

ASW Info-Flash

Dezember 2012

Inhalt/Rubriken:

Geschäftsstelle, Vorstand	
▪ Danke, Peter.	Seite 2
▪ Wichtige Termine	Seite 7
▪ 50 Jahre ASW	Seite 7
▪ Inter-Bezugsquellenverzeichnis	Seite 7
▪ Mutationen in unseren Reihen	Seite 8
Agentur-Events	
▪ Jubiläums-Apfelfest bei iacom	Seite 8
▪ Russische Weihnacht bei BLU	Seite 9
Agentur-News	
▪ Megura AG	Seite 9
▪ Frick & Partner	Seite 10
▪ BLU AG	Seite 10
▪ TBS Identity	Seite 11
Berichte aus der ASW, Rückblicke	
▪ Nachschulung «WLV»	Seite 11
▪ ASW-Gala 2012	Seite 12
Berichte aus dem ASW-Umfeld	
▪ Neue Telemarketingregeln	Seite 13
▪ Neuer Druckmarkt-Award	Seite 14
Hinweise	
▪ Schweizer Dialogmarketing-Preis	Seite 15
▪ Marketing-Tag 2013	Seite 15
▪ DAS KANN NUR EIN INSERAT	Seite 16
Beilagen	Seite 16
Impressum/Vorstandsmitglieder	Seite 16
Anhang	
▪ Neumitglieder-Vorstellungen Megura und rhs	

Ein gefreutes Jahr – und ein trauriges.

Das ablaufende Jahr war für die ASW eigentlich ein gefreutes Jahr: wir konnten zahlreiche Agenturen in unseren Kreis aufnehmen, die nicht bloss ausgezeichnete Arbeit leisten und die Aufnahmekriterien übertrafen, sondern auch menschlich hervorragend zu uns passen – Menschen mit intelligentem Humor und mit Tiefgang, aber auch mit einer gesunden Distanz zu einer Branche, die sich zuweilen im eigenen Saft dreht.

Einige dieser Agenturen stellen sich in diesem Info-Flash kurz vor und starten damit eine neue Serie, die uns auch ausserhalb unserer üblichen Berührungspunkte näher bringen soll.

Noch näher zusammenrücken liess uns auch der unerwartete Tod unseres langjährigen Geschäftsführers Peter Grob Mitte September. Zahlreiche Mitglieder und Nahestehende haben spontan Hilfe angeboten, haben zugepackt, wo es etwas anzupacken gab, wir haben einander unterstützt und wir sind uns auch menschlich näher gekommen – etwas, was eher auf einen grossen Freundeskreis als auf einen Verband schliessen lässt.

Bei dieser Gelegenheit bedanken wir uns für die zahlreichen guten Wünsche fürs neue Jahr, die auf der Geschäftsstelle eingetroffen sind. Und wir bedanken uns bei allen, die uns im Lauf dieses Jahres nahe gestanden sind und uns unterstützt haben, nicht zuletzt unseren treuen Sponsoren.

In diesem Sinn wünschen wir allen Leserinnen und Lesern dieses Info-Flashs im Anschluss an die übliche "Endjahres-Rally" eine geruhsame Zeit und freuen uns schon jetzt darauf, nächstes Jahr mit Euch zusammen den 50. Geburtstag der ASW zu feiern.

ASW Geschäftsstelle

Geschäftsstelle, Vorstand



Danke, Peter.

Es war ein ganz normaler Dienstag. Oder es hätte vielmehr ein ganz normaler Dienstag sein können.

Peter Grob, seine Frau Ursula und ein paar Vorstandsmitglieder sassen in einem Besprechungszimmer beim Schweizerischen Public Relations Institut an der Ankerstrasse in Zürich. Damals, das muss man wissen, hatte die ASW ihre Geschäftsstelle zusammen mit dem SPRI unter einem Dach. Gut, die ASW war zur Untermiete. Aber das tut heute nichts mehr zur Sache.

Die illustre Runde besprach noch einmal die Details zum geplanten Umzug der Geschäftsstelle nach Wallisellen. Wallisellen, das muss man ebenfalls wissen, liegt ausserhalb der Stadtgrenze und galt schon damals nicht als Nobelparadeort – aber besser als der "Chreis Cheib" oder Spreitenbach ist es allemal. Und die neue Lokalität versprach einiges: zwei Einzelbüros statt nur eines einzigen Raumes, ein eigenes Besprechungszimmer, ein eigenes Archiv für die umfangreiche Bibliothek, eine eigene Kaffeemaschine und – nicht zu vergessen – zahlreiche Parkplätze direkt vor dem Haus. Also etwas, was in der Stadt Zürich beim besten Willen nicht zu finden war. Jedenfalls nicht für kleine Budgets von bescheidenen Verbänden.



Selbst der Schreibende kann sich nicht mehr exakt erinnern, ob der feierlich gewandete Peter (edler Stoff, Krawatte) unter dem gütigen Blick seiner ebenfalls adrett gekleideten Ehefrau den Mandatsvertrag zur Führung der Geschäftsstelle bereits unterzeichnet hatte oder nicht, als auf dem Handy des damaligen Vorstandsmitgliedes Markus Diener eine SMS seines Sohnes eintraf: in New York geschehe Ungeheuerliches und man solle möglichst schnell einen Fernseher aufsuchen, CNN berichte live.

Es war Dienstag, der 11. September 2001. Nine-eleven.

Schicksal und Glücksfall

Für die ASW war es ein Glücksfall, dass sich Peter Grob seinerzeit überhaupt bereit erklärte, zusammen mit Ursi die Führung der Geschäftsstelle zu übernehmen und das nur unter der Bedingung „wir sind ein Team – uns gibt's nur im Paket“. Aber ganz von alleine kam er nicht auf diese tolle Idee – ein schicksalshafter Frühlingstag musste ihm auf die Sprünge helfen.

Das damalige Vorstandsmitglied Peter und seine Frau Ursi führten gemeinsam die Peter Grob + Partner, Beratung für Marketingkommunikation. Eine überschaubare ASW-Agentur vor den Toren Zürichs.

