

# Info-Flash 2/2006

September 2006

## Inhalt/Rubriken:

### Geschäftsstelle, Vorstand

- Wichtige Termine Seite 2
- ASW-Bibliothek Seite 2

### Berichte aus der ASW

- Rückblick:
  - ASW-Generalversammlung Seite 3
- ASW-Agentur atelier heinzelmann doppelt ausgezeichnet Seite 4
- Rückblick: ASW-Workshop «Crossmedia mit KMU-Budgets» Seite 5
- Mediaagentur ASW-MEDIA erfolgreich gestartet Seite 6
- ASW kooperiert mit GDI Seite 7
- ASW-Inter-Mitglieder suchen und pflegen Seite 8

### Berichte aus dem ASW-Umfeld

- Seltsame Moral Seite 8
- Das goldene Ohr zum 9. Mal Seite 9
- Qualitätsoptimierung bei script Seite 9
- Bakom begrüsst Digital-radiozukunft Seite 10
- Kurzstellungnahme zum RTVV Seite 10
- Direktorenwechsel beim SAWI Seite 11
- Screen-up:
  - Präsentationen der Superlative Seite 11
- 13. Publimedia Forum Seite 12

### Hinweise

- Das Urheberrecht im digitalen Zeitalter Seite 12
- Qualitätssicherung mit ISO-Standard PDF/X-3 Seite 13
- Weiterbildung einmal anders Seite 13

**Beilagen** Seite 13

**Impressum/Vorstandsmitglieder** Seite 13

## „Das Volk hat entschieden...“

Am letzten Wochenende haben sich eine Zweidrittelmehrheit der Stimmberechtigten des Kantons Basel-Land gegen Plakatwerbung für Tabak und Alkohol ausgesprochen. Das Abstimmungsresultat hat sicher eine Signalwirkung. Auf Grund dieser deutlichen Annahme, ist es nur eine Frage der Zeit, bis unsere Politiker unter dem Vorwand der Prävention weitere mögliche Werbeverbote ins Auge fassen werden. Wachsendes Interesse der Gesundheitslobby richtet sich bereits gegen andere gesundheitsschädigende Produkte wie Fast-Food, fettthaltige Speisen oder Süssigkeiten. Nicht zuletzt gegen schnelle und kraftvolle Autos.

Solange ein Produkt frei und legal verkauft werden darf, sollte es auch beworben werden dürfen. Ebenso sollte Werbung, die nicht missbräuchlich oder unlauter ist, die Vorzüge eines Produktes anpreisen dürfen. Alles andere verletzt verbrieft Grundrechte wie die Regeln der Handels- und Gewerbefreiheit, der Meinungsäusserungsfreiheit und der freien Marktwirtschaft.

Wieso will man unentwegt Werbung einschränken, obwohl Werbeverbote unverhältnismässig sind und erwiesenermassen nichts nützen, um den Konsum zu beschränken, ohne aber den Mut zu haben, diesen endgültig zu verbieten?

Erstaunlicherweise zeigt die Branche eine unglaublich anmutende Interesselosigkeit. Das Volk hat entschieden, das haben wir zu akzeptieren. Ist das so einfach? Wer nicht direkt betroffen ist, nimmt die Bestrebungen der Politiker mit leichtem Achselzucken hin.

Die Allianz gegen Werbeverbote wird – dem herrschenden Zeitgeist zum Trotz – ihren Kampf gegen alle Einschränkungen der Kommunikationsfreiheit fortsetzen. Die ASW ist seit dem Gründungsjahr 2001 aktives Mitglied der Allianz und hat das Referendum in Basel mitgetragen. Leider erfolglos, was sie aber nicht hindern wird, weiterhin gegen Werbeverbote einzustehen.

