Als Gruppe auf dem Arbeitsmarkt gewinnen sie zunehmend an Bedeutung. Zwischen 1995 und 1999 wuchs die Zahl der erwerbstätigen SchülerInnen und Studierenden um 89 % auf knapp 700.000.

In welchen Branchen sind SchülerInnen und Studierende beschäftigt?

Die Branchen, in denen die SchülerInnen allgemein bildender Schulen Beschäftigung finden, konzentrieren sich auf den Dienstleistungssektor.

Gerade Branchen, in denen so genannte einfache Dienstleistungstätigkeiten ausgeführt werden und in denen die Tätigkeiten hohen zeitlichen Flexibilitätsanforderungen ausgesetzt sind, haben die SchülerInnen als Zielgruppe entdeckt. Dies gilt z. B. für das Auf-

füllen von Regalen im Selbstbedienungs-Einzelhandel, für das Ausstragen von Druckerzeugnissen von Druck- und Verlagsgewerbe, für Kellnertätigkeiten im Gastgewerbe sowie für einfache Putztätigkeiten im Gebäudereinigungsgewerbe. Auch hinter der Kategorie „Sonstige“ verbergen sich Sektoren, in denen SchülerInnen fast ausschließlich Dienstleistungstätigkeiten ausüben: das Sozial- und Gesundheitswesen, der Bereich „Kultur, Sport und Unterhaltung“ oder der Großhandel.



untersucht regelmäßig die Reaktion der Verbraucher auf Erscheinungsformen der Werbung.

Idee und Konzept:
Hans Jürgen Meier
Kommunikationsberatung,
Hamburg

E-Mail:
Meierkom@compuserve.com

PROSPEKTE IM BRIEFKASTEN – NUR INFORMATIV ODER AUCH ÜBERZEUGEND?

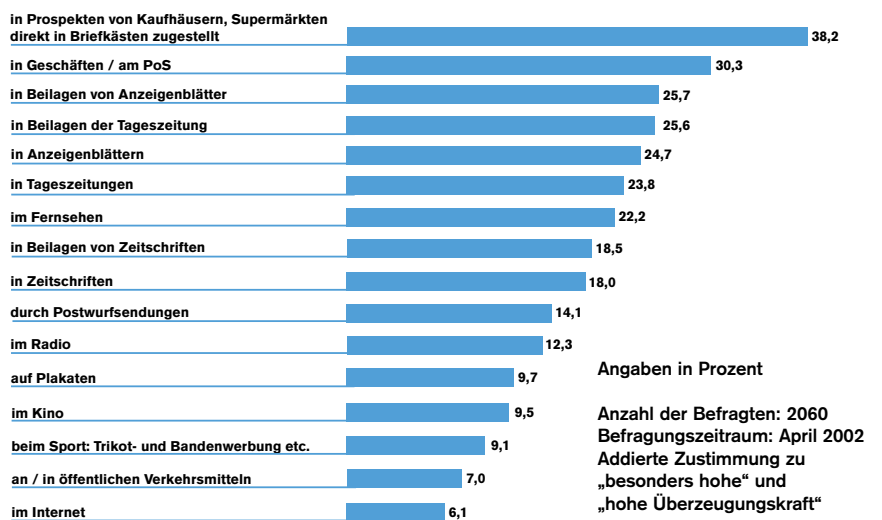
Quelle: Das Horizont
Kommunikationsbarometer / Auszug

Den hohen Nutzwert des direkt dem Verbraucher zugestellten Prospektes attestierte ja bereits die bundesweit repräsentative Studie, die im letzten Jahr vom DDV Deutscher Direktmarketing Verband e.V. in Auftrag gegeben wurde (beziehbar bei allen WVO-Mitgliedsunternehmen). Die Einstellung der Deutschen zur Werbung ist etwas kritischer geworden – aber auch gleichzeitig differenzierter. Auf diese Formel lässt sich das Ergebnis der Umfrage zum Kommunikationsbarometer bringen, das die Zeitschrift HORIZONT gemeinsam mit dem Bielefelder Meinungsforschungsinstitut TNS Emnid regelmäßig erhebt. Die höchste Zustimmung erhielt die These „Werbung gehört einfach zu unserem Leben dazu“: fast 81 Prozent der Deutschen nickten hier. Fast zwei Drittel sind darüber hinaus der Meinung, ohne Werbung nichts über neue Produkte zu erfahren.