Geschäftsstelle, Vorstand

Danke, Peter. (Fortsetzung)

An einem Karfreitag waren die zwei unweit von Schaffhausen in einem Waldstück unterwegs, um sich ein wenig die Füsse zu vertreten. Man schrieb den 13. Tag des Monats April im Jahr 2001 – und es war ein Freitag! Die beiden plauderten wohl über den bevorstehenden Besuch bei einem Patenkind von Peter, als dieser plötzlich, von Schmerzen gekrümmt, zu Boden ging. «Wie ein angeschossener Hirsch» sei er sich vorgekommen, sagte Peter später. Ursi ahnte nichts Gutes und bot per Natel unverzüglich die Sanität auf. Nur: wohin soll eine Ambulanz fahren, wenn es keine Strassennamen und keine Hausnummern gibt?

Glücklicherweise hatte sich Ursi den bereits zurückgelegten Weg ziemlich gut gemerkt und es gelang ihr, das Rettungsfahrzeug exakt zu jenem Ort zu lotsen, wo der Puls von Peter bereits gegen Null tendierte. Was dann geschah, erscheint selbst aus heutiger Sicht als veritables Wunder. Trotz des Aortadurchbruchs und der akuten Unterversorgung der wichtigsten Organe mit dem lebensnotwendigen Blut, gelang es den Ärzten, Peter am Leben zu erhalten. Mehr noch, sie schafften es sogar, während des zweiwöchigen Komas eine unausweichlich scheinende Amputation beider Beine zu verhindern – nicht zuletzt unter dem enormen verbalen Druck von Ursi.

Es dauerte viele Wochen, bis Peter die Intensivstation und später auch das Spital verlassen und sich in Mammern am Bodensee von den Strapazen erholen konnte. Dort fanden dann die ersten Gespräche statt, welche später zur Unterzeichnung des Mandatsvertrages führten.

Peter der Perfektionist

Wer jemals geschäftlich mit Peter zu tun hatte, kann sich zweifellos daran erinnern, dass er sich immer intensiv auf bevorstehende Gespräche vorbereitete und sehr wohl wusste, was seiner Ansicht nach in einer bestimmten Sache zu tun respektive zu unterlassen war. Manchmal kam es einem vor, als hätte man einen nahen Verwandten von Ex-Bundesrat Kurt Furgler vor sich: während sich besagter Magistrat seine zahlreichen Unterlagen von Sitzung zu Sitzung auf eigens dafür umgerüsteten kleinen «Servierwagen» durchs Bundeshaus hinterher schieben liess, klemmte Peter seine zahlreichen Plastikmappchen und Ordner jeweils kurzerhand unter den Arm und schritt nicht minder zielstrebig zur Tat. «Dossierfest» waren sie beide.

Fein säuberlich nach Traktandenabfolge geordnet, hatte Peter jederzeit alles in Griffweite und musste selten länger als ein paar kurze Augenblicke in seinen Unterlagen suchen. Dass er aber nicht bloss «dossierfest», sondern ein ebenso engagierter Gesprächspartner war, ist ebenfalls in bester Erinnerung.

Geschäftsstelle, Vorstand

Danke, Peter. (Fortsetzung)

Konnte eine inhaltliche Differenz nicht innert eines bestimmten Zeitfensters bereinigt werden, konnte Peter seine konziliante Art kurzerhand abdelegieren und deutlich werden. Dass manch einer im Nachhinein und hinter vorgehaltener Hand auch als "Riesensperd" (ähnlich einem uneinsichtigen) bezeichnet wurde, gehörte zwar nicht zur Tagesordnung, konnte aber durchaus passieren. Insbesondere jene, die es mit der Wahrheit nicht so genau nahmen oder sich erlaubten, Formulare unvollständig auszufüllen, einen Abgabetermin zu verpassen oder eine Sache gänzlich zu vergessen, konnte Peter in einem ersten Anlauf mit Nachdruck, in fortgeschrittenem Stadium aber auch mit deutlichen Worten zum Nachholen des Versäumten oder Vergessenen auffordern.

Peter stellte hohe Anforderungen an sich selber und nahm zuweilen an, alle um ihn herum würden seinen «Mindestanforderungen» auf Anhieb ebenso genügen. Wirft man heute einen Blick in die zahlreichen Dossiers und Ordner, die er während seiner beinahe elfjährigen Tätigkeit für die ASW aufgebaut und minutiös aktualisiert hat, wird einem schnell klar, dass das Oberflächliche und das Ungeplante seine Sachen nicht waren. Jedes Detail hatte seine Ordnung, jedes Gespräch wurde gewissenhaft protokolliert. Und was sich wie ein gelber Faden durch alles hindurch zieht, sind die beeindruckend vielen, mit Stabilo markierten Textpassagen auf ausgedruckten E-Mails, Gesprächsnotizen und Protokollen, wo er Ganzwichtiges und Wichtiges optisch trennte.

Mindestens ebenso begeistert war Peter von roten Filzstiften. Diese nutzte er mit derselben Hingabe wie seine Stabilo-Marker. Sie dienten ihm dazu, überall dort handschriftlich einzugreifen, wo ein Komma fehlte, eine Worttrennung nicht korrekt war oder eine Stuchbabelverwechslung vorlag.

Peter der Weitgereiste

Während Peter zu seinen Zeiten als Verkaufsleiter bei Denner aus beruflichen Gründen sehr oft sowohl in der ganzen Schweiz als auch bis ins ferne Japan unterwegs war, genoss er es zunehmend, im eigenen Wohnmobil und zusammen mit Ursi kreuz und quer durch Kontinentaleuropa zu reisen. So konnte er sich nicht nur den entsprechenden Kulturen widmen, sondern genoss als Gourmet auch die landestypischen Spezialitäten. Wer allerdings glaubt, auch diese Reisen seien minutiös und in allen Details geplant gewesen, irrt. Peter konnte durchaus spontan sein und etwas auf sich zukommen lassen, wenn er nicht in offizieller Mission unterwegs war, eben zum Beispiel auf einem Campingplatz ausserhalb Helvetiens. Was allerdings nicht heisst, dass er alle Gewohnheiten einfach zur Seite gelegt hätte.

