

# Info-Flash 3/2006

Dezember 2006

## Inhalt/Rubriken:

### Geschäftsstelle, Vorstand

- Wichtige Termine Seite 2
- Mutationen in unseren Reihen Seite 2
- Eine Brille sucht ihr Zuhause Seite 3
- Faire Honorierung Seite 3
- Neuer Lohnausweis ab 2007 Seite 3
- ASW MEDIA Seite 4
- Preissenkung für Markenschutz Seite 4

### Berichte aus der ASW

- Rückblick: ASW-Arbeitsseminar «Ideen noch besser verkaufen» Seite 5
- Druckerei Feldegg druckt „klimaneutral“ Seite 6
- Rückblick: ASW-Gala 2006 Seite 7

### Berichte aus dem ASW-Umfeld

- Das goldene Ohr Seite 8
- GfM: GV und Marketingpreis Seite 8
- Fach- und Spezialpresse positioniert sich Seite 9
- Edi.06: mehrfach Auszeichnungen Seite 9
- Best in Print 2006 Seite 10
- Spitzenresultat für script-BR-Zertifizierung Seite 10
- 2. Digi Trend Forum Seite 11
- Top-Jahrgang für Kommunikationsleiter Seite 11
- Auflagen-Bulletin 2006 neu im Internet Seite 11
- MarKom: Zulassungsprüfungen Seite 12
- Auszeichnung von Kreativität und Erfolg Seite 12

### Hinweise

- Interessante Tageskurse Seite 13
- Warnung vor Radarfallen Seite 13

**Beilagen** Seite 13

**Impressum/Vorstandsmitglieder** Seite 13

## Mit Zuversicht weiter kämpfen...

Genau vor einem Jahr teilten wir mit vielen anderen in der Kommunikationsbranche die Ansicht, dass nach einem längeren Wellental auch die Werbeausgaben wieder steigen werden. Haben sich unsere Erwartungen bestätigt? Nur bedingt.

Ab Frühjahr haben die Ausgaben gegenüber dem Vorjahr stetig etwas zugelegt, im vergangenen Oktober konnte gar eine markantere Zunahme von über zehn Prozent ausgewiesen werden. Doch warnen Analysten bereits vor einer erneuten Abkühlung des Werbemarktes für das kommende Jahr. Einerseits basierend auf Verlagerungen in neue kostengünstigere Medien wie das Internet und noch individuellere Zielgruppenansprache. Andererseits werden traditionelle Medien wie Fernsehen und Presse nur noch ein beschränktes Wachstum, wenn nicht gar Rückgänge bei den Werbeeinnahmen zu verkraften haben. Überall herrscht gewaltiger Margendruck, obwohl die Wirtschaft weiterhin boomen wird. Verstärkt wird es sich bewahrheiten: Agenturen, die es nicht verstehen, in dynamischen Nischenmärkten flexibel mit kreativen Crossmedia-Konzepten zu agieren, verlieren immer mehr den Boden unter den Füßen. Wir werden dies aber gemeinsam zu verhindern wissen.

Unsern Mitgliedern danken wir für ihr Engagement und für die stets angenehmen Kontakte und persönlichen Begegnungen, unserem Vorstand für die intensive Mitarbeit und Unterstützung, unseren Sponsoren für ihre Treue und den befreundeten Verbänden für die gute Zusammenarbeit.

Ebenso bedanken wir uns für die sympathischen Glückwünsche und originellen Grüsse zum Jahreswechsel.

Wir wünschen ebenfalls allen fröhliche Weihnachtstage und einen erfolgreichen, glückhaften Start in neue Jahr.

Die Geschäftsstelle

Ursi + Peter Grob

## Geschäftsstelle, Vorstand

## Wichtige Termine zum Vormerken

- ▶ **Mittwoch, 21. März 2007**, in Rüschlikon  
ASW/GDI-Pioneers 1.07
- ▶ **Donnerstag, 29. März 2007**, in Zürich  
SWA Meeting 2007
- ▶ **Mittwoch, 18. April 2007**, in Zürich  
GfM, 17. Marketing-Trend-Tagung
- ▶ **Freitag, 4. Mai 2007**, Schloss Lenzburg  
Tag der Werbung
- ▶ **Freitag, 11. Mai 2007**, Schloss Sargans  
ASW-Generalversammlung
- ▶ **Freitag, 17. November 2006**  
ASW-Gala, Jahresendveranstaltung