38,2 Prozent der Deutschen geben den Werbeprospekten die Schulnote 1 und 2

Im vergangenen Jahr glaubten erst 47,6 Prozent (im Jahr 2000 allerdings stattliche 55,3 Prozent) Werbeaussagen „grundsätzlich nicht“, weil sie nur die Produkte „schönreden“. In Ostdeutschland sind es sogar 59 Prozent (Vorjahr: 49,4).

Frage: „In welchem Medium hat Werbung für Sie die höchste Überzeugungskraft?“



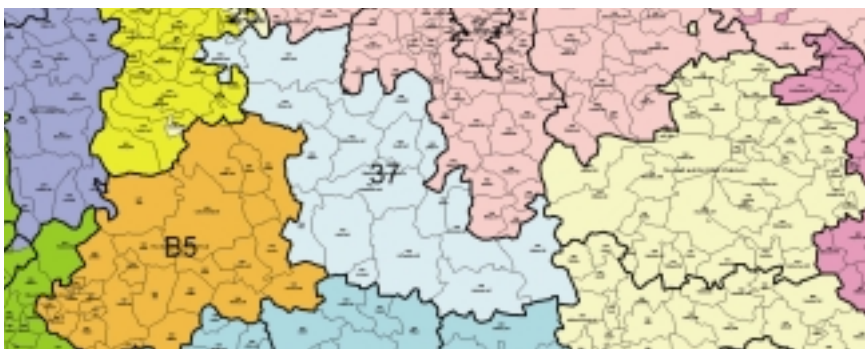
Doch in welchen Medien kann Werbung am besten überzeugen? Darum ging es im dritten Teil der Umfrage. Dabei zeigt sich ähnlich wie im Vorjahr, dass Werbeprospekte direkt in den Briefkasten zugestellt, etwa von Supermärkten, mit deutlichem Abstand am überzeugendsten daherkommen: 38,2 Prozent der Deutschen vergaben hier die Schulnote 1 (besonders hohe Überzeugungskraft) oder 2 (hohe Überzeugungskraft). Den nächsten Ranglistenplatz nimmt mit 30,3 Prozent (Vorjahr 31,4) Werbung am PoS ein, gefolgt von Beilagen in Anzeigenblättern (25,7 Prozent; 28,9). Die Überzeugungskraft beider Werbemittel ist leicht gesunken – ähnlich

wie die ihrer Trägerobjekte: So nahm die (besonders hohe und hohe) Überzeugungskraft von Anzeigenblättern um über vier Prozentpunkte auf 24,7 Prozent ab. Die der Werbung in Tageszeitungen sank gar von 28,1 auf 23,8 Prozent.

Eine Erklärung für die dennoch große Überzeugungskraft: konkrete, im Laden um die Ecke nachprüfbare Angebote. Damit kann das Fernsehen nicht dienen: In diesem Jahr halten 22,2 Prozent TV-Werbung für überzeugend, im Vorjahr waren es noch 26,5 Prozent. Auch die Überzeugungskraft der meisten anderen Medien sank leicht – Werbung in Zeitschriften gar um 5 Prozentpunkte.

ERKENNBARE TRENDS IN DER HAUSHALTDIREKTWERBUNG

Gebietsverteilungskarte Ausschnitt



Das Direktmarketing-Instrument Haushaltadvertisierung gewinnt im Marketing-Mix bei vielen Unternehmen an Bedeutung.

Bei dem insgesamt sinkenden Kommunikationsbudget sind die Ausgaben für Direktmarketing prozentual gestiegen, da viele Unternehmen in Zeiten knapper Budgets verstärkt auf effizienten Kundendialog setzen. Hierzu zählt ebenfalls das Direktmarketing-Instrument Haushaltadvertisierung. Das bedeutet, dass schlechte Zeiten in der Werbung oftmals gute Zeiten für Below-the-line-Konzepte mit sich bringen. Werbetreibende Unternehmen streben bei gleichbleibenden Werbeausgaben mehr denn je nach Effizienz und Effektivität bei der Konsumentenansprache.