Geschäftsstelle, Vorstand

Danke, Peter. (Fortsetzung)

Zum Beispiel das geliebte Scrabble, dem er und Ursi mit Leidenschaft frönten, das musste sein, morgens und mittags. Und abends sowieso. Bei dieser Tradition des friedlichen Kräftermessens zeigte sich hinter «Peter dem Spontanen» auch «Peter der Exakte» – der Duden war stets in Griffnähe. Und dann zeigte sich zuweilen auch «Peter das Schlitzohr»: Er konnte die unmöglichsten Doppelworte legen, den vermeintlichen Sinn mit einem schelmischen Schmunzeln sogleich begründen und gespannt darauf warten, dass Ursi ihr O.K. zu dieser kreativen Neuschöpfung gab – Duden hin oder her.

Peter der Heimweh-Toggenburger

Obwohl unmittelbar vor den Toren Zürich's aufgewachsen und zeitlebens im Millionen-Zürich wohnhaft, hatte Peter eine grosse Nähe zum Toggenburg. Schon als kleiner Junge zog es ihn immer wieder in die Nähe seines Heimatortes Ebnet-Kappel, nicht zuletzt aus familiären Gründen. Erst vor wenigen Jahren hat er die einmalige Gelegenheit wahrgenommen und sich entschieden, das Heimetli seines verstorbenen Vaters zu übernehmen.

Auf respektabler Höhe über dem Talboden und mit Blick auf die gegenüberliegenden Churfürsten, klebt dieses schmucke Häuschen mit freistehendem Stall und dazugehörendem Bienenhaus auf der sonnigen Talseite. Peter und Ursi haben in den letzten Jahren zahllose Stunden in die sanfte Renovation dieses Zeitzeugen investiert. Da eine Wand gestrichen, dort ein paar Fenster neu isoliert, ein Massnlager für die zahlreichen Enkel hergerichtet und das Wohnzimmer so ausgestattet, dass es einem selbst an kalten Winterabenden nur vom Dasitzen wohlig warm wird. Die Küche wäre wohl die nächste Baustelle gewesen – aber erst nach der Instandstellung der mehr als 50 Jahre alten, elektrischen Hausinstallation.

Es war schon seit Jahren Peter's Wunsch, dereinst auf eigenem Grund und Boden seine letzte Ruhe zu finden – direkt neben seinem kleinen Bauernhäuschen, mit Blick auf das Tal und die gegenüberliegenden Berge. Dieser Wunsch ist in Erfüllung gegangen. Wenn auch sowohl überraschend als auch viel zu früh.

Danke

Ein Danke, im Nachhinein, ohne dass es der Betroffene noch lesen und sich daran erfreuen könnte, genügt das? Wird das einem Menschen gerecht, der sich während rund elf Jahren für seine Kollegen eingesetzt und in zahlreichen Ausschüssen, Komitees und Branchenorganisationen mitgearbeitet hat, nicht selten bis weit in die Nacht hinein?

Geschäftsstelle, Vorstand

Danke, Peter. (Fortsetzung)

Wenn dieses letzte Danke das grösste, vielleicht sogar das einzige Danke wäre, dann genügte es nicht. Nur – wie einfach fallen uns selber die täglichen kleinen Danke, die jedes für sich das letzte sein könnte?

Deshalb sind wir froh, dass wir Peter ab und zu und spontan für das gedankt haben, was er für uns, die ASW, getan hat. In dieser Hinsicht haben wir kaum etwas versäumt. Wir hatten eine schöne Zeit zusammen, die bei allen Meinungsverschiedenheiten immer von gegenseitigem Respekt und von grosser Wertschätzung geprägt war und als gegenseitige Bereicherung in Erinnerung bleiben wird. So ist das Leben lebenswert. Und so fällt einem auch das Danke sagen nicht schwer.



Es war uns eine Freude, mit dir verbal zu fighten, tiefgründig zu diskutieren, uns im Anschluss an eine Meinungsverschiedenheit wieder zu versöhnen und wir haben einander gut genug gekannt, um uns in mancherlei Hinsicht einfach blindlings vertraut zu haben.

Es hat Sinn gemacht. Und wir hatten viel Spass miteinander.

Danke, Peter.



Peter hat sich in folgenden Gremien im Interesse der ASW engagiert:

SAWI (Finanzausschuss, Geschäftsleitungsausschuss und Schulvorstand), "Best in Print" Jurierung, "Code of Conduct", RKG Aufsichtskommission, Lauterkeitskommission, WEMF Userkommission, SW Prüfungskommission und Beschwerdekommision, Berufsbildungsfond (Bearbeitungskommission), RadioDay. Zudem hat er uns jährlich an rund 30 Branchen-Veranstaltungen und branchennahen Events vertreten, war selbstverständlich auch bei allen ASW-Veranstaltungen präsent und hat ausserdem alle Vorstandssitzungen sowie die jährliche Vorstands-Klausur geleitet.



Benno Frick, ASW-Vorstandsmitglied

Geschäftsstelle, Vorstand

Wichtige Termine zum Vormerken

- ▶ **Dienstag, 8. Januar 2013**
SCHWEIZER MEDIEN, Dreikönigstagung, Zürich
- ▶ **Dienstag, 5. März 2013**
SWISS MARKETING, Schweizerischer Marketing-Tag, Luzern
- ▶ **Donnerstag, 14. März 2013**
APG/SGA, Swiss Poster Award, Zürich
- ▶ **Donnerstag, 21. März 2013**
SWA-Jahresmeeting, Zürich
- ▶ **Donnerstag, 27. März 2013**
GfM Marketing-Trend-Tagung, Zürich
- ▶ **Freitag, 31. Mai und Samstag, 1. Juni 2013**
50 Jahre ASW, Jubiläumsfeier, Grandhotel Giessbach, Brienz
- ▶ **Freitag, 7. Juni und Samstag, 8. Juni 2013**
«Tag der Werbung 2013», mit SW und SAWI, Neuchâtel
- ▶ **Freitag, 8. November 2013**
ASW-Gala, Endjahrestreffen

50 Jahre ASW

Am 19. Juni 1963 konstituierte sich in Zürich eine neue berufliche Vereinigung unter der Bezeichnung ASW - Allianz Schweizerischer Werbeberater. Somit feiert die ASW also im nächsten Jahr ihr **50-jähriges Jubiläum**.