## Mutationen in unseren Reihen

Wir freuen uns, unseren Mitgliedern mitzuteilen, dass die

- **goodimage GmbH** Corporate Identity  
Aufnahmeträger: Hans Gut  
Seestrasse 100, **8610 Uster**  
Tel. 043 399 22 90, [www.goodimage.ch](http://www.goodimage.ch)

vom Vorstand – auf Grund des vorgelegten Prüfungsberichtes der Aufnahmekommission – **zur Aufnahme in die ASW** empfohlen wird. Sofern gegen diesen Beschluss nicht innerhalb von 20 Tagen von einem Aktivmitglied schriftlich und begründet bei der Geschäftsstelle Einsprache erhoben wird (ASW-Statuten, Art. 5, Abs.1), gilt die Aufnahme als rechtskräftig.

Mit Bedauern müssen wir **Austritte** langjähriger Mitglieder per 31. Dezember 2006 bekannt geben.

Aktivmitglieder:

- Bossard Kommunikation AG, Luzern
- Moritzi Werbung AG, Baden
- Wegmann Bommeli & Partner, Erlenbach
- Zepf & Zepf, Reussbühl

Per 1. Januar 2007 tritt vom **Aktiv- in den Passivstatus** über:

- Werbeportal AG, Thalwil

## Geschäftsstelle, Vorstand

### Eine Brille sucht ihr Zuhause

Nach unserer ASW-Gala vom 17. November 2006 ist eine Brille mit roter Fassung liegen geblieben – weder auf der Geschäftsstelle noch in der Giesserei wurde später danach gefragt. Wer also seine Brille vermisst, melde sich bitte bei der ASW-Geschäftsstelle unter Tel. 044 831 15 50.

### Faire Honorierung ist Voraussetzung

Ein Bundesgerichtsurteil hat es erneut bestätigt: **Rabatte, Provisionen und Retrozessionen**, welche Vermittler im Zusammenhang mit einem Auftrag von Dritten erhalten, **gehören** grundsätzlich **dem Auftraggeber**. Selbst der vertragliche Verzicht des Auftraggebers auf die Aushändigung von Rückvergütungen aller Art wird nur dann als gültig erkannt, wenn der Auftraggeber **über deren Art und Höhe** im Voraus genau informiert ist.

Das Bundesgericht setzt damit **keinesfalls neues Recht**, sondern erinnert lediglich daran, dass das OR § 400 ff allemal Gültigkeit hat und durch branchenmögliche Usancen nicht ausser Kraft gesetzt wird. Wir fordern unsere Mitglieder deshalb speziell wieder einmal auf, dass sie sämtliche Rückvergütungen, welche sie von Medienunternehmen, Druckereien, Filmproduzenten oder wem auch immer erhalten, **einvernehmlich und transparent als Teil des Honorars** deklarieren und offen legen. Selbstverständlich kann dies von Auftraggeberseite einfacher erwartet werden, wenn sie bereit ist, kreative und seriöse Leistungen entsprechend **fair zu honorieren**.

### Neuer Lohnausweis ab 2007

Je nach Kanton wird bereits ab 2007 der neue Lohnausweis eingeführt. Damit unsere Agenturen den „**Neuen Lohnausweis**“ (**NLA**) möglichst einfach einführen können, hier einige praktische Hinweise. Ab dem Steuerjahr 2007 kann der NLA in der ganzen Schweiz verwendet werden. Ist die Anwendung für das Steuerjahr noch nicht möglich, kann der alte Lohnausweis weiterhin angewendet werden. Eine Papierversion ist erst ab März verfügbar. Ein Lohnausweisformular kann auf der Seite <http://www.kgv.ch/Default.asp?E0=128&TehmaNummer=198> herunter geladen werden.

Unter dem Link [www.estv.admin.ch](http://www.estv.admin.ch) gibt es für Agenturen ohne eigene Lohnverarbeitungssoftware auch eine **kostenlose Software** zum Erstellen von Lohnausweisen.

## Geschäftsstelle, Vorstand

ASW MEDIA



## ASW MEDIA – die Mediaagentur der ASW-Mitglieder

Mitte Mai 2006 wurde **ASW MEDIA** ins Leben gerufen. ASW MEDIA übernimmt auf Wunsch für alle ASW-Mitglieder die **Mediaplanung, Abwicklung** und vor allem den **Einkauf**. Die Vorstellung vieler Agenturen, man könne Mediaplanung nebenbei betreiben, ist in der heutigen, anforderungsreichen Zeit illusorisch und zum Scheitern verurteilt. So haben in den ersten 6 Monaten bereits über 10 Agenturen mit rund 15 Kunden von ASW MEDIA profitiert.

