

ASW Info-Flash

Dezember 2011

Inhalt/Rubriken:

Geschäftsstelle, Vorstand	
▪ Wichtige Termine	Seite 2
▪ Bezugsquellenverzeichnis der ASW-Inter-Mitglieder	Seite 2
▪ Mutationen in unseren Reihen	Seite 3
▪ Neue Bücher in der Bibliothek	Seite 3
▪ Strategische Planung ist erlernbar	Seite 4
▪ Sozialversicherungen: Beiträge und Leistungen 2012	Seite 4
▪ Grundbildung Kaufleute Branche Kommunikation	Seite 5
▪ Urheberrecht und verwandte Schutzrechte	Seite 5
Agentur-News	
▪ BPR, St. Gallen	Seite 6
▪ rosarot Ideennetz, Zürich	Seite 6
▪ TBS Identity, Zürich	Seite 7
▪ ergo communication asw, Zürich	Seite 7
▪ Frick & Partner, Erlenbach	Seite 7
Berichte aus der ASW, Rückblicke	
▪ Seminar «Google AdWords»	Seite 8
▪ Workshop «Relaunch von Online Präsenzen»	Seite 9
▪ Online-Wirkung, ArgYou	Seite 10
▪ Informationsveranstaltung «Nachhaltige Medienproduktion»	Seite 11
▪ ASW-Gala	Seite 12
Berichte aus dem ASW-Umfeld	
▪ p-forum 2011	Seite 13
▪ Schweizer TV-Tag Screen-up	Seite 13
▪ Trendtagung Fach- und Spezialmedien	Seite 14
▪ GV und GfM-Marketingpreis	Seite 15
▪ Media Guide 2012	Seite 15
▪ Publimedia lanciert neuen Online-Werbemarktplatz	Seite 16
▪ Edi.11	Seite 16
▪ Neue Leitplanken für Autowerber	Seite 17
▪ best of swiss web 2012	Seite 17
▪ Swiss EFFIE 2012	Seite 18
▪ Best in Print 2011	Seite 18
▪ Spiel mir das Lied vom Sieg	Seite 19
▪ In Zukunft neu: MACH3 Basic	Seite 19
Hinweise	
▪ Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz in Bürobetrieben	Seite 20
Beilagen	Seite 20
Impressum/Vorstandsmitglieder	Seite 20

Wohin geht die Reise

Die ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen darf auf ein interessantes und gleichzeitig intensives Jahr zurückblicken. Jetzt naht das Jahresende und damit auch der Zeitpunkt, die vergangenen Monate Revue passieren zu lassen. Beschäftigt hat uns die wirtschaftliche und politische Grosswetterlage, der starke Franken, die unsicheren Märkte und die sinkende Konsumentenstimmung, die Launen der Natur, die vieldiskutierten Wahlen, aber ebenso all die persönlichen Momente und Ereignisse in den eigenen Agenturen und deren Umfeld. Wohin führt wohl der Weg noch?

Die diesjährige Generalversammlung im interessanten Zentrum Paul Klee in Bern, war sicher ein besonderes Highlight des ASW-Jahres 2011. Unsere abwechslungsreichen Seminare und Workshops beschäftigten sich mit den Entwicklungen der Digitalen Medien. Das ASW-Spezialseminar «Google AdWords» war ein spannender Workshop, bei dem alles Wichtige über Online-Marketing zu erfahren war. In der Nachmittagsveranstaltung «Relaunch von Online-Präsenzen» konnten gleich fünf verwandte Themen aus dem Online-Bereich und der Mobile-Szene behandelt werden. In einer eindrücklichen Informationsveranstaltung über nachhaltige Medienproduktion zeigten die Druckereigastgeber vor Ort die vielen innovativen CO²-Reduktionsmassnahmen auf. Als abschliessender Höhepunkt der Veranstaltungen gilt die ASW-Gala, das traditionelle Endjahrestreffen der ASW-Mitglieder und geladenen Gäste aus der Kommunikationsbranche. Im «Haus zum Rüden» feierten über hundert Anwesende zusammen mit der Züri Gugge «Lady Killers» im gepflegten Rahmen der Beginn der Fasnachtszeit.