In unregelmässigen Abständen berichten wir ab Februar 2013 auf unserer Homepage www.50jahreasw.ch über Geschichtsträchtiges, Wissenswertes und Interessantes.

Bezugsquellenverzeichnis der ASW-Inter-Mitglieder

Beigelegt findet sich auch wieder ein «**ASW-Inter-Mitglieder Bezugsquellenverzeichnis**».

Unsere **Inter-Mitglieder** arbeiten sehr gern für uns, und freuen sich, wenn sich unsere **Aktivmitglieder** bei einer Auftrags-evaluation an sie wenden, damit sie **mindestens mitofferieren** können. Besten Dank für die entsprechende Berücksichtigung.

Geschäftsstelle, Vorstand

Mutationen in unseren Reihen

Seit dem letzten Info-Flash – in dem gleich fünf neue Mitglieder vorgestellt wurden – freuen uns über die **Aufnahme weiterer neuer ASW-Aktivmitglieder:**

syn – Agentur für Gestaltung und Kommunikation ASW
Aufnahmeträger: Silvan Bucher, Ivan Zumbühl
Stansstaderstrasse 10, 6370 Stans, www.synbol.ch

Himmelblau AG, Werbeagentur
Aufnahmeträger: Dave Mürner
Oberburgstrasse 10, 3400 Burgdorf, www.himmelblau.ch

Mit Bedauern müssen wir aber auch die **Austritte** folgender lang-jähriger Mitglieder per 31. Dezember 2012 bekannt geben

POLYTROP, Adliswil (Aktivmitglied) und
Bossard Kommunikation, Luzern (Passivmitglied)

sowie den Inter-Mitgliedern

Adivan High Tech AG, Wangen; Denz Digital AG, Bern;
Jaron AG, Thalwil; Vogt-Schild Druck, Derendingen.

Agentur-Events



interaction communications ag, Aarau

Jubiläums-Apfelfest 2012: sinnvoll bewegt!

Am Donnerstag, 16. August fand das alljährliche Apfelfest der interaction communications in einem ganz besonderen Rahmen statt: Unter dem Motto «**sinnvoll bewegt**» wurde das **20-jährige Jubiläum** gefeiert.

Durch den Abend führte die vielseitige Basler Komikerin Anet Corti, die mit ihren zahlreichen Fernsehauftritten sowie ihren abendfüllenden Solo-Programmen immer wieder ihr Publikum begeistert. Sie schlüpfte in die Rolle der angehenden iacom «Marketingassistentin» und verblüffte das Publikum mit ihrem Charme und ihrer Schlagfertigkeit. Für musikalische Höhepunkte sorgte der Saxophonist und Komponist Daniel Küffer mit dem amerikanischen Gitarristen Gary Scott und weiteren Musikern. Für genussvolle **Gaumenfreuden** – serviert auf einem Förderband – sorgte einer der besten Schweizer Köche: Andy Zaugg.

Als Erinnerung bleibt – nebst einem unvergesslichen Abend und tollen Gesprächen – ein **einzigartiges Kunstwerk**, das dank dem **kreativen Einsatz der Gäste** nun den iacom-Apfelgarten verschönert.

Agentur-Events



BLU AG, Altdorf

„nastrowje!“ aus der Innerschweiz

„Seit Alexander Suworow im September 1799 hier nächtigte, verbindet uns mehr mit Mütterchen Russland als bisher befürchtet“. So lange residiert die BLU AG natürlich noch nicht in diesen geschichtsträchtigen Räumen des Suworow-Hauses – zur Feier des **15-jährigen Bestehens** reichte die Einladung zum **„Russischen Weihnachtsapéro“** am 12.12.12 aber alleweil.

„Apéro“ war dann allerdings leicht untertrieben – ein langes Buffet mit unzähligen schmackhaften **russischen Spezialitäten** reichte weit in den Abend hinein für die rund 70 geladenen Gäste aus Politik, Wirtschaft und Kultur und die Getränke von Wodka über Krimsekt bis zum auserlesenen Wein sorgten von Anfang an für zufriedene Stimmung.

Irene Denzler und ihr Team überraschten mit Herz, Charme und Gastfreundschaft, wunderschön kreierte **Fensterbilder** luden zum Betrachten ein und in den gemütlichen Lounges entwickelten sich bald interessante Gesprächsgruppen.

Doch Russland wäre nicht Russland, wens nicht irgendwann mal bitter kalt würde. Zweimal wurden die Gäste nach draussen gebeten, um auf der eigens aufgebauten Bühne den Showacts beizuwohnen. Dazu muss man wissen, dass zum Suworow-Haus auch eine eigene Kapelle gehört. Zwischen Haus und Kapelle stand die Bühne, auf der nun eine **russische Tanzgruppe** zu fröhlichen Liedern herumwirbelte und die farbigen Röcke fliegen liess. Zusammen mit der kalten, weihnachtlichen Stimmung konnte man sich einer kleinen Wehmut nicht entziehen – Russland ist gross, kalt und doch voll innerem Feuer und Leidenschaft. Danke, liebes Blu-Team, dass wir diesem einmaligen Anlass beiwohnen konnten – nastrowje!

Agentur-News



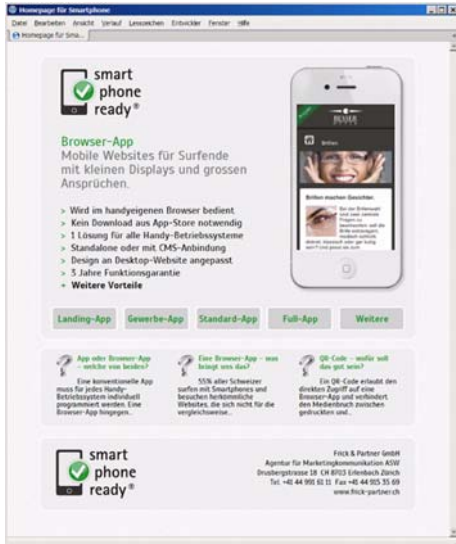
Megura AG Werbeagentur ASW

Vermarktungskonzept für Immobilien

Die Arealis AG ist ein Unternehmen mit Sitz in Baden AG, das sich um die **Bewirtschaftung von Wohn- und Geschäftsliegenschaften** kümmert. Die moderne und grosszügige Liegenschaft „Im Steiachner“ in Baden-Rüti ist sehr kinderfreundlich und bietet noch Raum für weitere Familien.

