

# Info-Flash 3/2007

Dezember 2007

## Inhalt/Rubriken:

### Geschäftsstelle, Vorstand

- Wichtige Termine Seite 2
- Mutationen in unseren Reihen Seite 2
- Vorankündigung: Nachschulung «Werbeleistungsvertrag» Seite 3
- Druckmarkt Award Seite 3
- Neue Bücher in der ASW-Bibliothek Seite 4

### Berichte aus der ASW

- ASW-/VSD-Informationsveranstaltung Seite 5
- ASW-Trendseminar «Total Loyalty Marketing» Seite 6
- «White Night» ASW-Gala - Endjahrestreffen Seite 7
- ASW-GDI-«Pioneers»-Veranstaltungen Seite 8
- GFZ Grafisches Forum besteht weiter Seite 8
- Werbal entwickelt neue Online-Applikation Seite 9

### Berichte aus dem ASW-Umfeld

- Forum der Publimedia Seite 10
- Screen-up 2007 Seite 10
- Generalversammlung der GfM Seite 11
- Tag der Fach- und Spezialpresse Seite 11
- Goldenes Ohr 2007 Seite 12
- Die Gewinner von Edi.07 Seite 12
- Guter Kommunikationsleiter-Lehrgang Seite 12
- Ausschreibung Dialog-marketing-Preis 2008 Seite 13

### Hinweise

- Ausbildung Mediaplaner/in im SAWI Seite 13

**Beilagen** Seite 13

**Impressum/Vorstandsmitglieder** Seite 13

## Warum nur ...

Es geht uns gut. Die Auftragsbücher sind voll. Die Wirtschaft sieht das kommende Jahr recht positiv. Unsere Branche setzt jährlich weit über vier Milliarden Werbefranken um. Sie umfasst die Produktionsbetriebe und Druckereien, Medien- und Buchverlage und nicht zuletzt die Kommunikationsagenturen. Rund siebenhundert gibt es in der Schweiz. Doch lediglich siebzehn davon bilden in den laufenden drei Jahren kaufmännische Lehrlinge aus!

Die Branche Kommunikation muss auch nicht zwingend Kaufleute ausbilden. Sie kann sich durch Maturanden, Fachhochschüler oder andere Schulabgänger ihren Nachwuchs bilden. Die Entscheidung in der Grundbildung ist traditionell begründet aus der Überzeugung, dass das duale Bildungssystem der Schweiz sowohl der Wirtschaft wie auch der Gesellschaft sehr viel bringt.

Gleichzeitig bedeutet dies jedoch, dass die Lehrbetriebe nur dann in der Grundbildung ausbilden, wenn sie einen direkten Nutzen und einen vertretbaren Aufwand haben. Sonst kommt es weit günstiger und ist weniger personalintensiv, Maturanden oder Fachhochschüler auszubilden. Der branchenspezifische Nutzen liegt in der Ausbildung, die näher an der Praxis ist und die Sozial- und Methodenkompetenzen fördert. Ebenso gehört ein solides mathematisches Wissen und logisches Denken dazu, damit abstrakte Arbeitsabläufe erlernt und beherrscht werden. Dies sind sicher die grössten Vorteile von Lernenden in Unternehmen gegenüber Studienabgängern. Leider gibt es zur Zeit keine einzige ASW-Agentur, die kaufmännisch Lernende ausbildet. Vielleicht ändert sich das in Zukunft wieder?

So oder so bedanken wir uns ganz herzlich für die vielen Wünsche und originellen Geschenkideen, die täglich bei uns eintreffen. Euch und Ihnen allen wünschen wir schöne Festtage und ein erfolgreiches neues Jahr.

Ursula und Peter Grob

## Geschäftsstelle, Vorstand

## Wichtige Termine zum Vormerken

- ▶ **Dienstag, 4. März 2008**, SAWI, Dübendorf  
ASW-Nachschulung «Werbeleistungsvertrag»
- ▶ **Mittwoch, 19. März 2008**, Hotel Sedartis, Thalwil  
ASW/GDI-«Pioneers» 1.08,  
Neil Borman
- ▶ **Mittwoch, 2. April 2008**, Zürich  
18. GfM Marketing-Trend-Tagung
- ▶ **Donnerstag, 10. April 2008**, Zürich  
SWA Jahresmeeting
- ▶ **Freitag, 25. April 2008**, Luzern  
Tag der Werbung
- ▶ **Freitag, 16. Mai 2008**  
**45. ASW-Generalversammlung**
- ▶ **Freitag, 14. November 2008**,  
**ASW-Gala**, Jahresendveranstaltung