Die Geschäftsstelle

**Geschäftsstelle,  
Vorstand**

## **Wichtige Termine zum Vormerken**

- ▶ **Dienstag, 24. Oktober 2006**, in Zürich  
GfM SWISSMARKETING, 65. Generalversammlung
- ▶ **Mittwoch, 1. November 2006**, in Dübendorf  
**ASW-Arbeitsseminar «Ideen noch besser verkaufen»**
- ▶ **Dienstag, 14. November 2006**, in Zürich  
Tag der Fach- & Spezialpresse
- ▶ **Freitag, 17. November 2006**, in Zürich  
**ASW-Gala, Jahresendveranstaltung**

## **Neue Bücher in der ASW-Bibliothek**

*Rubrik: Jahrbücher, Nachschlagewerke, Lexika*

### **ADC Jahrbuch 2006**

**Kö. 2006/07**, Branchenregister für Kommunikation und Produktion

### **SMS-Jahrbuch Marketing- & Sozialforschung 2006**

### **PRINTMEDIEN SCHWEIZ ZEITSCHRIFTEN 2006**

**Werbeaufwand Schweiz 2006**, Stiftung Werbestatistik

*Rubrik: Werbung*

### **Werbetrends 2007, einfach, natürlich, direkt**

Ausgewertete Studie

Herausgeber: Slogans.de

*Rubrik: Diverses*

### **Wo die Seele auftankt**

Die besten Möglichkeiten, Ihre Ressourcen zu aktivieren

Autor: Marco von Münchhausen

Verlag: Campus Verlag, Frankfurt

ISBN-Nr.: 3-593-37308-4, Jahrgang: 2004, 284 Seiten

## **Bücher aus der ASW-Bibliothek ausleihen**

Zur Zeit beinhaltet die ASW-Bibliothek über 400 Werke, die von **ASW-Mitgliedern** für 4 Wochen unentgeltlich ausgeliehen werden können. Der Gesamtkatalog 2006 steht als pdf und mit Online-Bestellformular auf der Homepage zur Verfügung (> [www.asw.ch](http://www.asw.ch) > Services > Bibliothek)

## Berichte aus der ASW



v.l.n.r.: Claude Hitz, Andy Ruf, Daniela Müller, Michael Waldvogel, Diego Bally



## Rückblick: ASW-Generalversammlung vom 19. Mai 2006 in Basel

Mit frischem Wind hiessen die neuen ASW-Fahnen beim Treffpunkt Dreiländereck/Rheinhafen die Teilnehmenden der **ASW-Generalversammlung** willkommen. Das Flaggschiff der Basler Personenschiffahrt, die elegante «MS Christoph Merian» war dann auch für diesen Abend “das Zuhause” der über 80 ASW-Mitglieder und Gäste.

Um 16.45 Uhr startete im Oberdeck die **43. ordentliche GV**. In rekordverdächtigem Tempo führte der **Präsident, Diego Bally**, durch die Traktandenliste und liess die Traktanden eins bis acht gleich unisono abstimmen. Nach der Wahl des **neuen Präsidenten, Andy Ruf**, übernahm dieser die Bearbeitung der restlichen Traktanden. Auf Grund der ebenfalls einstimmig gutgeheissenen Wahlen setzt sich das Präsidium bis zur nächsten GV wie folgt zusammen: Andy Ruf, Präsident, Claude Hitz, neu Vizepräsident, Diego Bally, Past President sowie Amts wegen der Geschäftsführer Peter Grob.

Benno Frick und Patrick Lack wurden als Vorstandsmitglieder wieder bestätigt. Neu in den Vorstand gewählt wurden Daniela Müller, müller und partner, Aarau sowie Michael Waldvogel, idfx AG, Wädenswil.

### So sieht der neue Gesamtvorstand aus:

Andy Ruf, Präsident  
 Claude Hitz, Vizepräsident  
 Diego Bally, Past-President  
 Benno Frick  
 Patrick Lack  
 Daniela Müller  
 Michael Waldvogel

Nach der ordentlichen GV überbrachten die «**Bajass-Clique**» musikalische und der «**Schwoobe-Käfer**» spitzfindige Baslergrüsse. Die flotte Fahrt durch Basel inklusive interessanter Schleusenüberwindung konnten die Gäste schon während des von der **Publimag** offerierten Apéros geniessen.