Gern bedanken wir uns bei unseren Mitgliedern. Besonderen Dank auch dem Vorstand für die erfreuliche Zusammenarbeit, unseren Auftraggebern, den befreundeten Kommunikationsverbänden und nicht zuletzt unseren treuen Sponsoren.

Wir wünschen allen schöne Festtage, ein erfolgreiches neues Jahr und danken gleichzeitig für all die eingetroffenen Wünsche.

Die ASW Geschäftsstelle

Geschäftsstelle, Vorstand

Wichtige Termine zum Vormerken

- ▶ **Dienstag, 10. Januar 2012**
SCHWEIZER MEDIEN, Dreikönigstagung, Zürich
- ▶ **Donnerstag, 1. März 2012**
Digital Creative ASW-Workshop bei Publimedia AG, Zürich
- ▶ **Dienstag, 6. März 2012**
SMC, Schweizerischer Marketing-Tag, Luzern
- ▶ **Donnerstag, 8 März 2012**
APG, Poster Night, Zürich
- ▶ **Donnerstag, 22. März 2012**
SWA-Jahresmeeting, Zürich
- ▶ **Mittwoch, 28. März 2012**
GfM Marketing-Trend-Tagung, Zürich
- ▶ **Dienstag, 24. April 2012**
Mediavision, publisuisse SA und EFFIE 2012, Zürich
- ▶ **Freitag, 4. Mai 2012**
ASW-Generalversammlung (Ort noch offen)
- ▶ **Freitag, 11. Mai 2012**
Tag der Werbung, mit SW und SAWI, Bern
- ▶ **Dienstag, 19. Juni 2012**
IAA, Swiss Chapter, GV, Zürich
- ▶ **Freitag, 22. Juni 2012**
SDV, Schweizer Dialogmarketing-Preis 2012, Zürich
- ▶ **Dienstag, 30. Oktober 2012**
GfM, GV und Marketingpreis, Zürich
- ▶ **Freitag, 9. November 2012**
ASW-Gala, Endjahrestreffen (Ort noch offen)

Bezugsquellenverzeichnis der ASW-Inter-Mitglieder

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

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

Geschäftsstelle, Vorstand

ASW-Statuten, Art. 3, Abs. 1:
Der Vorstand ist berechtigt,
ein Mitglied auszuschliessen,
wenn es seinen statutarischen
Pflichten in irgendeiner Weise
nicht nachkommt oder den
Interessen der ASW zuwider
handelt.

Mutationen in unseren Reihen

Wir freuen uns über die **Aufnahme des neuen Aktiv-Mitglieds:**

Rahel Felix Design

Aufnahmeträgerin: Rahel M. Felix

Reinhardstrasse 19, 8008 Zürich, www.rahelfelixdesign.com

Mit Bedauern müssen wir die **Austritte** langjähriger Mitglieder
per 31. Dezember 2011 bekannt geben.

BGKS, Basel (Aktivmitglied)

MAIN Communication, Zumikon (Aktivmitglied)

wave advertising ag, Luzern (Aktivmitglied)

ipw, Basel (Passivmitglied)

Model AG, Weinfelden (Inter-Mitglied)

Rüesch Druck, Rheineck (Inter-Mitglied)

Rüesch Kuvert, Rheineck (Inter-Mitglied)

Brogie Druck AG, Gipf-Oberfrick (Inter-Mitglied)

Ausschluss aus der ASW per sofort:

ehemals: Keller A,F+C AG, Zürich (Inter-Mitglied);

neu: Keller A,F+C Accounting, Finance Services+Consulting, Zürich

Neue Bücher in der ASW-Bibliothek

Rubrik: Jahrbücher, Nachschlagewerke, Lexika

Swiss 500 Corporate Communications der grössten
Schweizer Firmen 2011, Verlag: Renteria SA, Zürich