## Mutationen in unseren Reihen

Wir freuen uns, nachfolgende Agentur als **neues Aktivmitglied** willkommen zu heissen:

**interaction communications ag**  
Aufnahmeträger: Daniel Thalman  
Imhofstrasse 34, 5001 Aarau  
Tel. 062 832 10 10, [www.iacom.ch](http://www.iacom.ch)

Mit Bedauern müssen wir die **Austritte** langjähriger Mitglieder per 31. Dezember 2007 bekannt geben.

Aktivmitglieder:

- AP&P, Zürich
- ppa communications GmbH, Emmenbrücke

Per 1. Januar 2008 treten vom **Aktiv- in den Passivstatus** über:

- ipw Marketing AG, Basel
- MASCIADRI, Bern

## Geschäftsstelle, Vorstand

## Mutationen in unseren Reihen (Fortsetzung)

Gleichzeitig können wir aber erfreulicherweise folgende **neue Inter-Mitglieder** in unseren Reihen begrüßen:

### **Druckerei Mogensen GmbH**

Kontaktperson: Erwin Steiner  
Berglistrasse 27, 9320 Arbon  
www.m-druck.ch, info@m-druck.ch

### **H. Goessler AG**

Kontaktperson: Reto Kellenberger  
Binzstrasse 24, 8045 Zürich  
www.goessler.ch, info@goessler.ch

Wir erinnern unsere Aktivmitglieder daran, dass sie als Beilage das neue «**ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis**» finden und ermuntern sie, die aufgeführten Unternehmen bei einer nächsten Auftragsvergabe **mitoffrieren zu lassen**.

## **Vorankündigung: Nachschulung «Werbeleistungsvertrag»**

Am **Dienstag, 4. März 2008**, findet am Nachmittag im SAWI, Dübendorf, der **11. ASW-Nachschulungskurs «Werbeleistungsvertrag»** und ergänzende Rechte in der kommerziellen Kommunikation statt.

**Benno Frick**, Präsident der Prüfungskommission und **Autor des Vertragswerks**, wird die Teilnehmenden verständlich mit der komplexen Materie vertraut machen. Die Nachschulung richtet sich an **Neumitglieder** und **Verantwortliche aus ASW-Agenturen**, die ihr Wissen optimieren wollen oder sich in den letzten Jahren vermehrt mit rechtlichen Problemen herumschlagen mussten.

## **Druckmarkt Award «Best in Print 2007»**

Noch bis 31. Dezember 2007 können für den **Druckmarkt-Award «Best in Print 2007»** kostenlos Arbeiten eingereicht werden.

Teilnahmeberechtigt sind alle **Schweizer Agenturen, Verlage, Vorstufen-, Druck- und Buchbinderei-Betriebe** gleich welcher Grösse, Struktur, Eignerschaft, Unternehmensform oder technischen Ausstattung. Die prämierten Arbeiten sowie die Preisträger werden im «**DRUCKMARKT Schweiz**» vorgestellt. Eingereicht werden kann alles, was im Jahr 2006 oder 2007 **aktiv als Eigendarstellung** für Marketing, Werbung oder Verkaufsunterstützung eingesetzt worden ist. Begleitzettel finden sich unter [www.druckmarkt-schweiz.ch](http://www.druckmarkt-schweiz.ch).