Das Dinner mit einem kalten und warmen Dreiländer-Buffer fand später im Unterdeck – aber immer noch mit schönster Aussicht auf den Rhein – statt. Bereits zu diesem Zeitpunkt begeisterte der von der **publisuisse** gesponserte **Theater- und Tischzauberer** Roberto Giobbi die Anwesenden und schon bald wurde an jedem Tisch diskutiert, wie wohl der eben gezeigte Trick funktioniert hätte. Zum Schluss verblüffte der Magiervizeweltmeister in einer zusätzlichen Show ein weiteres Mal und erntete frenetischen Applaus.

## Berichte aus der ASW



Weitere Bilder finden sich auf:  
[www.asw.ch](http://www.asw.ch) > Agenda > Event-Archiv >  
 ASW-Generalversammlung 2005  
 > [Bildergalerie](#)

## Fortsetzung: Rückblick ASW-GV

Während des Abends konnte die ASW ein **neues Aktivmitglied** in ihren Reihen begrüßen. Pipo Droz, begleitet von Remo Pirovino, von der **Peter Droz AG, Werbeagentur ASW**, Zürich, erhielt von Andy Ruf, als Präsident und Benno Frick, in seiner Funktion als Vorsitzender der Prüfungskommission, das ASW-Diplom.

Einmal mehr hat es sich gelohnt, für die ASW-GV nach Basel zu reisen. Als die «MS Christoph Merian» schlussendlich um 22.30 Uhr wieder anlegte, war die Zeit unglaublich schnell vergangen und die rundum zufriedenen Gäste konnten als Give-away ein Bierset der ZIEGEL HOF Brauerei mit nach Hause nehmen.

Unseren Sponsoren danken wir hier nochmals bestens für ihre Unterstützung:

**publi suisse**

**publimag**  
<http://www.publimag.ch>

 Druckerei Feldegg

## ASW-Agentur atelier heinzelmann doppelt ausgezeichnet

Die Winterthurer ASW-Werbeagentur **atelier heinzelmann** wurde dieses Jahr zweimal speziell ausgezeichnet.

Einmal durch die **SCHWEIZER PRESSE** auf Grund der Teilnahme am Young-Creative-Wettbewerb «**Das kann nur ein Inserat...**» mit dem Sujet „Dein lebenslanger Begleiter“ von Yvonne Weber und Sabo Rim und ein weiteres Mal mit dem 2. Preis «**Best in Print 2005**» mit ihrer iGrill-Party-Einladungskarte zum Sommerfest (Responsequote über 60 % Zusagen).

Mit dem **Druckmarkt-Award** «Best in Print» werden Agenturen, Druckereien, Verlage und andere Unternehmen der Branche eingeladen, sich an der jährlichen Ausschreibung mit ihren Eigenwerbungen, Präsentations- und Vorstellungsunterlagen zu beteiligen.

## Berichte aus der ASW



## Rückblick ASW-Workshop vom 7. Juni, «Crossmedia mit KMU-Budgets»

Das Thema des ausgeschriebenen **ASW-Workshops** war anscheinend so interessant, dass sich die maximale Anzahl von 35 Teilnehmenden in den Räumen des **SAWI in Dübendorf** einfand. Die Vorträge und der Workshop über «**Crossmedia mit KMU-Budgets**» bot dann auch allen einen lehrreichen und spannenden Nachmittag.

Zuerst wurden die Anwesenden von Andy Ruf, ASW-Präsident, herzlich begrüsst und mit dem Ziel des Workshops vertraut gemacht. Auch mit **KMU-Budgets** kann sinnvoll **Crossmedia** betrieben werden, es braucht nicht immer Millionenbudgets.

**Paul Riesen**, CMO der Goldbach Media Gruppe stellte daraufhin sein Unternehmen, unser Partner für diesen Workshop, vor. Die Gruppe ist Vermarkter und Vermittler elektronischer Medien und sieht sich selbst als Crossmedia-Kompetenzzentrum.

Anschliessend erklärte **Peer Dittmar** wie **prozessorientierte Kommunikation** zu verstehen ist, nämlich als Vernetzung einer Kommunikationsidee über verschiedene Medien. Ideal ist dabei die Zusammenarbeit aller Prozessstufen wie Werbeauftragnehmer, Kreativagentur, Mediaagentur, Vermarkter und Medium.