Tendenziell erkennt man, dass speziell Hersteller aus dem Hochpreissektor wie z. B. exklusive Mode- und Möbelmarken, die bisher überwiegend über TV-Spots und mit Anzeigen in Hochglanzmagazinen oder mit Beilagen in Tageszeitungen geworben haben,



dazu übergehen, das Medium Haushaltadvertisierung einzusetzen. Gerade für dieses neue Kundenpotential ist es sehr wichtig, Werbemittel nicht einfach zu „streuen“, sondern gezielt zuzustellen.

Unter dem Stichwort „selektive Werbemittelverteilungen“ werden bereits im Planungsstadium einer großflächigen Werbemittel-Verteilaktion bei entsprechend strukturierten Haushaltwerbeunternehmen soziodemographische Daten und Spezialsoftware eingesetzt: so können Gebiete nach Zielgruppen selektiert und Streuverluste minimiert werden.

Der Ausbau und parallele Einsatz von zusätzlichen Dienstleistungen wie z. B. Call Centern zur sofortigen Reponsekontrolle nach erfolgten Verteilaktionen, hausinternen Lettershop- und Konfektionsservices, Geomarketing etc. sind weitere Trends, denen sich die organisierten Haushaltwerber gerne stellen und vielerorts bereits in ihr Servicepaket mit eingebunden haben.

Haushaltwerbung ist heute nicht mehr nur das bloße Verteilen von Werbemitteln, sondern ein ganzheitlicher Prozess, der auch im Kommunikations-Mix bei Werbeagenturen immer mehr an Bedeutung gewinnt – und die sollten es ja wissen.

Höfinger
Haushaltswerbung GmbH

**IMMER AM BALL
BLEIBEN...**

Das wichtigste Kapital eines Unternehmens sind die Mitarbeiter. Aus diesem Grund nehmen Mitarbeiter der **Höfinger Haushaltswerbung GmbH** regelmäßig an **Fortbildungsmaßnahmen** teil. 2002 haben diese wieder an einer Reihe von Weiterbildungsmaßnahmen der TNT Akademie teilgenommen. Die Seminare sind praxisnah und die Trainingsinhalte im Tagesgeschäft sofort umsetzbar.

Genauso wichtig wie die Gewinnung von Kunden ist die Kundenbindung. **Das Seminar** „Sicherer Umgang mit Kundenbeschwerden“ und „Telefontraining“ hat die Mitarbeiter an der „Front“ für die Belange der Kunden sensibilisiert und ihnen Verhaltensalternativen aufgezeigt. Motivation und Teamarbeit waren das Thema der Trainingsreihe Führung 1, in der die Führungskräfte des Unternehmens ihr Wissen vertiefen konnten.

71088 Holzgerlingen · Gottlieb-Binder-Str. 9
Tel. 07031-6899-0 · Fax 07031-6899-20
E-mail: fh@hoefinger.de · www.hoefinger.de

EXTERN



**Direkt Werbung Uhl
als erste deutsche
Prospektverteil-
agentur zertifiziert**



Um in dem schwierigen und hart umkämpften Markt der Direktwerbung langfristig bestehen zu können, hat die Prospektverteilagentur Direkt Werbung Uhl die konsequente Verbesserung ihrer Dienstleistungsqualität zum obersten Unternehmensziel erklärt. Mit Hilfe eines umfassenden Maßnahmenpakets konnte die Fehlerquote am Standort Ellwangen bereits spürbar reduziert werden. Als äußeres Zeichen dieser Anstrengungen wurde das Qualitätsmanagementsystem im vergangenen Juli gemäß der internationalen Norm DIN EN ISO 9001:2000 mit dem DEKRA-Zertifikat ausgezeichnet.