## Neue Bücher in der ASW-Bibliothek

### *Rubrik: Marketing*

#### **Come back!**

#### **Wie Sie verlorene Kunden zurückgewinnen**

Autorin: Anne M. Schüller

Verlag: Orell Füssli Management

ISBN-Nr.: 978-3-280-05242-6, Jahrgang: 2007, 222 Seiten

#### **Performance-Marketing**

#### **Onlinewerbung – messbar, transparent, erfolgsorientiert**

Autoren: Th. Eisinger, L. Rabe, Verlag: Business Village

ISBN-Nr.: 3-938358-14-9, Jahrgang: 2005, 219 Seiten

#### **Total Loyalty Marketing - Mit begeisterten Kunden und loyalen Mitarbeitern zum Unternehmenserfolg**

Autoren: Anne M. Schüller, Gerhard Fuchs, Verlag: Gabler

ISBN-Nr.: 978-3-8349-0598-7, Jahrgang: 2007, 302 Seiten

#### **Zukunftstrend Empfehlungsmarketing**

#### **Der beste Umsatzbeschleuniger aller Zeiten**

Autorin: Anne M. Schüller, Verlag: Business Village

ISBN-Nr.: 978-3-934424-65-4, Jahrgang: 2005, 129 Seiten

### *Rubrik: Werbung/Kommunikation*

#### **Typotuning 1, Basic, – Mit 13 wichtigen Typografieregeln Gestaltungsarbeiten verbessern**

Autor: Ralf Turtschi, Verlag: Edition Publisher

ISBN-Nr.: 3-905390-33-7, Jahrgang: 2007, 64 Seiten

#### **Typotuning 2, Office-Kommunikation**

#### **Gestalterisches Grundwissen für die Geschäftskorrespondenz**

Autor: Ralf Turtschi, Verlag: Edition Publisher

ISBN-Nr.: 3-905390-34-5, Jahrgang: 2006, 83 Seiten

#### **Typotuning 3, PowerPoint**

#### **Gestaltungsregeln für wirkungsvolle Präsentationen**

Autor: Ralf Turtschi, Verlag: Edition Publisher

ISBN-Nr.: 3-905390-35-3, Jahrgang: 2007, 71 Seiten

### *Rubrik: Unterhaltung*

#### **Media Vision - Juristen lassen 30 Zeichnungen von Chappatte auf sich wirken**

Verlag: Stämpfli Verlag, Bern

ISBN-Nr.: 3-7272-2948-9, Jahrgang: 2005, 203 Seiten

### *Rubrik: Jahrbücher, Nachschlagewerke, Lexika*

#### **Gesundheitswesen Schweiz, Ausgabe 2007 (Statistik)**

Herausgeber: Interpharma, Basel

## Berichte aus der ASW

## ASW/VSD-Informationsveranstaltung



Digitale Prozesse sind in unseren Unternehmen eine tägliche Herausforderung. Die klassische Geschäftskorrespondenz ist weitgehend von E-Mails abgelöst. Die meisten Arbeitsplätze verfügen über einen Internetanschluss, selbst Verträge werden elektronisch archiviert und verwaltet. Anwender müssen neben den Aspekten der Sicherheit auch mit den Rechtsgrundlagen der Kommunikation vertraut sein.

Aus diesem Grund fand am **Donnerstag, 27. September 2007**, in Zusammenarbeit mit dem **VSD Verband der Schweizer Druckindustrie**, eine abendliche Informationsveranstaltung **«Rechtliche und technische Aspekte elektronischer Kommunikation im Geschäftsalltag»** statt.

Dazu fanden sich gut 30 **ASW-Aktiv- und Inter-Mitglieder** sowie einige VSD-Mitglieder in der neuen Aula des SAWI in Dübendorf ein.

Unter der Leitung von **René Theiler**, Bildungsverantwortlicher des VSD, wechselten sich die Referenten **Dr. iur. Marc Schwenninger**, Rechtsanwalt, und **David Uhlmann**, IT-Spezialist und Geschäftsführer Workflow GmbH, mit **interessanten Vorträgen** ab und behandelten abwechselnd die vielfältigen Themen rund um E-Mail und Internet aus rechtlicher und technischer Sicht.

Insbesondere wurden komplexe **Themenbereiche** wie das neue **Spam-Verbot** der Schweiz, unlautere Werbe- und Verkaufsmethoden und anderes widerrechtliches Verhalten, **Spamschutzmöglichkeiten**, **E-Mail-Marketing und -Archivierung**, Datenschutz, Nutzung des Internets durch Mitarbeiter, Überwachungsmöglichkeiten durch den Arbeitgeber, E-Mail-Manipulationen, Verschlüsselungen und Signaturen, **Vertragsarten**, Formbedürftige Verträge, **Urheberrechtsschutz und Persönlichkeitsrecht in der Praxis** sowie dem Umgang mit urheberrechtlich geschützten Werken, unabhängig von der Art des Mediums und sicherer Datentransfer vermittelt und jeweils detailliert erläutert.

Eine **hochinteressante** und sehr informative **Veranstaltung**, die schlussendlich auch zu angeregten Fragen und Diskussionen aus den Teilnehmerreihen führte und erst nach dem gemeinsamen Apéro ein Ende fand.