**Mike Weber** zeigte die immer neuen Möglichkeiten von **active Mobile-Werbung**. Die Marktpenetration der Handys ist bereits bei 93%, 50% aller Mobiltelefone sind ganztätig eingeschaltet, am Silvester 2005 wurden 54 Mio. SMS verschickt und allein täglich werden 10 bis 15 Mio. SMS in der Schweiz versandt. Die umfangreichen Dienstleistungen wie zum Beispiel **Mobile Marketing, Mobile Ticketing, Mobile Couponing** stehen erst am Anfang – das Potenzial ist enorm. Bereits können Strichcodes von Produkten am Verkaufspunkt aufs Handy fotografiert und so vertiefte Produktinformationen abgerufen werden.

**Pierino Simonelli**, AdLINK, schliesslich zeigte den Stellenwert von **Online Medien** innerhalb von Crossmedia mit Suchmaschinen-Marketing, E-Mail-Marketing und vieles andere mehr.

Höchst spannend verliefen die anschliessenden **Gruppenarbeiten**. Den Zweierteams wurden Aufgaben mittels Begriffen gestellt und die **Kurzkonzepte** mussten Zielgruppe, Idee und Geschichte, Medien, Budgetrahmen Fr. 50 000.– und die Begründung „wieso Crossmedia“ umfassen. An den einzelnen Präsentationen, die vom **Seminarleiter Stefan Halter** alle als hervorragend taxiert wurden, war dann auch sofort ersichtlich, wie viel die Teilnehmenden aus den Referaten gelernt hatten, wie kreativ sie mit der gestellten Aufgabe umgegangen sind und wie viel Spass Crossmedia machen kann.

## Berichte aus der ASW

ASW MEDIA



## Mediaagentur ASW MEDIA erfolgreich gestartet

Im Frühsommer startete die ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen mit einer „eigenen“ Mediaagentur namens **ASW MEDIA**. Diese Agentur ist zwar keine Mediaagentur im herkömmlichen Sinn mit komplett neuer Infrastruktur und laufenden Fixkosten, denn operativ wird ASW MEDIA von unserem Inter-Mitglied «**m&m media agentur ag**» in Glattbrugg betreut.

Mit **ASW MEDIA** ist es gelungen, den ASW-Agenturen ein **attraktives Leistungspaket** zu schnüren, wo nebst den offensichtlichen Kostenvorteilen beim **Einkaufen von Medienraum** die Mitglieder der ASW auch Zugang zu **vertieftem und tagesaktuellem Mediawissen** sowie zu jahrelangen Erfahrungen in ausländischen Märkten erhalten.

Dies wurde deshalb je länger desto dringlicher, als dass immer grössere Werbeauftraggeber die Vorteile einer überschaubaren und inhabergeführten Agentur entdecken, **ihre Mediabudgets** aber nicht bloss gut, sondern **hervorragend betreut** wissen möchten.

Die **enge Verbindung** einer Werbeagentur mit einer Mediaagentur, die ideenreich mit Aufzeigung neuer Kommunikationskanäle für kreative Planung und Strategie einsteht, bietet die Voraussetzung für erfolgreiche **Crossmedialösungen**. Nicht die Auswahl der Medien ist massgebend, sondern in bestehenden Kanälen zu überraschen, neue zu erfinden oder weiter zu entwickeln sowie diese intelligent zu vernetzen, ist ein **kreativer Prozess**, der für den Erfolg von **ASW MEDIA** entscheidend sein wird. Günstiger einzukaufen ist schlussendlich die Butter auf dem Brot.

Dank der Zusammenarbeit mit der «**m&m media agentur ag**» bekommen die ASW-Agenturen **direkten Zugang** zu neun europäischen und drei aussereuropäischen Medienmärkten.

Nebst verschiedenen anderen ASW-Agenturen profitierte unter anderem bereits die **Luzerner Werbeagentur Wave Advertising**, welche mit **ASW MEDIA** im Rahmen einer Konkurrenzpräsentation das weltweite Mediabudget von LK International mit der exklusiven **Lasse-Kjus-Skibekleidung** gewinnen konnte. Realisiert werden dabei zur Steigerung des Bekanntheitsgrades in Europa und Festigung der Positionierung Inserate, Plakate, Broschüren, POS-Material und kräftige PR-Unterstützung.