Die **Megura AG Werbeagentur ASW** hat ein **Vermarktungskonzept** unter dem Titel **„D'Steiachner-Bandi sucht Verstärchig“** vorgeschlagen und umgesetzt, welches seit Mitte November in Form von F12-Plakaten, Inseraten, Bushängern, Flyer und einer Landingpage publiziert wird.

Agentur-News



Website Smartphone Ready



Als international führender Unternehmensdienstleister optimiert HRG Ihre Reisekosten und unterstützt Sie mit massgeschneiderten Lösungen im Travel Management. Eigene technologische Produkte und hoch qualifizierte Berater garantieren für Sicherheit, Schnelligkeit und Flexibilität rund um den Globus.

hr@hrgworldwide.com
www.hrgworldwide.com

HRG
People going further

Frick & Partner, Erlenbach Browser-App

Neueste Studien belegen, was in vielen Analytics-Auswertungen schon seit geraumer Zeit zu beobachten ist: Immer mehr Schweizerinnen und Schweizer **surfen mit ihren Smartphones Websites an**, die sich zwar für grosse Bildschirme eignen, nicht aber für die vergleichsweise kleinen Displays von Smartphones.

Aktuell sind es 55% der Gesamtbevölkerung, die mit Smartphones im Internet unterwegs sind und immer wieder auf Websites stossen, auf denen ohne endloses Ein- und Auszoomen kaum etwas zu erkennen ist und deren Navigation nicht für die Bedienung mit Fingern konzipiert wurde.

Die konsequenteste Lösung hiesse "**Responsive Design**". Weil aber eine solche Umstellung nur dann Sinn macht, wenn eine **herkömmliche Website sowieso einem kompletten Neuaufbau** unterzogen werden muss, bieten sich sogenannte "**Browser-App**" an. Diese sehen aus wie herkömmliche App und lassen sich auch wie solche bedienen, werden aber **nicht über App-Stores verbreitet**, sondern immer dann **automatisch zur Nutzung angeboten**, wenn ein Smartphone auf eine herkömmliche Website zugreift.

Die ASW-Agentur Frick & Partner hat soeben die Website <http://www.browser-app.ch> zum Thema "Browser-App" ins Netz gestellt. Nebst **zahlreichen Beispielen** sind auch **konkrete Tipps zur Abwicklung** eines solchen Projektes aufgeschaltet. Und die Site zeigt auf, wie QR-Codes (auch) eingesetzt werden können.

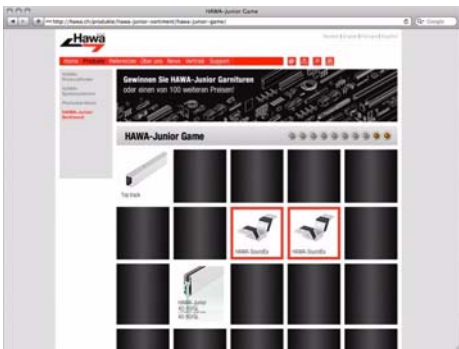
BLU AG, Altdorf B2B-Kampagne für HRG

Als **international tätiger Unternehmensdienstleister** ist die Hogg Robinson Group (HRG) **spezialisiert auf die Geschäftsfelder Reise-, Kosten- und Datenmanagement**.

Die aktuelle Imagekampagne hat zum Ziel, HRG als weltweit führenden Anbieter von Businessreisen bekannt zu machen und als zuverlässigen Partner mit Rundum-Service zu positionieren. Zum Einsatz kommen die **Imageinserate in der themenspezifischen Business- und Fachpresse**.

Die Agentur BLU zeigte sich für die **Konzeption** der Kampagne und die **Umsetzung des Fotoshootings verantwortlich**. Für die Umsetzung holte BLU das Fotografen-Team Simon+Kim und die Stylistin Monica Keller an Board.

Agentur-News



Berichte aus der ASW

TBS Identity, Zürich

Crossmediale Kampagne für Hawa AG kreiert

Seit mehr als 30 Jahren sorgt HAWA-Junior für bewegte Leichtigkeit, wenn es um Schiebelösungen für Holz und Glas geht.

Das **hochwertige Schiebebeschlagsystem** hat sich mittlerweile **millionenfach bewährt**. Basierend auf einem **von TBS Identity erarbeiteten Kommunikationskonzept** wurde die Agentur mit der Kreation einer **B2B-Kampagne** beauftragt, die sich an die Kernzielgruppe holzverarbeitende Betriebe richtet. Die breit angelegte Kampagne, die in **Österreich, Deutschland und der Schweiz** lanciert wird, soll dazu beitragen, die Bekanntheit von HAWA-Junior zu steigern und dessen USPs nachhaltig im Markt zu verankern.

Ein **klassisches Mailing** fokussiert auf die Vielfältigkeit und die hohe Qualität von HAWA-Junior und fordert zum Besuch von www.hawa.ch auf. Die Website von Hawa wurde anlässlich der Kommunikationsoffensive im Look & Feel der Kampagne eingekleidet; inhaltlich lockt sie mit einem **kurzweiligen Spiel**, dem **HAWA-Junior Game**. Auf spielerische Art und Weise lernen Interessierte so das **gesamte Sortiment kennen** – von Schiebebeschlägen über Aufhängungen und Führungen bis zu Ergänzungsteilen. Animierte Banner, die auf branchenaffinen Websites geschaltet werden, runden die Online-Massnahmen ab. Zudem entwickelte TBS auch ein **Set von Controlling-Massnahmen**.