## Berichte aus der ASW

### ASW-Ganztages-Trendseminar «Total Loyalty Marketing»



Am **Dienstag, 30. Oktober 2007**, führte die **ASW** im SAWI Dübendorf ein Tagesseminar mit dem Titel «**Total Loyalty Marketing**» – **den Kunden dauerhaft gewinnen**, durch. Als Expertin für Loyalitätsmarketing konnten wir **Anne M. Schüller**, Managementconsultant und Autorin vieler Fachbücher engagieren. Sie bestätigte ihren Ruf als eine der besten Referentinnen Europas zu gelten und bewies ihre Talente in überzeugenden Vorträgen während des ganztägigen Seminars.

Loyalität ist eine scharfe Waffe des Verbrauchers. Oberstes Ziel muss also sein, treue, loyale Kunden und Mitarbeiter zu erhalten. Diejenigen Unternehmen, die das begriffen haben und das auch heute optimal umsetzen, sind angeblich erfolgreicher als andere – und das alles ohne finanzielle Mehrkosten.



«**Total Loyalty Marketing**» ist ein Managementansatz, der die drei strategischen Erfolgsfaktoren Marketing – Mitarbeiter – Kunde systematisch miteinander vernetzt, und zwar aus Sicht des Kunden. Hierbei wird das ganze **Unternehmen**, jedes **Marketing-Instrument** und jeder einzelne **Mitarbeiter** auf den Kunden ausgerichtet. Loyalität wird sowohl in der Unternehmensstrategie als auch in der Unternehmenskultur fest verankert. Loyalitätsführerschaft heißt das Ziel.



Dabei wird «Total Loyalty Marketing» oft mit Kundenbindung verwechselt – doch diese gehört laut **Anne M. Schüller** „in die Marketing-Mottenkiste des letzten Jahrhunderts“. Denn **Kundenbindungsmassnahmen gehen immer vom Unternehmen aus**. Sie dokumentieren die selbstzentrierte, managementbezogene und meist immer noch arrogante Sicht der Unternehmen auf den Kunden. **Bindung macht unfrei**, fast möchte man an Fesseln denken. Kein Knebelvertrag, kein noch so gut gemachtes Kundenbindungsinstrument kann jedoch Kundentreue erzwingen. **Loyalität** bedeutet **freiwillige Treue**, emotionale, andauernde Verbundenheit, leidenschaftliche Fürsprache. Und all das hat viel mit guten Gefühlen zu tun: mit Achtsamkeit, Zuverlässigkeit, Vertrauen, Wertschätzung und Zuneigung. Loyalität ist emotionsbehaftet und **geht vom Kunden** aus. Das hört sich prima an – nur leider: Loyalität ist ein flüchtiges Gut. Eine **Loyalitätsgarantie** gibt es nicht. Man muss sie sich – genau wie seinen guten Ruf – immer wieder neu verdienen, nur so wird sich schlussendlich ein win-win-win-Ziel realisieren lassen.



Während den rund sieben Stunden „fesselte“ die Referentin die Anwesenden mit vielen **nachvollziehbaren Beispielen**, formulierte mit ihnen kunden- und mitarbeiterfokussierte Loyalitätsziele, erarbeitete Positionierungen von loyalitätsfokussierten Zielgruppen und **vermittelte schlussendlich** das, wovon sie den ganzen Tag sprach: **Begeisterung**.

Drei Bücher von Anne M. Schüller sind neu auch in der ASW-Bibliothek erhältlich.

## Berichte aus der ASW



## «White Night» ASW-Gala – Endjahrestreffen

Frischer Wind brachte am **Freitag, 16. November 2007**, nicht nur die kältere Jahreszeit mit dem überraschend hereingebrochenen Winter, sondern auch das neue Gala-Konzept «**White Night**», das dieses Jahr wieder rund 100 ASW-Mitglieder und Gäste zu einem sympathischen Jahresendtreffen im **Landgasthof Halbinsel Au** zusammenbrachte.

Der eher urchige Landisaal wurde für diesen Abend vollständig **weiss ausdekoriert** und mit einem komplett **neuen Lichtkonzept** versehen. Dies und die gemütliche **White Lounge mit Bar** inspirierte dann auch die Gäste zu ungezwungenem Beisammensein und anregenden Gesprächen bis nach Mitternacht.