## Berichte aus der ASW



## ASW kooperiert mit GDI

Die ASW freut sich, eine **langfristige Kooperation mit dem GDI Gottlieb Duttweiler Institut** bekannt zu geben.

Wir unterstützen die «**Pioneers**» **Event-Serie**, die Networking-Plattform und Inspirationsquelle für Quer- und Vordenker des GDI. Vier Mal im Jahr werden **unkonventionelle, innovative und lebendige Themen** zu den Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft von international renommierten «Pionieren» wie Malcolm Gladwell, Martin Lindstrom, David Bornstein, etc. präsentiert.

Diese **Veranstaltungsreihe** bietet der ASW eine ideale Bühne, ihren Mitgliedern – und auf Wunsch deren Kunden – inspirierende, visionäre und aussergewöhnliche Themen zu offerieren.

Über den **Tellerrand hinaus sehen**, anders und vernetzt denken, neue Wege einschlagen, ist heute mehr denn je eine **grosse Notwendigkeit** geworden. Das zu Fördern hat sich die ASW auf die Fahne geschrieben.

Am **15. September 2006** ist bereits **die erste Veranstaltung** durchgeführt worden. Einige ASW-Mitglieder wollten sich diese Gelegenheit nicht entgehen lassen – darunter erfreulicherweise auch der vom entfernten Basel speziell angereiste **Flavian Kurth** von **bluegummy Marketing Communications AG** mit Begleitung.

**David Bornstein**, Autor des weltweiten und preisgekrönten Bestsellers «**How to Change the World**», war Gastreferent beim «**Pioneers 4.06**». Er erzählte, wie soziale Unternehmer neue Ideen kraftvoll umsetzen und warum «Social Entrepreneurship» bereits an Harvard und Stanford gelehrt wird.

**Andy Ruf, Präsident der ASW**, stellte im Anschluss ans Referat im Gespräch mit David Bornstein ergänzende und für alle Anwesende interessante Fragen.

Beim reichlichen Apéro wurde anschliessend dann auch lange und gebührend Networking betrieben.

Die «**Pioneers**»-Vortragsreihe wird **2007** mit vier Abendveranstaltungen **fortgesetzt**.

## Berichte aus der ASW

### ASW Inter-Mitglieder suchen und pflegen

Die ASW steht in einer offenen Partnerschaft zu verschiedenen, fachlich ausgewiesenen **Lieferanten und Dienstleistungsbetrieben der Kommunikationsbranche**, welche sich aus dem Partnerfirmenumfeld der ASW-Agenturen rekrutieren. Diese **ausgewählten Dienstleistungsbetriebe** sind assoziierte Mitglieder und tragen den Titel **ASW-Inter-Mitglied**. Sie profitieren durch ihren Status von vielen Vorteilen einer normalen ASW-Mitgliedschaft sowie der Möglichkeit der persönlichen Kontaktpflege zu den Inhaberinnen und Inhabern von ASW-Werbeagenturen.

Einerseits sind wir auf Hinweise unserer Mitglieder angewiesen, **neue Inter-Mitglieder gewinnen** zu können.

Andererseits fordern wir unsere Mitglieder auf, die im neuen, beigelegten **«ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis»** erwähnten Unternehmen bei einer nächsten Auftragsvergabe mitofferieren zu lassen.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### Seltsame Moral

Jetzt wird das Ganze langsam hysterisch. Die Kampagne gegen das Rauchen erreicht mittlerweile unglaublich anmutende Dimensionen: In England hat die Regulierungsbehörde der britischen Unterhaltungsindustrie (Ofcom) angeordnet, dass aus Tom und Jerry-Filmen sämtliche Raucherszenen entfernt werden. Die Möglichkeit eines Schadens für Kinder, die dem guten alten Tom beim Zigaretten oder Zigarren rauchen zuzuschauen müssen, sei zu gross und müsse am Schneidetisch ausgeschlossen werden.