Ständig steigenden Kundenanforderungen kann man ausschließlich durch höchste Zuverlässigkeit gerecht werden. In diesem Bewusstsein wurden die praktizierten Arbeitsabläufe vereinheitlicht und weiter verfeinert. Es ergaben sich optimale Arbeitsabfolgen, die im QM-Handbuch festgehalten wurden und die von unseren Sachbearbeitern kundenorientiert umgesetzt werden.

Franz-Rueff-Str. 13 · 73479 Ellwangen
Tel. 07961/5680 · Fax 07961/56850
E-mail: info@dw-uhl.de · www.dw-uhl.de

PERSONAL



**Sonja
Spielmann**

hat die Abteilungsleitung der Kundenbetreuung bei Engel AG in Bad Orb übernommen.

Gleichzeitig wurde ihr Prokura erteilt. Sonja Spielmann kann auf einen reichen Erfahrungsschatz zurückgreifen, sie ist seit 12 Jahren bei der Engel AG beschäftigt und war in dieser Zeit ausnahmslos in der Kundenbetreuung eingesetzt.



**Holger
Eisfeld**

ist seit Mitte Oktober 2002 zum Leiter des Call Centers WVO Walter berufen worden.

Sein Aufgabengebiet ist der Ausbau des allgemeinen Telefonmarketing-Centers mit Schwerpunkt telefonische Nachkontrollen von Werbemittelverteilungaktionen.



**Martin
Jacobi**

tritt zum 1. Dez. 2002 als weiterer Geschäftsführer in die EGRO Direktwerbung in Obertshausen

ein. Schwerpunkt seiner künftigen Tätigkeit sind Maßnahmen innerhalb des operativen Geschäfts. Zuletzt war er bei der Werbeagentur Janssen in Düsseldorf als Geschäftsführer tätig.

NEUES FIRMEN- GEBÄUDE DER WVO WALTER LEIPZIG

Die Haushaltwerbung Walter Leipzig suchte monatelang dringend neue Räumlichkeiten für den stark expandierenden Bereich Werbemittelverteilungen sowie die



Einrichtung eines Call Centers und eines Packservices. Gefunden wurden diese in einem zweigeschossigen Gebäude in der Nähe des Lindenaues Marktes in Leipzig, das durch die Bauherren Sven und Rudolf Walter in mehrmonatiger Bauzeit aufwendig modernisiert wurde. Der neue Firmensitz umfasst nun eine Bürofläche von 470 m² und eine große Lagerfläche und wird somit ein fortwährendes Unternehmenswachstum und die Sicherung eines dauerhaften Wettbewerbsvorsprungs in den nächsten Jahren gewährleisten.

Die auffällige Fassadengestaltung ist einerseits wegweisend durch die Signalwirkung zu werten, andererseits wurde hier die Corporate Identity der Walter Gruppe durch die magentafarbenen Fensterrahmen in einem frischen, orangen Umfeld aufgegriffen.

Seit Anfang September 2002 ist das Team der Haushaltwerbung Walter Leipzig in dem neuen Firmengebäude in der **Henricistrasse 42 in 04177 Leipzig** zu finden, die Mitarbeiter sind begeistert von den großzügigen Räumen des Gebäudes und sehen der Zukunft äußerst motiviert entgegen. Die bestehenden Rufnummern und E-Mail-Adressen wurden übernommen.

Tel. 0341/964770 · Fax 0341/2132221
E-mail: leipzig@walter-werbung.de
www.walter-werbung.de

PARTNER

Die Mitglieder im **WVO-Verbund** verteilen Ihre Prospekte, Kataloge oder Warenproben zuverlässig und termingerecht. Regional, bundesweit oder in ganz Europa.