Licht ist Leben. Dies bestätigte diesen Abend auch der Fotokünstler **Goran Potkonjak**, der Meister des Lichts, der es sich zwischen Apéro und Dinner nicht nehmen liess, **sämtliche Anwesende** abzulichten. Entstanden sind Portraits, deren künstlerischer Wert daraus resultiert, dass alle Mitglieder, Gäste und Mitwirkenden in ihrem ganz persönlichen Glanz gezeigt werden, ohne dabei künstlich zu wirken. Daraus gestaltet sich eine endlose Bildergeschichte, die wir gern in den nächsten «persönlich»-Ausgaben vorstellen werden.

Zur **Backgroundmusik von DJ Stefan Leu** genossen die Anwesenden an ebenfalls weiss gedeckten, runden Tischen das Dinner. Gegenseitig wurde viel erzählt und bald entwickelte sich ein **geselliges Hin- und Her**. Gemeinsam genoss man nach einem intensiven Werbejahr in Musse ein gepflegter Jahresausklang am oberen Zürichsee.

Unseren **Hauptsponsoren** ein **herzliches Dankeschön**, ohne deren Unterstützung eine solche Veranstaltung nicht möglich wäre: Der Publimag AG für den Apéro, der publisuisse SA für den Einsatz von Goran Potkonjak, der Druckerei Feldegg für den Anteil am Druck sowie Michael Waldvogel von idfx für die Gestaltung der ASW-Einladungskarte.

publi suisse

publimag

<http://www.publimag.ch>

Druckerei Feldegg

## Berichte aus der ASW

### ASW-/GDI-«Pioneers»-Veranstaltungen

Unsere Partnerschaft mit dem **GDI Gottlieb Duttweiler Institut** – als Veranstaltungspartnerin der «**Pioneers**» **Event-Reihe** – hat sich zu einer festen Institution entwickelt. Nicht nur können **ASW-Mitglieder gratis** teilnehmen, sie können auch Kunden oder potenzielle Kunden zu diesen Vorträgen und anschliessendem Networking-Apéro einladen.

Die 4. und letzte ASW-/GDI-Pioneers-Veranstaltung in diesem Jahr fand am **7. November 2007** im Hotel Sedartis in Thalwil statt.

Dabei referierte Darren Herman, der von der Zeitschrift «Business-Week» im 2006 als einer der 25 jüngsten Top-Unternehmer ausgezeichnet wurde, von seinen Erfahrungen mit **Video-Games**. Warum immer mehr Menschen von elektronischen Spielen fasziniert sind, wie die **Werbebotschaften ankommen**, was sich **Marketing-Spezialisten** wünschen und welche Art Werbung die **höchste Wirkung** erzielt.

Die nächste **ASW-/GDI-Pioneers-Veranstaltung** findet am **19. März 2008** statt. Referieren wird der britische Markenexperte und Lifestyle-Journalist **Neil Boorman**. Der Autor des frisch lancierten Buches „Good bye, Logo“ wird berichten, wie er sein Leben ohne Marken markant bereicherte und seine Konsumgewohnheiten völlig änderte. Ein Streifzug durch eine unkonventionelle Lebensphilosophie.

### GFZ Grafisches Forum Zürich besteht weiter

Im Oktober wurden knapp zweitausend **Fragebogen versandt**, auf Grund deren eruiert werden sollte, ob weiterhin ein Interesse am **Fortbestehen des GFZ Grafischen Forums Zürich** besteht.

Befragt wurden Mitglieder des **GFZ, «gib»Zürich**, von **comm-on**, der **ASW**, von **comedia, Viscom** und **VSD**. 447 Interessierte haben den mehrseitigen Fragebogen beantwortet, was einer erfreulichen Rücklaufquote von 22 % entspricht.

Auf die Frage, ob das Grafische Forum seine Tätigkeit weiterführen soll, meinten **297 Teilnehmende: Ja**, davon sind 165 Befürworter direkte GFZ-Mitglieder. Auf Grund dieser positiven Umfrage wird sich im kommenden Januar ein **verjüngter Vorstand** mit **neuen Freien Mitarbeitern** bilden, der versuchen wird das GFZ wieder auf Vordermann zu bringen und attraktive, mitgliedergerechte Veranstaltungen anzubieten. Das heisst, dass auch die **ASW-Mitglieder** weiterhin von den Angeboten des GFZ **profitieren** dürfen.