Das fand nun selbst die Nichtraucher Organisation Ash übertrieben: «Wir können doch nicht alle Hollywood-Klassiker verändern», meinte deren Sprecherin Amanda Sandford. Doch die Ofcom blieb hart und ordnete die Entfernung der inkriminierten Sequenzen in 162 Episoden an. Kürzlich habe ich einen Hitchcock-Film aus den 50er-Jahren gesehen. Damals haben sogar die Krankenschwestern im Einsatz geraucht. Nicht gerade appetitlich für heutige Begriffe. Wenn man aber all diese Szenen herauschneiden müsste, in denen gepafft wird, gäbe es bloss noch den Vor- und den Nachspann. Und erstaunlich ist doch eigentlich auch, dass Tom und Jerry in ihren Filmchen nichts anderes tun, als sich zu verprügeln. Sie gehen mit Äxten auf einander los und jagen sich mit Bomben in die Luft. Und die Kinder freuts. Und erstaunlicherweise werden nicht alle skrupellose Killer.

*(Piero Schäfer, Kommunikationsverantwortlicher der Schweizer Werbung SW)*

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### „Das Goldene Ohr“ zum 9. Mal

Seit Mitte August können beim **Radiospotwettbewerb „Das Goldene Ohr“** wieder Radiospots, Werbejingles und Corporate Audio Konzepte neu aus dem gesamten deutschsprachigen Raum Europas zur Begutachtung eingesandt werden. Neben der Schweiz, Deutschland und Österreich ist auch der deutschsprachige Teil Norditaliens teilnahmeberechtigt. Einsendeschluss ist der **6. Oktober 2006**.

Beurteilt werden die eingehenden Spots von einer **hochkarätigen** Jury bestehend aus Werbetextern, Regisseuren, Radiomachern, Tonexperten, Journalisten und Sprechern. Vergeben werden goldene, silberne und bronzene Ohren. Die **Preisverleihung** findet am **26. Oktober 2006**, im Theater an der Sihl, Zürich, statt. Mehr Informationen unter [www.goldenesohr.com](http://www.goldenesohr.com).

### Qualitätsoptimierung bei den Textenden

Jedes Jahr können sich **Texterinnen und Texter** für den Eintrag ins Schweizer Berufsregister (BR) bewerben. Zur Zeit tragen nur gerade 17 Textende diesen Titel, landesweit der einzige Qualitätsnachweis für Texterinnen und Texter. Das Berufsregister wird von **script** der Berufsorganisation für Text, Redaktion und Adaption im Kontext von Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenspublizistik, geführt.

Die aktuelle **Zertifizierungsrunde** – zugelassen sind Freischaffende als auch in Firmen und Agenturen angestellte Textende – läuft noch bis **15. Oktober 2006**.

Ausserdem teilt script mit, dass sie ihre **Weiterbildungsmöglichkeiten** optimieren will und deshalb als neuer Kooperationspartner die **Schreibszene Schweiz** als spezialisierter Seminarveranstalter für alle Disziplinen des Schreibens gefunden hat.

### Bakom begrüsst Digitalradiozukunft

Vor über vierhundert Teilnehmenden fand am 31. August 2006 im World Trade Center Zürich der **RadioDay06** statt. Schon zur Eröffnung bekannte sich das **Bakom** zur zukünftigen **Digitalisierung des Radios**, damit visionär neue Dienste und Werbeformen angeboten werden können. In der Schweiz sind sieben DAB-Bedeckungen (Digital Audio Broadcasting) geplant. Wobei ein zentrales Problem des DAB-Systems nach wie vor die wenigen DAB-Empfangsgeräte sind.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### (Fortsetzung) Bakom begrüsst Digitalradiozukunft

In einer Talkrunde bemängelte die IP Multimedia (Schweiz) AG und die Radiotele AG gemeinsam **das Fehlen eines Mehrnutzens der DAB-Technologie** sowie ebenfalls der Mangel an Empfangsgeräten, welche angeblich erst 20 000 Geräte umfasst.

Von **privater Radioseite** wird eher die HD-Technologie gefördert, da diese auf der UKW-Basis von heute aufgerüstet werden kann. Damit wären die Investitionen auch für Privatradios tragbar, beteuerte Jürg Bachmann, der neue Präsident des Verbands Schweizer Privatradios.