**Thomas Irniger**, Inhaber der Irniger Werbeagentur AG, hat sich wie folgt über die Zusammenarbeit mit ASW MEDIA geäußert: „*Wir sind mehr als zufrieden! Egal wie gross das Budget ist – ASW MEDIA geht alle Briefings professionell und sehr kreativ an – mir gefällt jedoch vor allem das Engagement. Dass sich eine Mediaagentur in diesem Umfang um meine Interessen kümmert, entlastet mich enorm – zudem sind die Konditionen ein echter Mehrwert.*“

ASW MEDIA verhandelt intensiv mit verschiedenen Verlags-häusern, Vermarkter und Vermittlern um für alle Mitglieder **Spezialkonditionen** zu vereinbaren. Die Liste dieser Konditionen wächst stetig an und wird ab 2007 den Mitgliedern regelmässig aktualisiert zugestellt. Je mehr Agenturen mitmachen – desto besser werden die Konditionen!

Um die **Distanz** zu ASW MEDIA weiter **zu verkürzen**, liegt dem Flash für ASW-Agenturen eine **Direktkontakt-Visitenkarte** bei.

## Preissenkung für Markenschutz

Gute Nachrichten. Ab Januar 2007 wird gemäss IGE, dem Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum der **Markenschutz in der Schweiz** erheblich günstiger.

Die amtliche Gebühr für **elektronische schweizerische Markenmeldung** in bis zu drei Klassen beträgt neu 450 Franken (bisher 600 resp. 700 Franken). Die meisten **Änderungen** erfolgen in Zukunft gratis (bisher 100 für erste Marke resp. 50 Franken für jede weitere Marke).

Die Gebühr für die Bearbeitung einer **internationalen Marke** durch das IGE wird von bisher 400 Franken auf 200 Franken halbiert. Und nicht zuletzt sind **Markenregisterauszüge** in Zukunft ohne Gebühr erhältlich.

## Berichte aus der ASW



## Rückblick: ASW-Arbeitsseminar «Ideen noch besser verkaufen»

Knapp vierzig Teilnehmende fanden sich am 1. November 2006 im Hotel Restaurant Sonnental, in Dübendorf, ein. Das angekündigte Eintages-Arbeitsseminar hat nach anfänglicher Zurückhaltung plötzlich doch noch so viele Interessenten gefunden, dass die Räumlichkeiten bis auf den letzten Platz ausgenutzt werden mussten.

Nach einer kurzen Begrüssung durch Andy Ruf, dem ASW-Präsidenten, stieg die eingeladene **Gastreferentin, Frau Ursu Mahler**, eine der besten Managementtrainerinnen Deutschlands, voll in ihr Metier ein und bestätigte die abgegebenen Versprechen hinsichtlich ihrer Trainings, die gleichermassen Ereignis, Erlebnis und Entwicklungsmöglichkeiten für die Anwesenden bieten. Packend, mit Humor und Pfiff liess sie uns **Motivation und Begeisterung** erleben. Aus dem Umsetzen mit Kopf, Herz und Hand ergibt sich Leistungsfreude kombinierbar mit Lebensglück. „Sie können alles tun. Alles hat aber (s)eine Konsequenz respektive seinen Preis.“ Zur konstanten Lebensfreude braucht aber jedermann entsprechende Streicheleinheiten in der Partnerschaft, von seinen Mitarbeitenden, allenfalls von seinen Vorgesetzten und seinen Kunden.

Nach dem Mittagessen folgte der 2. Teil **Gesprächspsychologie, Schlagfertigkeit und Körpersprache**. Die aufgestellte Erfolgstrainerin vermittelte den Zuhörenden interessante Verhaltensweisen und belehrte uns mit Recht, dass es dem Kunden zusteht, anders zu ticken als wir selbst. Vermeintliche Zuwendung, Entgegenkommen, Akzeptanz und Wertschätzung sind echte Begegnungsmöglichkeiten. Gegenseitiges Vertrauen sollte das oberste Ziel sein, vereinzelt muss jemand auch ins Vertrauen gezwungen werden. Mit Überzeugung postulierte Ursu Mahler, dass wir alles vom Leben zurück bekommen, was wir selbst jeden Augenblick hineingeben.