### Werbal entwickelt neue Online-Applikation

Ist es eine gute Idee, ein Mailing in die Schweiz zu versenden, das am 8. Dezember ankommt? Oder nach Österreich, Spanien oder Portugal? Und sind die Slowenen, die Polen oder die Iren dann bereits im Urlaub? Solche Fragen sind für eine optimale, zeitgenaue Planung von internationalen Direct-Marketing-Aktivitäten unverzichtbar.

Dazu entwickelte die **ASW-Agentur Werbal GmbH** in Bern die **neue Online-Applikation „Einfache Visualisierung von europäischen Ferien- und Feiertagen“**.

Antworten auf solch und ähnliche Fragen lassen sich jetzt sehr einfach online mit dem neuen **International HolidayCalendar 2008** von **Swiss Post International** finden, der die kritischen Ferien- und Feiertagszeiten von 20 europäischen Ländern im Überblick oder selektiv auf den Tag darstellt.

In einer **übersichtlichen Kartenansicht** sieht man, an welchem Tag in welchem Gebiet die Einwohner frei haben – eine interessante Information, zum Beispiel für die Region Berlin, die sich nicht nur über zwei Bundesländer, sondern auch über fünf PLZ-Gebiete erstreckt. Daneben erhält man **pro Land** auch eine **detaillierte Liste der Gebiete**, die am **Tage X Ferien** oder einen **Feiertag** haben. Eine durchdachte Druckausgabe rundet den Funktionsumfang ab und macht diese Applikation zum **praktischen Arbeitsinstrument**.

Richtig **raffiniert wird es**, wenn man eine PLZ-Liste der eigenen Adressaten hochlädt. Das Tool errechnet und **validiert pro PLZ-Gebiet**, wieviele Personen am Zustelltag das Mailing nicht sehen, weil sie wahrscheinlich in den Ferien sind. Selbstverständlich wird auch das auf einer Karte abgebildet, damit man sich schnell einen Überblick verschaffen kann.

Aber auch für alle, die nicht im internationalen Direct Marketing tätig sind, kann dieses Tool interessant sein: Interessierte können nachsehen, wann **am wenigsten Leute Ferien haben**, um einen ruhigen Urlaub zu planen und gute Zeiten zu erleben...

Um den Benutzern eine optimale Darstellung und **hohen Anwendungskomfort** zu bieten, hat die **Berner Agentur Werbal** bei der Entwicklung und Programmierung des HolidayCalenders2008 **Flash** verwendet. Datenbasis sind verschiedene umfangreiche Tabellen, welche speziell für Swiss Post International recherchiert wurden. Gleichzeitig wurde das Kartenmaterial vollständig überarbeitet.

Die Online-Applikation ist in Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch verfügbar: <http://www.swisspost.com/holidaycalendar>. Dort kann ebenfalls die gedruckte Version bestellt werden – alles selbstverständlich kostenlos.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### Forum der Publimedia

Ende September fand zum 14. Mal das **Publimedia-Forum** statt. Der Anlass versucht mit verschiedensten Referenten jeweils das wiederzugeben, was sich in der Medienszene tut und wohin sie sich möglicherweise bewegen wird.

Der **Publimedia-CEO Daniel Strobel** eröffnete wie üblich mit einem topaktuellen, amüsanten und zum Teil sarkastischen Feuerwerks-Referat die alljährliche Veranstaltung.

Ein weiterer Referent behauptete, dass **Multimedia-Kampagnen** zum Standard werden, wobei der Nutzen multimedialer Kampagnen kaum zu messen ist. Mit «**Touchpoints**» versuchte dann der nächste Sprecher dem Multimedia-Konsumenten besser auf die Spur zu kommen.

In der abschliessenden **Paneldiskussion** waren sich **Peter Felser**, Werber des Jahres, von SFLB und **Harald Amschler** von der Wemf AG aber einig: Sie hätten wenig Neues gehört und setzen grosse Fragezeichen hinter die Befragungsmethode «Touchpoints». Beide sind der Überzeugung, nach wie vor sollte nebst all den Studien verstärkt **gesunder Menschenverstand** genutzt werden.

### Mediennutzung im Zeitalter der Digitalisierung

Am Kongress der **IGEM Interessengemeinschaft elektronischer Medien** an der **Screen-up-Veranstaltung** Mitte Oktober in der Arena Filmcity im neuen Zürcher Stadtteil Sihlcity herrschte für einmal unter den Konkurrenten der schweizerischen und deutschen Senderchefs erfreuliche Einigkeit. Alle versuchen **Mobile-TV anzubieten**, aber die Geschäftsmodelle sind bisher noch höchst unklar, herrschte der einhellige Grundton.

