

Medieninformation

Von der Allianz zum Agenturnetzwerk

Anlässlich ihrer a.o. Generalversammlung vom letzten Freitag, den 25. September 2020, haben die Mitglieder der ASW einer grundlegenden Erneuerung ihres Verbandes zugestimmt. Nebst einem Namenswechsel wurden auch neue Mitgliederkategorien eingeführt, ein Wertekodex verabschiedet sowie ein neuer Zertifizierungsprozess gutgeheissen.

Die ehemalige Allianz Schweizer Werbeagenturen ASW heisst nun **AGENTURNETZWERK ASW**. Und obwohl kaum ein Stein auf dem anderen bleibt, hielten die Stimmberechtigten an der Grundregel der «inhabergeführten Kommunikations-Agenturen» fest.

Netzwerk als Zukunftsmodell

Mit der Umbenennung **von Allianz zu Agenturnetzwerk** soll dem eigentlichen Zweck des Verbandes besser Rechnung getragen werden: Ein Verbund von verschiedenen Agenturen, die sich miteinander verbinden, sich austauschen und so gegenseitig profitieren. «Wir sind überzeugt, dass der Schritt von der Allianz zum Agenturnetzwerk der richtige ist, und die Mitglied-Agenturen künftig noch mehr profitieren können. Nicht nur im Bereich der Weiterbildung und bei rechtlichen Fragen wie bis anhin, sondern insbesondere im Austausch untereinander», so der Präsident Ivan Zumbühl. Das Agenturnetzwerk ASW soll künftig interdisziplinär aufgestellt sein. Der Agentur-Fächer wird geöffnet und das Netzwerk bietet somit Platz für spezialisierte Agenturen.

Neue Mitglieder-Kategorien

Das AGENTURNETZWERK ASW kennt neu zwei Mitglieder-Kategorien, nämlich **Lead-Agenturen und Fokus-Agenturen**. Während die Lead-Agenturen nachweislich alle Instrumente des Kommunikations-Universums beherrschen, konzentrieren sich die Fokus-Agenturen auf bestimmte Segmente dieses Universums.

Oder um es mit etwas plakativer auszudrücken: Lead-Agenturen können stimmige Partituren für eine Vielzahl von Instrumenten schreiben, das gesamte Orchester dirigieren und das Publikum begeistern, während die Fokus-Agenturen für einzelne Instrumenten-Gruppen stehen, zum Beispiel für Bläser, Perkussionisten oder Streicher.

Der Wertekodex als grundlegendes Bekenntnis

Einzigartig in der Branche ist der **Wertekodex**, den sich die Mitglieder des AGENTURNETZWERKS ASW verordnet haben und der auch für zukünftige Mitglieder gilt. Dieser Wertekodex bildet die Basis für die nachfolgende Zertifizierung.

Zertifizierung statt Aufnahmeprüfung

«Unsere Auftraggeber wollen Orientierung und Investitions-Sicherheit» erklärte der Präsident des AGENTURNETZWERKS ASW, Ivan Zumbühl. «Deshalb haben wir die bisherige Aufnahmeprüfung in Rente geschickt. An ihre Stelle ist ein transparenter **Zertifizierungs-Prozess** getreten. Er besteht aus 20 Zertifizierungsfeldern, die alle öffentlich einsehbar sind. Damit können die Auftraggeber unserer Mitglieder nachvollziehen, dass sie Agenturen vertrauen, deren Qualifikationen weit über dem Durchschnitt liegen.»
Damit sei allerdings auch eine Mitgliedschaft auf Lebzeiten vorbei, in Zukunft würde alle drei Jahre eine Rezertifizierung anstehen, erklärte Zumbühl ergänzend.

Aus Werbeleistungsvertrag wurde Agenturleistungsvertrag

Eher nebenbei wurde der Branchenstandard in **Agenturleistungsvertrag** umbenannt, in Teilen überarbeitet und unter der neuen URL www.agenturleistungsvertrag.ch zugänglich gemacht.

Vorstand und Geschäftsstelle

Den neu zusammengesetzten Vorstand haben die Mitglieder bereits an ihrer ordentlichen Generalversammlung vom 12. Juni 2020 in Lenzburg gewählt und an den Zuständigkeiten auf der Geschäftsstelle wird sich nichts ändern.

Zürich, 26. September 2020

AGENTURNETZWERK ASW

Granitweg 6, 8008 Zürich

Geschäftsführer Benno Frick, Tel. direkt +41 44 991 61 11, frick@asw.ch

www.asw.ch / www.agenturleistungsvertrag.ch

Der Text dieser Medieninformation (DOC) sowie das neue Logo (SVG, PNG, EPS) sind downloadbar unter <https://www.asw.ch/agenturnetzwerk>

Wertekodex

www.asw.ch/mitglied-werden/wertekodex

Neue Mitglieder-Kategorien

Lead-Agenturen sind:

- ▶ Gesamtkommunikationsagenturen
- ▶ Komplett-Agenturen
- ▶ Full-Service-Agentur
- ▶ Strategie- und Service-Agenturen
- ▶ Beratungsagenturen für integrierte Kommunikation

Fokus-Agenturen sind spezialisiert auf:

- ▶ Digital Communications, Digital Marketing
- ▶ Corporate (Identity, Branding)
- ▶ Design (Packaging, Signaletik, UX/UI)
- ▶ Content (Publishing, Campaigning)
- ▶ Live Communications (Events, Raumgestaltung)
- ▶ Display (App, AR, VR, 3D)
- ▶ Dialogmarketing

Zertifizierungsfelder

BASISFELDER ALLE

1. Kompetenzen und Profil

- Professionalität
- Erfahrungen
- Ausbildungen und Skills
- Bisherige Entwicklung

2. Agentur und Strukturen

- Kundenprofile und externe Partner
- Unternehmenskultur und Teamgeist
- Eigenauftritt der Agentur
- Infrastruktur und Datensicherheit

3. Führung und Organisation

- Mitarbeiterführung
- Kaufmännische Strukturen
- Arbeitsplanung
- Steuerungsinstrumente

4. Services

- Projektleitung
- Qualitätssicherung und -entwicklung
- Budgetbetreuung
- Kundenkommunikation

FOKUS-AGENTUREN ZUSÄTZLICH

5. UMSETZUNGSLEISTUNGEN IN DEN FOKUSBEREICHEN

- Beratung
- Produktion
- Kreation
- Distribution

Prüfung von zwei aktuellen Cases. Diese werden vom Zertifizierungsteam vorgegeben.

LEAD-AGENTUREN ZUSÄTZLICH

6. KOMPETENZEN EINER LEAD-AGENTUR

- Strategische Planung
- Kreative Qualitäten
- Medienneutrale Gesamtsicht
- Crossmediale Durchgängigkeit

Prüfung von zwei aktuellen Cases. Diese werden vom Zertifizierungsteam vorgegeben.