Der letzte Teil stand unter dem Titel **Arbeiten mit Verstand UND Emotionen**. Hier vermittelte die Referentin wie emotionale Intelligenz und soziale Kompetenz im Kundenalltag einzubringen ist. „Sie tun für sich das Beste, wenn Sie Ihr Bestes geben“ und vertiefte die Aussage noch mit dem Commitment „Ich tue es mit Liebe und Hingabe – oder ich lass es (mit Freude!)“. Eingehend referierte sie auch über das Balance- oder Kompetenzmodell und zeigte die Verknüpfungen zwischen Selbst-Kompetenz, berufliche Kompetenz, Zukunftskompetenz und Sozialkompetenz auf. Nicht zuletzt äusserte sie sich zum Umgang mit Kritik, wie sie angenommen werden sollte, wie richtig reagiert wird, wie versucht werden müsse, einen positiven Ansatz zu finden, wie sachlich, konkret und gekonnt gekontert wird und man bereit ist Kompromisse einzugehen.

## Berichte aus der ASW



## Fortsetzung: ASW-Arbeitsseminar

Im Anschluss an die lehrreichen Ausführungen zum Thema **„Ideen noch besser verkaufen“**, die aufzeichneten, dass die Anwesenden selbst viel wissen, aber leider nicht immer so beherrzigen, wie es von Nöten wäre, sprach Diego Bally in einem interessanten Kurzreferat über **„Design und Lizenzierung“**. Speziell streifte er das Thema „Abgeltung der Urheberrechte bei CD-Lizenzierungen“. Im Referat **„Sicherheit vermitteln mit dem Werbeleistungsvertrag“** zeigte Benno Frick einmal mehr auf wie sich ASW-Agenturen grössere Sicherheit im von vielen Auftraggebern anerkanntem Vertragswerk holen können und verwies insbesondere auch auf die Möglichkeit, wie urheberrechtliche Leistungen präventiv über Idea Protector geschützt werden können. Claude Hitz präsentierte **„Richtig verkaufen am Beispiel eines Verpackungsauftrags“**. Er zeigte wie er vor ein paar Jahren, mit grossem Interesse, aber mit völliger Unbefangenheit bravourös für rund 8000 Bosch-Verkaufspackungen die richtige, heute noch in allen Verkaufsgeschäften anzutreffenden Präsentationsverpackungen gefunden hat. Der Abschluss des intensiven Arbeitsseminars „Ideen noch besser verkaufen“ machte Andy Ruf mit seinem Referat **„Erfolgreich präsentieren“**. Mit aktuellen Tipps und Ratschlägen zeigte er auf, wie Konkurrenzpräsentationen erfolgreich gewonnen werden können. Ergänzend zu seinem Referat erhielten die Teilnehmenden die SWA und BBDO Consulting-Broschüre **„Wer die Wahl hat, hat die Qual“** (Effiziente Auswahl der richtigen Werbeagentur). Im Anschluss traf man sich noch zum ausgiebigen Apéro in der hoteleigenen Bar.

## Druckerei Feldegg druckt „klimaneutral“

Geschäfts- oder Nachhaltigkeitsberichte, aber auch andere Druckereiprodukte können zukünftig **„klimaneutral gedruckt“** werden.

Das ASW-Inter-Mitglied, die **Druckerei Feldegg, Zollikerberg**, bietet mit ihrem neuen Angebot des klimaneutralen Druckes ein innovatives Konzept mit dem **Emissionen ausgeglichen** und **freiwillig Klimaschutz** betrieben wird und spricht Unternehmen an, die sich umweltgerecht engagieren, aber auch speziell positionieren wollen. Mit diesem Angebot nimmt die Druckerei eine Vorreiterrolle in der Schweiz ein und bietet ihren Kunden als erstes Unternehmen diesen Service. Beigelegt orientiert eine interessante Broschüre.

Ebenfalls als Beilage findet sich das gesamte **«ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis»**. Wir ermuntern unsere Mitglieder die aufgeführten Unternehmen bei einer nächsten Auftragsvergabe mitofferieren zu lassen.

## Berichte aus der ASW



## Rückblick ASW-Gala 2006

Statt klirrende Kälte herrschten spätherbstliche Temperaturen, als sich **ASW-Mitglieder und Gäste** mit Begleitung zum **traditionellen ASW-Jahresendessen** trafen. Ob es am zentral gelegenen Zürich-Oerlikon oder der Aussicht auf Spielglück lag – die Teilnehmenden waren in rekordverdächtiger Anzahl erschienen.