Einzig SF Schweizer Fernseh-Chefin **Ingrid Deltenre** und **Anke Schäferkordt** von RTL Television richten sich gezielt auf die **digitale Zukunft** aus. Es werde bei der Produktion und bei der Vermittlung alles radikal anders. Die digitale Zukunft wird neue Angebote und Konkurrenzen schaffen, die die Finanzierungsfrage immer dringlicher werden lässt.

## 66. Generalversammlung der GfM und Marketingpreisverleihung

Am 23. Oktober 2007 fand im Kongresshaus Zürich die diesjährige Generalversammlung statt. Nach 15-jährigem Wirken ist **Elmar Wohlgensinger** von seinem Präsidialamt zurückgetreten und wurde unter Verdankung seiner geleisteten Dienste zum **Ehrenpräsident** gekürt. Im Anschluss wurde einstimmig als sein Nachfolger **Ulrich H. Moser** gewählt.

Als Gastreferent sprach nach der Mitgliederversammlung Verleger und Chefredaktor der Weltwoche, **Roger Köppel**, zum Thema **Innovation durch Wettbewerb** respektive „Warum die Schweiz ein Erfolgsmodell“ ist.

Während des exzellenten Dinners im Ballsaal, Park Hyatt Hotel, wurde die **Firma Jura Elektroapparate AG**, einstmals führender Haushaltgerätehersteller und heute Nummer eins bei den Kaffeemaschinen, von der **GfM Gesellschaft für Marketing** mit dem renommierten **Marketingpreis 2007** als Innovationsleader für herausragende Leistungen im strategischen Marketing und ihrer einmaligen Fokussierung auf Kaffee-Vollautomaten ausgezeichnet.

## Tag der Fach- & Spezialpresse

Im Zürcher Lake Side fand im November auch dieses Jahr wieder der traditionelle **Tag der Fach- und Spezialpresse** der **Publimag** vor gut zweihundert Anwesenden statt. Mit Überzeugung gaben verschiedene Referenten zum Ausdruck, dass Printmedien ganz generell und insbesondere die Fachpresse auch in den nächsten Jahren dominieren werden, ganz im Stile der heutigen Pendlerzeitung «20 Minuten», an die zu Beginn kaum einer glauben wollte.

Allerdings müssen sich **die Verleger** intensiv mit **Ideen und Finanzen** bemühen, damit sich der Profit einstellen wird. Dies betrifft auch den Ausbau im Internet, damit bei Web 2.0 und 3.0 ebenfalls partizipiert werden kann.

Im Laufe des Nachmittags verliehen dann zusammen die heutige **Leiterin des Medieninstituts**, Josefa Haas, und der einstige Leiter desselben Instituts der **SCHWEIZER PRESSE**, Karl Lüönd, lediglich drei **Q-Awards** in den Bereichen Qualität, Gestaltung und Marktauftritt. Die Zeitschrift «**SMM Schweizer Maschinenmarkt**» bekam einen Award für Qualität, «**Swiss Engineering STZ**» erhielt die Auszeichnung für Gestaltung und «**Competence H+ Hospital Forum**» für ihren Marktauftritt. Auf die Verleihung eines Top-Awards und des Preises für Innovation musste aber mangels Eingaben mit genügendem Niveau verzichtet werden.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### Goldenes Ohr 2007

Im Zürcher Kammerorchesterhaus fand vor über zweihundert Gästen die Preisverleihung **Goldenes Ohr 2007** statt. Die Hamburger **Werbeagentur Kolle Rebbe** gewinnt nebst der goldenen Auszeichnung für ihre **Radiospot-Serie «Bionade»** auch den Publikumspreis. Dieser wurde erstmals durch Radio 24 mit einem Public Voting durchgeführt. In der Kategorie „weitere audio- und audiovisuelle Werbemittel“ konnte sich die Werbeagentur Walker über Gold freuen.

**Peter Widder**, Geschäftsführer von Sport Factory Outlet und Sportplausch Widder, wurde als **«Radioadvertiser of the Year 2007»** gewählt. Dieser Titel wurde ihm von verschiedenen Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Werbung und Presse im Rahmen des diesjährigen Wettbewerbs verliehen.