Art Director Club Schweiz, Jahrbuch 2011
Herausgeber: ADC

Kö 2011/2012, Katalog
Produktion, Kreation, Medien, Marketing, Event
Verlag: Künzler-Bachmann Medien AG, St. Gallen

Rubrik: Werbung Marketing

Der PreSales Marketing Praxisleitfaden

XING erfolgreich nutzen

Autor: Robert Nabenhauer, Verlag: Nabenhauer, Steinach
ISBN-Nr.: 978-3-03786-003-8, Jg: 2011, 397 Seiten

Rubrik: Unterhaltung

Buenos Dias manana

Autor: Gérard Schwyn, Verlag: Schardt Verlag, Odenburg
ISBN-Nr.: 978-3-89841-607-8, Jg: 2011, 124 Seiten

Geschäftsstelle, Vorstand

Strategische Planung ist erlernbar

Neu bietet das **SAWI Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing, Werbung und Kommunikation** auch einen interessanten Kurs «**Strategische Planung**» an. Das SAWI hat diesen Kurs in enger Zusammenarbeit mit der **Account Planning Group Switzerland** und dem **bsw leading swiss agencies** entwickelt. Die **Aufgabe des Strategischen Planers** ist es, dafür zu sorgen, dass **Strategien** entwickelt werden, die nicht nur der **Kundenperspektive**, sondern vor allem der **Konsumentensicht** gerecht werden.

Die **wichtigste Funktion des Planers** besteht darin, der Kreation und der Beratung zu helfen, gezieltere, relevantere, vertrauenserweckendere und effizientere Kommunikation zu betreiben. Der **Dozentenstab** besteht aus erfolgreichen und namhaften Persönlichkeiten aus der nationalen und internationalen Kommunikationspraxis, welche sehr fallbezogen unterrichten. Die Dozenten sind in der Regel Inhaber von grösseren Werbeagenturen oder innerhalb derselben in geschäftsführenden Funktionen tätig. Die Lehrkräfte weisen ein überdurchschnittliches Know-how auf und sorgen deshalb für einen einzigartigen Mehrwert bei der Umsetzung in der Praxis.

Der Kurs richtet sich in erster Linie an Personen mit mehrjähriger Erfahrung im **Beratungsbereich von Kommunikationsagenturen**, gleichzeitig aber auch an Personen mit entsprechender Berufserfahrung auf der Auftraggeberseite.

Die Unterrichtszeiten sind auf die Bedürfnisse der Erwerbstätigen ausgerichtet. Der Kurs «**Strategische Planung**» startet am **12. April 2012** und findet in drei Blöcken à jeweils zwei aufeinander folgenden Halbtagen statt. Die Kosten belaufen sich auf **CHF 2450.-**. Die **ASW empfiehlt** diesen Kurs **seinen Mitgliedern**.

Detailliertere Informationen finden sich in einer entsprechenden Broschüre inklusive Anmeldeformular auf www.sawi.com > Fokuskurse > Kommunikation > Strategischer Planer.

Sozialversicherungen: Beiträge und Leistungen 2012

In den **Beilagen** finden die **ASW-Mitglieder** auch dieses Jahr wieder das sehr geschätzte, aktuelle Merkblatt «**Sozialversicherungen: Beiträge und Leistungen 2012**» mit den Übersichten für die 1. Säule, 2. Säule sowie 3. Säule sowie die wichtigsten **Änderungen betreffend AHV per 1. Januar 2012** vom Schweizerischen Treuhänderverband.

Geschäftsstelle, Vorstand

Grundbildung Kaufleute Branche Kommunikation

Im Rahmen des Wechsels des Sekretariates vom bsw zur SW drängte sich eine solide formale Lösung zu einem Verein mit klaren Statuten auf. Der frisch gegründete Verein «**Grundbildung Kaufleute Branche Kommunikation**» fasst sämtliche heutigen Trägerverbände wie die Schweizer Werbung **SW**, der **ASW** Allianz Schweizer Werbeagenturen, **bsw** leading swiss agencies, Medieninstitut **Schweizer Medien**, **VSD** Verband Schweizer Druckindustrie, **Viscom**, **SDV** Schweizer Dialogmarketing Verband, **VSW** Verband Schweizerischer Werbegesellschaften sowie der **SBVV** Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband zusammen.