Mit Kerzen durch den Hintereingang geleitet, fand man sich zuerst im heimeligen Cheminéeraum der ausgewählten Lokalität „**DIEGIESSEREI**“ zum gemeinsamen Apéro ein. Nebenan, im festlich dekorierten Speiseraum der alten Giesserei, fand später das Dinner statt, das man sich am Buffet zusammenstellen konnte. Dies gab dann nebst der lockeren Stimmung ein geselliges Hin- und Her, man traf sich an der Bar, am Buffet oder an den Tischen. Und der **Saxophonist Philippe Chrétien** sorgte während des ganzen Abends für gute, aber unaufdringliche Background-Live-Musik.

„Rien ne va plus!“ hiess es dann für rund drei Stunden. Die Gäste wurden eingeladen – „bewaffnet“ mit einer Spielkarte – ihr Glück am **Roulette- oder Black-Jack-Tisch** zu versuchen. Die drei glücklichsten oder geschicktesten Personen, die schlussendlich über das meist Erspielte verfügten, durften an der **Preisverteilung** zuerst an den Gabentisch, um sich ein Präsent auszusuchen. Anschliessend konnten noch rund 40 Preise ausgelost werden.

An dieser Stelle **danken wir unseren Preissponsoren nochmals ganz herzlich**: CreaPlot; Hotel Schweizerhof, Basel; Bad Zurzach; Riegger Weinkellerei, Birrhard; ...text, Stefanie Hugentobler; script, Schweizer Texterinnen- und Texterverband; TwixTel sowie Frick + Partner.

Erst gegen 2 Uhr morgens verabschiedeten sich die letzten Gäste – was uns darin bestätigt, mit dieser Gala und dem Herz Buben wieder „ins Schwarze getroffen“ zu haben.

**Auch unseren Hauptsponsoren ein herzliches Dankeschön** ohne deren Unterstützung eine solche Veranstaltung nicht möglich wäre: der Publimag für den Apéro, der publisuisse für den musikalischen Auftritt und die Spieltische, der Druckerei Feldegg für den Druck sowie Michael Waldvogel von idfx für die Gestaltung der Einladungskarte.

publi suisse

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

 Druckerei Feldegg

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### Das Goldene Ohr

Ende Oktober verlieh der bereits zum neunten Mal durchgeführte **Radiospotwettbewerb „Das Goldene Ohr“** erstmals für den gesamten deutschen Sprachraum seine Auszeichnungen. Mit der Öffnung nach Deutschland, Österreich und neu den deutschsprachigen Raum Italiens wurde die Konkurrenz beachtlich ausgebaut.

Bei der Verteilung kamen gleich **zwei erste Preise** zur Verteilung. Je mit einem „Goldenen Ohr“ wurde die Wirz Werbung, Zürich, mit der Spotserie für Brockenhaus Zürich und die RTS Rieger Team Werbeagentur, Stuttgart/Düsseldorf, für den Spot „Hammer“ für die Metabo-Werke ausgezeichnet.

Die Jury hat insgesamt 2 Goldene, 2 Silberne und 4 Bronzene Ohren verliehen. **Die Schweiz** errang vier von acht Auszeichnungen und ging damit **als Sieger** hervor.

Im Spätsommer 2007 können die Werbetreibenden ihre Beiträge neu in den vier Bereichen **Radio, Sounddesign, Internet (Virals) und Visual Transfer** ins Rennen schicken. Damit reagiert der Veranstalter auf den ständig zunehmenden Einsatz von Audiowerbung im Internet.

### GfM: GV und Marketingpreis

Traditionsgemäss Ende Oktober fand beginnend im Kongresshaus und fortgesetzt im Park Hyatt Hotel, Zürich, die **65. Generalversammlung** und später beim Abendessen die Verleihung des **Marketingpreises 2006** statt. Als Gastreferent sprach Dr. Jean-Pierre Roth, Präsident des Direktoriums Schweizerische Nationalbank, über die „Möglichkeiten und Grenzen des Standortes Schweiz“.