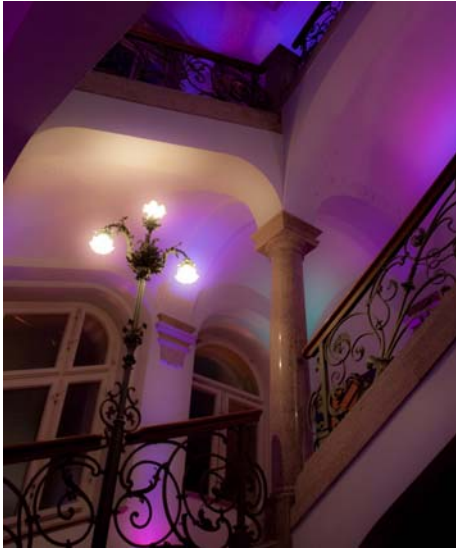
Rückblick: ASW-Workshop

«Nachschulung Werbeleistungsvertrag»

Regelmässig führt die ASW für ihre Mitglieder Nachschulungen für die **Anwendung des «Werbeleistungsvertrages»** durch. Die halbtägige Schulung fand am 13. September 2012 wieder unter der Leitung von **Benno Frick**, Vorstandsmitglied und Autor des Vertragswerks, statt und beinhaltete die Vorstellung und den Umgang des «WLV» und seiner peripheren Papiere, der Behandlung von Rechtsfällen sowie Erfahrungen und Vermittlung wichtiger Neuerungen im Vertragswesen.

Erfreulich viele Teilnehmende, darunter auch viele unser Neumitglieder, nahmen sich für dieses anspruchsvolle und wichtige Thema die nötige Zeit. Trotzdem ist dieses Vertragswerk nur dann von Nutzen, wenn es konsequent genutzt wird – dann wird es im Falle eines Streitfalls auch von Richtern gewürdigt und erlangt damit Rechtskraft. Seit der Lancierung 2001 wird der Werbeleistungsvertrag in der Kommunikationsbranche von Auftragnehmern, Auftraggebern und Anwälten zunehmend auch als Standard-Vertragswerk anerkannt.

Berichte aus der ASW



Weitere Bilder unter:
www.asw.ch > Eventarchiv

Rückblick: ASW-Gala

Im geschichtsträchtigen **Schloss Sihlberg** in Zürich trafen sich am **Freitag, 9. November 2012**, die ASW und ihre Gäste zum traditionellen Jahresausklang, der so genannten **ASW-Gala**. Die Meisten hätten es im Vorbeifahren wohl übersehen, dieses stolze Anwesen hinter alten Bäumen, das während Jahrzehnten der Zürcher Bierbrauer-Dynastie Hürlimann sowohl als Firmensitz als auch als privater Wohnsitz diente und unweit der Sihlcity auf einem kleinen Hügel thront.

Nach dem **Apéro** in der Empfangshalle und den angrenzenden Räumlichkeiten – alle erlesen ausgestattet und von den Klängen des **Pianisten Sven Häfliger** in eine zauberhafte Atmosphäre getaucht – stiegen die Geladenen empor in den offenen Dachstock, wo die Kerzenarrangements auf den weiss gedeckten Tische zur Tafelrunde luden. Die rund 80 Anwesenden wurden vom «Gault Millau»-Starkoch **Stefan Schüller** mit einem erlesenen 4-Gänger verwöhnt, den der Maestro vor den Augen der Gästeschar höchstpersönlich anrichtete.

Zwischen den Gängen begrüsst **ASW-Präsident Michael Waldvogel** die Anwesenden, dankte den treuen Sponsoren und während einer Schweigeminute gedachten alle dem Mitte September verstorbenen ASW-Geschäftsführer **Peter Grob**.

Ebenfalls unter den Anwesenden war **Ivan Zumbühl, syn – Agentur für Gestaltung und Kommunikation** in Stans, eines der **neuen Aktivmitglieder** der ASW. Ihm wurde aus den Händen des Präsidenten das **ASW-Diplom** überreicht – und beim anschliessenden Kurzinterview war ihm die anhaltende Sprachlosigkeit immer noch deutlich anzumerken!

Als Abschiedsgeschenk durften alle Anwesenden das von Stefan Schüller geschriebene «**Schweizer Bier Kochbuch**» entgegen nehmen und sogleich vom Autor signieren lassen. Ungewöhnlich viele Gäste verblieben zum Ausklang des Abends in der Lounge im Erdgeschoss und beschlossen so einen gemeinsam und gemütlich verbrachten Abend.

Unsere **Sponsoren**, ohne deren Unterstützung eine solche Veranstaltung kaum möglich wäre, hier nochmals ein herzliches Dankeschön: der **publisuisse SA**, der **Publicitas Publimag AG** und der **APG AG Allgemeine Plakatgesellschaft** sowie der **Druckerei Feldegg** für den Druck und der **idfx AG Werbeagentur ASW** für die Grafik der Einladungskarte.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

SLK interpretiert die neuen Telemarketingregeln

Am 1. April 2012 ist eine Regelung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) in Kraft getreten, welche insbesondere in der Direktmarketing-Branche zu erheblichen Unklarheiten geführt hat. Die Schweizerische Lauterkeitskommission hat nach Anhörung diverser Verbände und Behörden die Tatbestandselemente wie folgt ausgelegt.

Im betreffenden Artikel 3 Abs. 1 lit. u UWG gaben insbesondere die Begriffe «Telefonbuch», «Kunde», «Werbemittelung» und «Dritte» sowie die «Wirkung des Sterneintrags» Anlass zu Diskussionen.

Telefonbuch

Basierend auf den fernmelderechtlichen Bestimmungen sind als «Telefonbuch» die Verzeichnisse der Telefondienstleister zu verstehen, welche direkt auf den Primärverzeichnissen der Fernmeldeanbieter beruhen, wie etwa die Swisscom Directories.

Wirkung des Sterneintrags

Geradezu existentiell für die Direktmarketing-Branche ist die Frage, auf welche Ausprägung des Dialogmarketings sich ein Sterneintrag auswirken soll. Nach Auffassung der SLK hat ein Sterneintrag keine Sperrwirkung für adressierte Werbung an Postadressen.