### Die Gewinner von Edi.07

Ende November wurde im Zürcher Schiffbau der **Schweizer Auftrags- und Werbefilmpreis Edi07** verliehen. Der Edi07 war laut Veranstaltern ein aussergewöhnlicher Jahrgang, wurden doch rund ein Drittel mehr Filme eingereicht als vergangenes Jahr.

Die Produktionsteams des **SBB-Corporate Films „Zwischenspiel“** und der Werbespot **Beck und Bondi „Danke“** konnten sich über je zwei Auszeichnungen freuen. Einen Edi.07 für Regie ging ans Schweizerische Komitee für UNICEF und für Idee, Konzept und Drehbuch an den Migros Genossenschafts-Bund, ausserdem gewann der Film **„St. Helvetia“** Gold in der Kategorie „Clipes & Trailers“ und beim „Corporate“ ebenfalls Gold der sozialpolitische Film **„Selma!“**

### Guter Kommunikationsleiter-Jahrgang

Nach den vergangenen erfolgreichen Jahren musste sich zeigen, ob die Erfolgsquote bei den **40 Teilnehmenden** der Deutschen und den 3 der Welschen Schweiz ebenfalls so erfreulich ausfallen würde. Die Serie konnte ohne Unterbruch fortgesetzt werden, haben doch **wiederum 85 Prozent** die **eidgenössische Prüfung** mit Erfolg bestanden.

Es zeigt sich dabei, dass das Geschäft mit der Kommunikation immer weiblicher wird: wurden doch von den 34 Diplomierten **23 Frauen zu Kommunikationsleiterinnen** gekürt. Diesen stehen nun aus beruflicher Sicht wie auch für weitergehende Studien, zum Beispiel an den Fachhochschulen, alle Türen offen.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

## Ausschreibung Dialogmarketing-Preis 2008

Am 31. Januar 2008 ist Annahmeschluss. Bis dann müssen preisverdächtige **Dialogmarketing-Kampagnen**, die im Laufe des Jahres 2007 erschienen sind, eingereicht werden. Ausgezeichnet werden auch diesmal **überdurchschnittliche** raffiniert strategische und **kreative Ideen**, die wirklich etwas bewegen konnten.

Von einer **erlesenen Jury** werden im 10. Jubiläumsjahr wieder adressierte B2C- oder B2B-Mailings (zwei- oder dreidimensional), personalisierte Werbemittel, elektronische und alternative Medien, ausländische Kampagnen oder mehrstufige Dialogprogramme aller Art, **beurteilt** und mit Gold, Silber oder Bronze belohnt. Alle weiteren Informationen finden sich unter [www.dm-preis.ch](http://www.dm-preis.ch)

## Hinweise

## Ausbildung Mediaplaner/in im SAWI

Im März 2008 beginnt im **SAWI**, dem Schweizerischen Ausbildungszentrum für Marketing, Werbung und Kommunikation neu auch eine **Ausbildung zum Mediaplaner** respektive **Mediaplanerin**.

Gestartet werden praxisnahe Lehrgänge in den Schulungszentren Biel und Zürich. Der neue Lehrgang enthält die verschiedenen **MarKom-Basismodule** und ist eines von drei Modulen der Ausbildung des Kommunikationsplaners. Dieser kann durch spätere Belegung der Module Kommunikationsplanung und Produktion/Realisation innerhalb von drei Jahren vervollständigt werden, um optimal auf die **eidgenössischen Prüfungen** vorbereitet zu sein.

## Beilagen

Tarife und Leistungen der Sozialversicherungen 2008  
ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis 3/2007  
brtt schweizer berufsregister der texterinnen und texter

## 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

**Claude Hitz**, (Präsident\*), [claudio.hitz@ergoasw.ch](mailto:claudio.hitz@ergoasw.ch)  
**Michael Waldvogel**, (Vizepräsident\*), [waldvogel@idfx.ch](mailto:waldvogel@idfx.ch)  
**Andy Ruf**, (Past President\*), [andy@rufwerbung.ch](mailto:andy@rufwerbung.ch)

\*=Präsidium

**Diego Bally**, [dibal@diegobally.ch](mailto:dibal@diegobally.ch)  
**Benno Frick**, [info@frick-partner.ch](mailto:info@frick-partner.ch)  
**Roland Friedl**, [r.friedl@dfp.ch](mailto:r.friedl@dfp.ch)