Der diesjährige Marketingpreis ging an die Marke **Betty Bossi**. Sie hat sich innerhalb von einem halben Jahrhundert von einer **schlichten Werbeidee** (frei erfundene Schweizer Küchenfee) zu einem **Power-Brand** (in fast allen Schweizer Küchen allgegenwärtig) entwickelt. Heute verfügt das Unternehmen über die beiden starken Standbeine traditionelles Kochsegment und zukunftsgerichtetes „Fast Casual“-Verpflegungssegment. Die Auszeichnung erhielt Betty Bossi gleichzeitig zum 50-Jahre-Jubiläum.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### Fach- und Spezialpresse positioniert sich

Der Kongress der **Fach- und Spezialpresse** unter dem Patronat von **Publimag** und **SCHWEIZER PRESSE** fand erstmals ganztägig im Zürcher Lakeside statt. Hansruedi Bichsel von der Publimag freute sich, über zweihundert interessierte Gäste begrüßen zu können. Verlegerpräsident Hanspeter Lebrument kam in seiner Eröffnungsrede auch auf das neue Verfahren der Wemf AG für Werbemedienforschung zur Beglaubigung der Auflagen zu sprechen. Die Branche hat wieder eine gemeinsame Stimme, meinte er und **verspürt Wille zum Aufbruch**. Gerade die Fach- und Spezialpresse sei dafür bestens positioniert, da sich ihr Arbeitsmodell der unmittelbaren Nähe von Redaktion, Verlag und Anzeigenverkauf besser bewährt habe als bei den Tages- und Wochentiteln.

Piero Schäfer vom Dachverband Schweizer Werbung SW forderte in seinen Ausführungen verstärkt zu mehr **Solidarität der gesamten Branche** gegen die überall drohenden oder bereits eingeführten **Werbeverbote** auf.

Nicht zuletzt vergab umrahmt von weiteren interessanten Referaten die SCHWEIZER PRESSE fünf **Q-Awards** für qualitativ hochstehende Presseorgane. Der Top-Award wurde der Zeitschrift «Vinum» für kluge verlegerische Kooperationspolitik verliehen. Hinsichtlich redaktioneller Qualität gewann das Finanzkombi «Schweizer Bank», «Schweizer Versicherung» und «Private Banking» die Auszeichnung und gestalterisch überzeugte das «KMU-Magazin».

### Edi.06: mehrfach Auszeichnungen

Mitte November wurde von der **Swissfilm Association** vor über sechshundert Besuchern der **Schweizer Auftrags- und Werbefilmpreis Edi.06** im Zürcher Schiffbau vergeben. Gleich fünf Auszeichnungen holte sich SFLB nach Hause. Die Agentur Spillmann/Felser/Leo Burnett gewann Gold mit der Kampagne „Mary Woodbridge“ für Mammut, Silber für Schweiz Tourismus und Bronze für den Spot der Zürcher Aids Hilfe.

**Weitere Auszeichnungen** gab es für Spots der Gelben Seiten, für die Migros, das Blindenheim Mühlehalde sowie für die SBB, die Suva und nicht zuletzt für die Kantonspolizei Luzern. Unter dem Patronat des Eidgenössischen Departement des Innern sowie der Moderation von Susanne Kunz, bereichert und ergänzt durch spritzige Kommentare und Einspielungen von Frank Baumann, freuten sich die Exponenten berechtigt, die Auszeichnungen für Arbeiten in **überdurchschnittlicher Qualität** entgegen nehmen zu dürfen.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### Best in Print 2006

Nach dem 2004 der erstmals ausgeschriebene **Druckmarkt-Award «Best in Print»** die Höhen der Image-Werbung grafischer Unternehmen gezeigt hat, ist jetzt der letzte Moment gekommen, **selbst seine Eigenwerbung** einzureichen.

**Teilnahmeberechtigt** sind alle Schweizer Agenturen (**auch ASW-Agenturen**), Verlage, Vorstufen- sowie Druckerei- und Buchbinderei-Betriebe gleich welcher Grösse, Struktur, Unternehmensform oder technischer Ausstattung. Eingereicht werden kann alles, **was gedruckt ist**. Es muss in den Jahren 2005 und/oder 2006 aktiv als **Eigendarstellung für Marketing, Werbung oder Verkaufunterstützung** verwendet worden sein.

Eine **unabhängige Jury** bewertet die eingereichten Arbeiten nach Kriterien wie Originalität, Idee, Aufmachung, Anmutung, Design und Typografie, Druck- und Verarbeitungsqualität sowie Text und Bildsprache.