Was ist ein Kunde?

Der Begriff «Kunde» ist deshalb unklar, weil es nicht sein kann, dass Werbetreibende diejenigen Personen nicht ansprechen dürfen, mit denen sie in geschäftlichem Kontakt stehen. Dritte wären dagegen ausgenommen. Daher schlägt die SLK vor, «Kunde» mit «Abnehmern» respektive «Konsumenten» gleichzusetzen.

Was ist eine Werbemittelung?

Werbemittelungen sind Anrufe an einen unbestimmten Adressatenkreis mit dem Zweck der Beeinflussung des Angerufenen mit Blick auf den Abschluss eines Rechtsgeschäftes. Erfolgt der Anruf auf ein Bedürfnis des Angerufenen hin (wie etwa bei business to business), so handelt es sich nicht um eine «Werbemittelung».

Wann ist jemand ein «Dritter»?: Hier ist die Frage entscheidend, ob eine Kundenbeziehung besteht. Liegt eine Zustimmungserklärung (opt-in) des Angerufenen vor, ist der Anrufer kein Dritter und der Anruf zulässig. Zu beachten sind im Einzelfall die gesamten Umstände einer Situation, d.h. es sind die Art und die Intensität der Beziehung zwischen Anrufer und Angerufenem zu prüfen. Nicht nötig ist eine Vertragssituation.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

SLK interpretiert die neuen Telemarketingregeln (Fortsetzung)

Wortlaut von Art. 3 Abs. 1 lit. u UWG:

«Unlauter handelt, wer den Vermerk im Telefonbuch nicht beachtet, dass ein Kunde keine Werbemitteilungen von Dritten erhalten möchte und dass seine Daten zu Zwecken der Direktwerbung nicht weitergegeben werden dürfen.»

Die Richtlinien werden in voller Länge auf folgender Website aufgeschaltet: www.faire-werbung.ch

Hinweise

«Lust auf Print»

Der Druckmarkt-Award **«Best in Print»** wird abgelöst durch den **«Swiss Print Award»** – und ergänzt um den **«Peter-Grob-Sonderpreis»**.

Während rund zehn Jahren wurde von der Fachzeitschrift DRUCKMARKT der «Best in Print»-Award vergeben. Nun wurde dieser Wettbewerb für herausragende und überraschende Drucksachen weitgehend neu definiert.

In Zukunft heisst er **«Swiss Print Award»** und wird im Andenken an unseren langjährigen Geschäftsführer um den **«Peter-Grob-Sonderpreis»** ergänzt.

Dieser Sonderpreis wird nicht zwingend jedes Jahr vergeben, sondern nur in Jahren, in denen eine überdurchschnittlich gute gedruckte Eigenwerbung für eine Druckerei oder eine Agentur von der Jury als herausragend eingestuft wird.

Also: welche ASW-Agentur holt sich als erste den «Peter-Grob-Sonderpreis»?

Anmeldeschluss ist der 10. Februar 2013.
Teilnahmebedingungen und Anmeldetalon unter:
www.druckmarkt.ch.

ASW-Agenturen zahlen keine Teilnahmegebühren.

Hinweise

Schweizer Dialogmarketing-Preis: "Auf die Plätze, fertig, einreichen!"

Wenn Anfang Dezember feierlich die Dialogmarketing-Spiele 2013 eröffnet werden, präsentiert die Schweizer Marketing-szene ihre **besten Dialogmarketing-Ideen, -Massnahmen und -Kampagnen** des vergangenen Jahres.

Unter dem Motto «**Die Dialogmarketing-Spiele**» treten die eingereichten Kampagnen vor die 21 Kampfrichter der diesjährigen Jury unter dem Vorsitz von Dr. Christian Huldi, Chairman der Jury. Wer im Schein des lodernden Wettkampffeuers Gold, Silber oder Bronze in einer der in diesem Jahr geschärften Dialogmarketing-Kategorien empfangen will, reiche seine erfolgreichen Dialogmarketing-Kampagnen bis zum 31. Januar 2013 ein. Die 18 Kategorien sollen die breite Palette der Dialogmarketing-Kanäle repräsentieren und die Vielfältigkeit der Branche abbilden.

Unter www.sdv-award.ch finden Teilnehmer alle Informationen. Die Gewinner werden an der Award-Night vom 14. Juni 2013 in Zürich gefeiert. In sämtlichen Disziplinen amten als akkreditierte Kampfrichter namhafte Werber, Marketingfachleute sowie Auftraggeber. **ASW-Mitglieder** profitieren traditionellerweise von **vergünstigten Teilnahmegebühren**.

Schweizerischer Marketing-Tag vom 5. März 2013

Niemand kennt die Zukunft, oder? Geht es um erfolgreiche Märkte, werden Volltreffer aber nicht blind erzielt, sondern mit einer gewissen Voraussicht. Am Schweizerischen Marketing-Tag zeigen Experten aus Marketing, Verkauf, Wirtschaft und Wissenschaft auf, wie man **gemeinsam auch in Zukunft Ziele erreicht**. Nebst Chester Elton, dem weltberühmten Motivationstrainer, Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Hermann Simon, der *Hidden Champions* zum Bestseller machte und dem Lebenskünstler Jolly Kunjappu, gehört auch Douglas Stephens, der berühmte **Retail-Futurist** zu den Koryphäen, die den Marketing-Tag 2013 zu einem aussergewöhnlichen Erlebnis machen. Denn er weiss heute schon, was morgen angesagt ist und wie man die Zukunft des Retailhandels gestalten sollte. In seinem Referat fokussiert er auf die Verbraucher, bringt Trends ans Licht, liefert Strategien und hilft seinem Publikum zu verstehen, was ihre Kunden auch in Zukunft wollen.

ASW-Mitglieder erhalten eine Preisermässigung von CHF 100.- (CHF 490.- anstatt 590.-) Dies ist im Anmeldetool bereits hinterlegt: <http://www.marketingtag.ch/anmeldung>

Hinweise

Das kann nur ein Inserat 2013

Der Verband SCHWEIZER MEDIEN schreibt zum 11. Mal «**DAS KANN NUR EIN INSERAT**» aus – den Wettbewerb für junge Kreative mit einer neuen Ausschreibung, neuer Jury und **neuen Gewinnaussichten**. Und zum ersten Mal geht die Reise für zwei Siegerteams nach Wien – zum europäischen Wettbewerb Best YET (best Young European Team).