### Kurzstellungnahme zur Anhörung zum Entwurf für die neue RTVV

Grundsätzlich ist die ASW der Ansicht, dass **Produkte und Dienstleistungen**, welche frei käuflich sind, auch über sämtliche Anbieter von **Radio- und TV-Programmen** respektive über alle Medien **ungehindert beworben** werden können. Unbestritten sind die gesetzlich verankerten Werbeverbote für Tabakwaren, alkoholische Getränke, religiöse und politische Werbung.

Die ASW ist ausserdem der Ansicht, dass die **Konsumenten mündig** sind und die Mehrheit der Beworbenen über genügend Kompetenz im Umgang mit kommerzieller Kommunikation verfügt. Entsprechend müssen **Zuhörer und Zuschauer** in den elektronischen Medien **nicht speziell geschützt** werden.

Die im Entwurf vorliegende **Sonderregelung Schweiz** führt eindeutig zu einer **Benachteiligung** der Schweizer Wirtschaft insbesondere **der Werbewirtschaft** im Vergleich zu ausländischen Mitbewerbern.

Die Allianz Schweizer Werbeagenturen spricht sich deshalb klar gegen absurde **Einschränkungen der Handels- und Gewerbefreiheit** und Benachteiligung gewisser Marktteilnehmer aus.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### Direktorenwechsel beim SAWI

Nachdem Jürg Engi (62), langjähriger, verdienter Vorsitzender der Geschäftsleitung des **SAWI**, per Ende April zurückgetreten ist, konnte der Vereinsvorstand des Schweizerischen Ausbildungszentrums für Marketing, Werbung und Kommunikation bereits Ende August 2006 **Pia Kasper** (50) als **neue Direktorin** und zukünftige Geschäftsleitungsvorsitzende willkommen heissen.

Sie war bis im Juni dieses Jahres Rektorin der Schweizerischen Technischen Fachschule in Winterthur (STFW), die sie in den vier vergangenen Jahren in anerkannter Weise auf Vordermann gebracht hat. Pia Kasper wird ihre neue Position am **15. Oktober 2006 antreten**. Der Wahl war ein breites und professionelles Auswahlverfahren vorangegangen, wobei sich über 60 Kandidatinnen und Kandidaten um die Herausforderung bewarben.

### Screen-up: Präsentationen der Superlative

Die diesjährige Roadshow der in der deutschen Schweiz zu empfangenden Fernsehsendern **Screen-up** hat sich als **wichtiger Branchenanlass** etabliert und fand diese Woche im Zürcher Theaterkino Abaton statt. Die Veranstaltung gestattete auch dieses Jahr den **verschiedenen TV-Stationen** sich und ihre Programme ins rechte – manchmal bewusst überzeichnete – Licht zu rücken.

**Jeder Sender**, begonnen bei Viva, danach Sat.1, Kabel eins, ProSieben, das Schweizer Fernsehen SF, das neue Privatfernsehen 3+ und RTL **priesen ihre Ausstrahlungen** auf die unterschiedlichste Art in abwechslungsreichen, zum Teil humoristischen Präsentationen an.

In der abschliessenden Diskussion waren sich die Verantwortlichen der wichtigsten deutschsprachigen Fernsehkanäle aber einig: **Fernsehen** muss verstärkt mit allen neuen elektronischen Medien versuchen **crossmedial** aufzutreten, wobei das Fernsehen als **klassisches Werbemedium** vorläufig weiterhin gesetzt ist.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### 13. Publimedia Forum

Wie gewohnt fand vor über dreihundert Teilnehmenden auch das diesjährige **Forum der Publimedia AG** im World Trade Center Zürich statt. Daniel Strobel präsentierte in ebenfalls gewohnt bravouröser und zum Teil sarkastischer Manier letzte Neuigkeiten betreffend der **Veränderungen im Zeitungs- und Zeitschriftenangebot 2007**.

Nachdem der Key-Note-Speaker von der OmnicomMedia Group aus London persönlich passen musste, zeigte **Dominique von Matt** von der Agentur Jung von Matt/Limmat AG, in einer überzeugenden Präsentation auf, wie sich die **Rolle und Aufgaben von Mediaagenturen** ändern müssen, damit sie für künftige Markt- und Mediaentwicklungen gerüstet sind.