Die **prämierten Arbeiten** und die Preisträger werden im «DRUCKMARKT Schweiz» vorgestellt. Begleitformulare zu den Einsendungen finden sich unter [www.druckmarktschweiz.ch](http://www.druckmarktschweiz.ch). **Einsendeschluss ist der 31. Dezember 2006.**

### Spitzenresultat für script-BR-Zertifizierung

**Texterinnen und Texter**, die auf ihrer Visitenkarte den Zusatz „BR script“ führen möchten, müssen den Nachweis überdurchschnittlicher Fachkompetenz erbringen. Auf die BR-Zertifizierung vergangenen Novembers haben neun Schreibende ihre Dossiers eingereicht. Sechs davon wurden für gut befunden. Der Eintrag gilt jeweils für drei Jahre und muss danach rezertifiziert werden.

Dass bei dieser Herbst-Zertifizierung die Erfolgsquote bei erfreulichen zwei Dritteln lag, ist nicht der milden Stimmung der Prüfungskommission zuzuschreiben, sondern der hohen Qualität der eingereichten Arbeiten.

In der deutschsprachigen Schweiz ist script seit Jahren bestens vertreten. Mit Seminaren, Vorträgen und Treffen verstärkt der Verband seine Präsenz auch in der Westschweiz. Seit kurzem ist die Verbandswebsite [scriptweb.ch](http://scriptweb.ch) auch auf Französisch ([www.scriptweb-romand.ch](http://www.scriptweb-romand.ch)) verfügbar.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### 2. Digi Trend Forum

Wer hat im digitalisierten Medienmarkt die besseren Karten? **Channel oder Content?** Das versuchten die Referenten verschiedenster Medien mit interessanten Beiträgen anlässlich des 2. Digi Trend Forums in der ehemals neuen Börse zu beantworten.

In der gegenwärtigen **allgemeinen Unsicherheit** über den Stellenwert herkömmlicher Medien und neuer sich stets entwickelnder elektronischer Kommunikationsmöglichkeiten scheint es schlussendlich klar, dass **Content weiterhin tonangebend** bleibt, aber beide intensiv von einander abhängig sind. Und schlussendlich sind sie auch **vom Konsumenten abhängig**. Nicht zuletzt dokumentiert eine publisuisse-Studie „TV – Medium der Zukunft?“, dass die Konsumenten in der Schweiz ihre Bedürfnisse teilweise durchaus anders sehen als die Fachleute.

### Top-Jahrgang für Kommunikationsleiter

In diesen Tagen dürfen **26 Kommunikationsleiterinnen und -leiter** aus den Händen von René Schmutz, langjähriger Präsident der SW-Prüfungskommission und abtretender WEMF-Direktor, die wohlverdienten Diplome der **eidgenössischen höheren Fachprüfung zum Kommunikationsleiter** entgegen nehmen.

Es nahmen zwar dieses Jahr **weniger Lernende** an der Prüfung teil, doch die 29 Kandidatinnen und Kandidaten hatten sich wohl zusammen ultimativ das Bestehen der Prüfung zum Ziel gesetzt. Nur so lässt sich das überwältigende Resultat von 89,66 % **erfolgreich** abgeschlossener Prüfungen erklären. Drei der Diplomanden erreichten eine Gesamtnote von 5.0 oder mehr. Wir gratulieren herzlich!

### Auflagen-Bulletin 2006 neu im Internet

Die AG für Werbemittelforschung **WEMF** stellt sicher, dass die **Auflagezahlen** der regelmässig erscheinenden Titel nach denselben Kriterien pro Pressekatgorie ermittelt werden und somit vergleichbar sind. Ergänzend gibt sie bekannt, dass die **Auflagen** aller im Jahr 2006 **beglaubigten Presseorgane** neu in einem Bulletin enthalten sind und jederzeit über [www.wemf.ch](http://www.wemf.ch) auf dem Internet abgerufen werden können.

Das Bulletin wird neu nicht mehr in Papierform verbreitet, sondern wird im PDF-Format auf der Website gratis zur Verfügung gestellt. In der Übersicht **fehlende Titel** wurden gemäss Präzisierung der WEMF auch **nicht beglaubigt**. Die Verbände der Werbewirtschaft anerkennen die WEMF/SW-beglaubigten Auflagen offiziell als die allein massgeblichen.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### MarKom: Zulassungsprüfungen

Ab 2009 werden für **Berufsleute**, die in **Werbung, Public Relations, Marketing oder Verkauf** tätig sind, neue Prüfungsordnungen gelten. Der Verein MarKom, bestehend aus acht Branchenverbänden, ist verantwortlich für die Umsetzung der Reform der Berufs- und Höheren Fachprüfungen der erwähnten Sparten.