Die Aufgabe ist dieselbe wie bisher: Der Verband SCHWEIZER MEDIEN möchte **die beste Werbung für Anzeigen** machen. Dazu sucht er die besten Ideen der besten **jungen Kreativen bis Alter 28**. Die Gewinner erhalten ein ansehnliches Preisgeld in bar, dazu den Auftrag für die Realisierung ihrer Arbeit. Zwei Gewinnerteams fliegen zum best YET nach Wien – einem Wettbewerb für junge Kreative aus ganz Europa. Wer das Rennen macht, fliegt zu den Cannes Lions.

Einsendeschluss ist der 14. Januar 2013, die Preisverleihung erfolgt am 7. Februar 2013. Alle Details sind diesem Flash beigelegten Flyer zu entnehmen.

Anhang

In unserer neuen Rubrik stellen sich laufend ASW-Neumitglieder mit ihren Teams und Arbeiten vor. Diesmal sind dies: **Megura AG** Werbeagentur ASW, Wettingen sowie **reimann horisberger stewart gmbh**, Unterseen

Beilagen

ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis Dezember 2012
SCHWEIZER MEDIEN: Flyer «DAS KANN NUR EIN INSERAT»

Impressum

Redaktion
ASW-Geschäftsstelle
Ursula Grob, Benno Frick
Breitestrasse 1, Postfach
8304 Wallisellen
Tel. 044 831 15 50, Fax 044 831 14 24
info@asw.ch, www.asw.ch
www.werbeleistungsvertrag.ch

ASW-Vorstandsmitglieder

Michael Waldvogel, (Präsident*), waldvogel@idfx.ch
Roland Friedl, (Vizepräsident*), r.friedl.@friedl-id.com
Claude Hitz, (Past President*), claude.hitz@ergoasw.ch
Roger Bosshart, roger.bosshart@dynamite.ch
Benno Frick, info@frick-partner.ch
Andy Ruf, andy@rufwerbung.ch

*=Präsidium

Vorstellung ASW-Neumitglied



Megura AG Werbeagentur ASW

Aktivmitglied bei der ASW seit Januar 2012

Vergangenheit

René Utiger gründete am 1.12.2003 die Einzelfirma „Megura Werbung+Produktion, René Utiger“ und startete als „One-Man-Show“ in einem bescheidenen, aber zweckmässigen Büroraum in Baden. Bedingt durch das schnelle Wachstum, konnten im Sommer 2008 neue, grosszügige Büroräume in Wettingen bezogen werden und die Einzelfirma wurde in eine AG umgewandelt. 2009 hat sich Megura mit der Webdesignagentur Flickflauder zusammengeschlossen und führt seither eine eigene Online-Abteilung.

Aufnahmeträger

René Utiger, Jahrgang 1974, stolzer eidg. dipl. Typograf; Bürger von Baar; setze mich als Präsident des Gewerbeverein Aaretal-Kirchspiel (www.gvak.ch) für die Interessen der lokalen KMUs ein; interessiere mich für starke Sportler; geniesse gerne feines Essen, guten Wein und edle Zigarren; bin glücklich verheiratet und Vater von drei bezaubernden Töchtern.

Mitarbeitende

2 Beratung, 4 Kreation, 3 Programmierung, 1 Administration

Besondere Stärken

Werbeagentur mit eigener Webagentur, viel Erfahrung mit KMUs aus (fast) allen Branchen.

Laufende Projekte

Multimediale Berufsbildungskampagne für das Gesundheits- und Sozialwesen. Neue Erscheinungsbilder für ein Alterszentrum und für eine Metzgerei.

Kunden/Referenzen

www.megura.ch

Drei Wünsche an die Zukunft

Weisse Winter, heisse Sommer und zwischendurch viel Sonnenschein.



Aufnahmeträger

René Utiger, rene.utiger@megura.ch
Megura AG Werbeagentur ASW
Bahnhofstrasse 88, 5430 Wettingen

www.megura.ch, www.facebook.com/megura.ag

Vorstellung ASW-Neumitglied



reimann horisberger stewart gmbh

Aktivmitglied bei der ASW seit Februar 2012

Vergangenheit

Patrick Reimann ist der gedankliche Vater der reimann horisberger stewart gmbh. 2008 entstand das gemeinschaftliche Projekt aus zwei grafischen Betrieben und einer marketingorientierten Unternehmensberatung.

Aufnahmeträger

Patrick Reimann, 68-er Jahrgang. Bankkaufmann, dipl. Marketingreferent. In der Schweiz seit 1994. Vors. Geschäftsführer. Spezialisierung — Marketing & Kommunikation, Konzeption/Strategie, Projektleitung, Textredaktion/Headlining, Hobbys — Motorradtouren, Golf, Berge, Fitness.

Mitarbeitende

2 Grafikdesigner als Partner, Teilzeitangestellte 40%

Besondere Stärken

CI/CD, Neue Medien, Printmedien (haptische Wahrnehmungen/Veredelungen), Gesamtkonzeptionen, strategische Beratung und Verknüpfungen mit konkreten Massnahmenkatalogen. KMU und Konzern-Projekte.

Laufende Projekte

Relaunches von Websites aus den Bereichen Energieversorgung, Markierungen, Treuhand. Konzeption und mittelfristige Planung eines Events auf europäischer Ebene. Konzeption/Strategie, Printkreation für einen internationalen Bergmarathon.

Kunden/Referenzen

Swisscom (Schweiz) AG, Intersport International Corporation mit McKinley, Trauffer Group, Jungfrau Marathon, SWISSINT, maennlichen.ch u. w.



Aufnahmeträger

Patrick Reimann, reimann@rhs-kultur.ch
reimann horisberger stewart gmbh
kommunikation mit kultur
Eichzün 4c, 3800 Unterseen b. Interlaken

www.rhs-kultur.ch