Im Anschluss fand unter Leitung von Pierre C. Meier eine interessante Roundtable-Diskussion zwischen Auftraggeber, Verlagsvertreter, Mediaspezialist und Kreativem statt, aus der sich ergab, dass **das Wo** immer mehr an Bedeutung gewinnt und die **Mediastrategie** wieder zur **Kompetenz der Werbeagentur** gehören sollte.

## Hinweise

### Das Urheberrecht im digitalen Zeitalter

Die Revision des Urhebergesetzes ist komplex und wirft viele Fragen auf. Auf Initiative des **IGE Eidgenössisches Institut für Geistiges Eigentum** haben sich verschiedene Interessengruppen an einen Tisch gesetzt und gemeinsam über **Ziele, Folgen, Chancen und Gefahren** einer Urheberrechtsrevision diskutiert.

Das Resultat dieser vorläufigen Debatte findet der Betrachtende in der **beigelegten weinroten Broschüre**. Sie liefert die wichtigsten Fakten und Begriffe rund um das Urheberrecht, aber auch die unterschiedlichen Meinungen der Betroffenen in Zitatform. Eine online Öffentlichkeitsdebatte ist auch unter [www.urheberrecht.ch](http://www.urheberrecht.ch) einzusehen.

## Hinweise

### Qualitätssicherung mit ISO-Standard PDF/X-3

Um klar geregelte Verantwortlichkeiten in Richtung **sichere und effizientere Produktionsabläufe** in die grafische Industrie zu bringen, starteten Verbände und interessierte Unternehmen wie Mitglieder der Publigroup, Viscom und VSD die **Initiative «PDFX-ready»**. Um «PDFX-ready» gerecht arbeiten zu können, genügen lediglich die Bordmittel von Adobe Acrobat 7.0 Professional.

Die Initiative gründet auf einer **ISO-Norm**. Dabei verwenden alle Beteiligten denselben Industriestandard, damit der **Datenaustausch über alle Systemgrenzen** hinweg problemlos funktioniert. Beigelegter Flyer orientiert detaillierter und ermöglicht die Anmeldung zur Zertifizierung.

### Weiterbildung einmal anders

«gib»Zürich Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation lädt am Freitag, 27. Oktober 2006, gemeinsam mit **DRUCKMARKT Schweiz** zu einer einmaligen Degustation – **Carta, Vino und Cucina** –, wo Wein und Papier miteinander verglichen werden, ein. Interessenten reservieren sich den Abend für dieses aussergewöhnliche Erlebnis direkt auf [www.gib.ch](http://www.gib.ch).

Im weiteren profitieren ASW-Mitglieder wiederkehrend von den kostenlosen Vorträgen sowie den äusserst günstigen Kursangeboten des **GFZ Grafischen Forum Zürich**. Entsprechende Hinweise finden sich in der **Weiterbildungsagenda 2006/07**.

## Beilagen

ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis 2/2006  
GFZ-Weiterbildungsagenda 2006/07  
Das Urheberrecht  
PDFX-ready

## Impressum

Redaktion

ASW-Geschäftsstelle  
Peter Grob (Geschäftsführer\*)  
Breitestrasse 1, Postfach 466  
8304 Wallisellen  
Tel. 044 831 15 50, Fax 044 831 14 24  
info@asw.ch  
[www.asw.ch/www.werbeleistungsvertrag.ch](http://www.asw.ch/www.werbeleistungsvertrag.ch)

## ASW-Vorstandsmitglieder

**Andy Ruf**, (Präsident\*), andy@rufwerbung.ch  
**Claude Hitz**, (Vizepräsident\*), claud.hitz@ergoasw.ch  
**Diego Bally**, (Past President\*), dibal@diegobally.ch  
**Benno Frick**, info@frick-partner.ch  
**Patrick Lack**, patrick.lack@dialogluckylack.ch  
**Daniela Müller**, d.mueller@muellerundpartner.ch  
**Michael Waldvogel**, waldvogel@idfx.ch

\*=Präsidium