Haushaltwerbung Walter Dresden
01734 Rabenau · Oelsaer Straße 6
Tel. 03 51 / 64 01 60 · Fax 03 51 / 64 01 65 0

WVO Walter + engel
03222 Boblitz · Hinter den Scheunen 1
Tel. 0 35 42 / 4 15 61 · Fax 0 35 42 / 4 15 62

Haushaltwerbung Walter Leipzig
04177 Leipzig · Henricistr. 42
Tel. 03 41 / 96 47 70 · Fax 03 41 / 2 13 22 21

Haushaltwerbung Walter Berlin GmbH
10999 Berlin · Liegnitzer Straße 15
Tel. 0 30 / 61 28 09 50 · Fax 0 30 / 61 28 09 61

WVO PG Werbung GmbH
17034 Neubrandenburg · Ihlenfelder Straße 142
Tel. 03 95 / 4 21 62 63 · Fax 03 95 / 4 21 62 65

A&Z BULL Werbedienstleistungsges. mbH
21079 Hamburg · Winsener Stieg 13
Tel. 0 40 / 76 10 51 - 0 · Fax 0 40 / 76 10 51 - 17

BETA-Werbung GmbH
Agentur für Werbung und Vertrieb
26122 Oldenburg · Bahnhofplatz 2
Tel. 04 41 / 92 29 00 - 0 · Fax 04 41 / 92 29 00 - 15

duo Werbe- und Vertriebservice GmbH
31061 Alfeld/Hannover · Am Buchenbrink 15 a
Tel. 0 51 81 / 84 13 - 0 · Fax 0 51 81 / 84 13 66

Haushaltwerbung Walter + duo Gbr
32427 Minden · Ringstraße 93
Tel. 05 71 / 88 33 00 · Fax 05 71 / 88 33 05

top-direkt Marktservice GmbH
34123 Kassel · Eichwaldstraße 38
Tel. 05 61 / 9 20 94 - 0 · Fax 05 61 / 9 20 94 - 401

DMS Direktwerbung und Marketing Service GmbH
41812 Erkelenz · Ferdinand-Clasen-Str. 21
Tel. 0 24 31 / 9 68 60 · Fax 0 24 31 / 8 16 51

Casa-Werbung GmbH
45307 Essen · Zeche Katharina 4
Tel. 02 01 / 28 00 80 · Fax 02 01 / 2 80 08 88

S/T/R Service-Team e.K.
45772 Marl · Victoriast. 108
Tel. 0 23 65 / 1 30 37 · Fax 0 23 65 / 1 30 38

Tempo Team GmbH
47800 Krefeld · Emil-Schäfer-Str. 89
Tel. 0 21 51 / 49 77 11 · Fax 0 21 51 / 49 77 99

DDW Diederich Direktwerbung
51647 Gummersbach-Strombach · Veste 2
Tel. 0 22 61 / 8 17 57-0 · Fax 0 22 61 / 8 17 57-57

WVO Gentgen
53359 Rheinbach · Industriestr. 7
Tel. 0 22 26 / 9 08 50 · Fax 0 22 26 / 90 85 58

Rhein-Main-Verteilerdienst Arenz GmbH & Co. KG
55590 Meisenheim · Heimbacher Weg 1
Tel. 0 67 53 / 96 43 - 0 · Fax 0 67 53 / 96 43 - 79

CONTACT

IMMER DIREKT ZU ERREICHEN

IMPRESSUM

WVO-PUBLIC

Ausgabe November 2002
Auflage 142.000 Exemplare

Herausgeber:

**WVO Werbe-Vertriebs-
Organisation-Verbund e.V.**
Bieberer Str. 137
63179 Obertshausen
Tel. 0 61 04 - 45 74 9
Fax 0 61 04 - 49 70 15
www.wvo.de • info@wvo.de

Gestaltung/Produktion:
Westpfal Werbeagentur GmbH
63452 Hanau

La Strada Werbeservice e.K.
58644 Iserlohn · Grüner Weg 5
Tel. 0 23 71 / 56 08 00 · Fax 0 23 71 / 56 08 40

WVO Löffeler GmbH & Co. KG
59174 Kamen · Südfeld 23-25
Tel. 0 23 07 / 94 72 - 0 · Fax 0 23 07 / 94 72 25

EGRO Direktwerbung GmbH
63179 Obertshausen · Bieberer Straße 137
Tel. 0 61 04 / 49 70 - 0 · Fax 0 61 04 / 49 70 - 15

Engel AG
63619 Bad Orb · Am Aubach 36
Tel. 0 60 52 / 8 07 - 0 · Fax 0 60 52 / 80 72 60