**Bedingung** für die Zulassung zu einer Prüfung (**eidg. Fachausweis oder Diplom**) ist das Bestehen der **MarKom-Zulassungsprüfung** über die gemeinsamen Grundlagenfächer Marketing, Marketingkommunikation, PR, Verkauf und Distribution, Wirtschaft und Recht. Der Zugang zu dieser Prüfung ist relativ offen: mindestens zwanzig Jahre alt und Einzahlung der Gebühren. Fachausweise gibt es für die **Berufsprüfungen** Marketingfachleute, Verkaufsfachleute, Kommunikationsplaner/in, PR-Fachleute und DM-Fachleute (Direct Marketing). Eidgenössische Diplome für **Höhere Fachprüfungen** bekommen Marketingleiter/innen, Verkaufsleiter/innen, Kommunikationsleiter/innen oder PR-Berater/innen.

Das **SAWI, Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing, Werbung und Kommunikation** ist das offizielle Ausbildungsinstitut der führenden Branchenverbände und startet anfangs Februar 2007 mit dem ersten **Basislehrgang MarKom**, der Vorbereitung zur Zulassungsprüfung. Mehr Informationen darüber unter [www.sawi.com](http://www.sawi.com).

### Auszeichnung von Kreativität und Erfolg

Bis Ende Januar 2007 können noch Arbeiten für den kommenden **Schweizer Dialogmarketing-Preis** eingereicht werden. Dialogmarketing entwickelt sich zur Schlüsseldisziplin und so freut sich eine **ausgesuchte Jury** über aussergewöhnliche, kreativ und handwerklich hochstehende **Dialog-Auftritte und -Kampagnen**, die von einer klar erkennbaren Kommunikationsidee getragen werden – und nicht zuletzt die geplanten Ziele mindestens erreicht oder gar übertroffen haben.

**Ausgezeichnet wird** in den Kategorien Adressierte Mailings B2C und B2B, gedruckte, nicht personalisierte Werbemittel, elektronische Medien, alternative Medien, ausländische Kampagnen, mehrstufige Dialogprogramme mit Ziel Kundenentwicklung, Kundengewinnung und Traffic Building, Aktionen für Non-Profit-Organisationen sowie dem SDV-Innovationspreis. Sämtliche eingereichten **Arbeiten werden präsentiert**. Wir ermuntern **ASW-Agenturen** ebenfalls mitzumachen. Mehr darüber unter [www.dm-preis.ch](http://www.dm-preis.ch).

## Hinweise

## Interessante Tageskurse

**ASW-Mitglieder profitieren** von speziellen Tageskursen. Die Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation, «gib»Zürich, bietet anfangs Jahr ein **zweitägiger Spezialkurs für Digitalfotografie** (Basiskurs: von der Aufnahme bis zum eigenen Fotobuch) an.

Ein weiterer Kurs unter dem Titel „**Stil, Form und Charme im Business**“ zelebriert selbstbewusstes Auftreten und korrekte Gastgeber-Zeremonien. Das Tagesprogramm behandelt vertieft Bereiche wie „Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance“, „Tischordnung“, „Apéro“, „Lunch/Dinner“ und „Outfit ist Kommunikation“ weitgehend auf der Basis Learning by doing.

Entsprechende Anmeldebogen liegen dem Aussand bei.

## Warnung vor Radarfallen

Gute Nachricht für **Autofahrer im Millionen-Zürich**. Gemäss einer Postulatablehnung Ende Oktober 2006 hält der Zürcher Kantonsrat Warnungen vor **Radarfallen** durch Privatradiosender für unproblematisch. Das Postulat vertrat die Ansicht, die regelmässigen Durchsagen über Geschwindigkeitskontrollen seien für die Polizei in der Ausübung ihrer Amtshandlungen hinderlich. Gegner meinten jedoch, genau das Gegenteil sei der Fall, durch die **Warnungen über das Radio** würden Fahrer dazu angehalten, verstärkt auf den Tacho zu achten und präventiv der Geschwindigkeit grössere Beachtung schenken.

## Beilagen

ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis 3/2006  
«gib»Zürich-Anmeldeformulare  
Was ist eigentlich klimaneutral drucken?

## 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

## ASW-Vorstandsmitglieder

**Andy Ruf**, (Präsident\*), andy@rufwerbung.ch  
**Claude Hitz**, (Vizepräsident\*), claude.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