WVO Profidirektwerbung GmbH
64850 Schaafheim
Stutzhof/Aschaffener Weg 35
Tel. 0 60 73 / 98 08 03 · Fax 0 60 73 / 98 08 06

WVO Diegmann Werbevertrieb Saar GmbH
66130 Saarbrücken · Neumühler Weg 30
Tel. 06 81 / 87 45 45 · Fax 06 81 / 87 45 68

WVO Prospekta Werbevertriebs-GmbH
66953 Pirmasens · Turnstr. 10
Tel. 0 63 31 / 22 56 20 · Fax 0 63 31 / 22 56 22

WVO Werbung + Verteildienst
Rosalinde Schumacher
67071 Ludwigshafen · St. Ingberter Straße 4-6
Tel. 06 21 / 68 56 06 0 · Fax 06 21 / 68 56 06 60

Höfinger Haushaltwerbung GmbH
71088 Holzgerlingen/Stuttgart
Gottlieb-Binder-Straße 9
Tel. 0 70 31 / 68 99 0 · Fax 0 70 31 / 68 99 20

Direkt Werbung Uhl GmbH
73479 Ellwangen · Franz-Rueff-Straße 13
Tel. 0 79 61 / 56 80 · Fax 0 79 61 / 5 68 50

HOTLINE

0 61 04 - 4 57 49

WVO-Verbund e.V.
63179 Obertshausen
Bieberer Straße 137
Fax 0 61 04 - 49 70 15
info@wvo.de
www.wvo.de

Hohenloher Verteilerring
74599 Wallhausen · Heidweg 11
Tel. 0 79 55 / 9 33 10 · Fax 0 79 55 / 93 31 10

ADO Marketing Service GmbH
76185 Karlsruhe · Bannwaldallee 12
Tel. 07 21 / 84 10 22 · Fax 07 21 / 84 11 51

psg Presse- u. Verteilservice
Baden-Württemberg GmbH
78582 Balgheim · Tuttlinger Str. 16-18
Tel. 0 74 24 / 9 49 70 · Fax 0 74 24 / 94 97 52 92

PSV Presseservice- & Vertriebs-GmbH
79359 Riegel a. K. · Im Oberwald 27
Tel. 0 76 42 / 9 10 80 · Fax 0 76 42 / 91 08 40

Haushaltwerbung Walter München GmbH
81829 München · Sigmund-Riefler-Bogen 4
Tel. 0 89 / 3 58 12 70 · Fax 0 89 / 35 81 27 50

WVO Reischl GmbH
Gestaltung-Druck-Verteilung
82140 Olching · Johann-Gutenberg-Str. 19d
Tel. 0 81 42 / 4 48 44 - 0 · Fax 0 81 42 / 4 48 44 - 33

Augsburger Direktwerbung GmbH
86368 Gersthofen · Einsteinerring 28
Tel. 08 21 / 49 37 27 · Fax 08 21 / 47 12 08

Armin Diehl GmbH
90411 Nürnberg · Martinstraße 19
Tel. 09 11 / 5 19 57 - 0 · Fax 09 11 / 5 19 57 - 40

V.I.A. Nord Verteilung im Auftrag GmbH
92637 Weiden i. d. Opf. · Weigelstr. 16
Tel. 09 41 / 20 79 47 · Fax 09 41 / 20 71 84

V.I.A. Verteilung im Auftrag GmbH
93047 Regensburg · Margaretenstr. 8
Tel. 09 41 / 20 79 47 · Fax 09 41 / 20 71 84

Peter Umkehr GmbH
97720 Nüdlingen · Am Pfaffenpfad 28
Tel. 09 71 / 7 30 13 - 0 · Fax 09 71 / 7 30 13 - 23

Haushaltwerbung Walter Erfurt
99085 Erfurt · Schlachthofstraße 20
Tel. 0361 / 55 84 90 · Fax 03 61 / 5 58 49 17

Lauda Werbung GbR
99734 Nordhausen · An der Brückenmühle 15
Tel. 0 36 31 / 6 24 80 · Fax 0 36 31 / 62 48 20

WVO
Prospektverteilung
Regional · Bundesweit