Er garantiert den **kaufmännisch Lernenden** mit neuen **Lern- und Leistungsdocumentationen (LLD)** optimale Verhältnisse gemäss Bildungsverordnung 2012. Die neue Ausgestaltung der **Arbeits- und Lernsituationen (ALS)** wird als Erleichterung für die Betriebe betrachtet. Die Kursleiter der **überbetrieblichen Kurse (ük)** beurteilen und benoten schlussendlich die Kompetenznachweise. Damit werden neue Wege beschritten. Die **kaufmännische Ausbildung** in der **Branche Kommunikation** wird nochmals aufgewertet.

Wir empfehlen **unseren Agenturen** die Aufnahme von kaufmännisch Lernenden.

Urheberrecht und verwandte Schutzrechte

Soeben neu erschienen ist die Broschüre «**Urheberrecht und verwandte Schutzrechte**», herausgegeben vom **IGE Eidgenössischem Institut für Geistiges Eigentum**. Die Broschüre bespricht das **Urheberrecht im Allgemeinen**: Wem stehen Rechte zu? Welche Werke sind geschützt? Was ist nicht geschützt? Wie entsteht der Schutz? Wann und wie darf ich ein Werk nutzen und viele weitere interessante Details um das Urheberrecht.

In einem 2. Teil wird das **Urheberrecht im Besonderen** behandelt. Zum Beispiel im Internet, in Schulen, in Unternehmen und was gesetzlich erlaubt ist.

Die **ASW-Mitglieder** finden die Broschüre **als Beilage** gelocht, damit sie nach dem Studium in den **Mitgliederordner** abgelegt werden kann.

Agentur-News

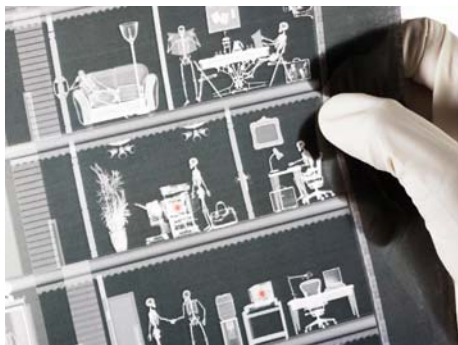


BPR Werbeagentur AG ASW, St. Gallen: **Appenzeller Alpenbitter mit frischem Geist**

Nach über 20 Jahren hat die Appenzeller Alpenbitter AG ihren Werbeetat neu vergeben. Die **BPR Werbeagentur aus St. Gallen hat sich im Pitch gegen zwei etablierte Konkurrenten aus Zürich behauptet**. Gepunktet hätten **innovative Ideen, fundierte Konzepte, professionelle Umsetzung**, geografische Nähe und nicht zuletzt die spürbare **Leidenschaft für das Produkt**, heisst es in der Mitteilung.

Schon bald steht ein grosser Meilenstein dieser Kooperation an. Im Jahr 2013 feiert das traditionsreiche Unternehmen aus Appenzell sein 111-Jahr-Jubiläum. BPR betreut die Appenzeller Alpenbitter AG bereits seit rund fünf Jahren im Messebau. Messedesign ist jedoch nur eines der Kompetenzgebiete der St. Galler Werbeagentur. Genauso gehören **Grafikdesign und integrierte Kommunikation zu ihren Leistungen**, mit denen sie ab sofort das Haus Appenzeller Alpenbitter bedient.

rosarot Ideennetz, Zürich: **Schmerzpunkte von Firmen diagnostiziert**



Graphax macht auf die Probleme bei bestehenden Druckerparks aufmerksam.

Die Situation vieler KMU's bei Betrachtung der internen Druckerorganisation zeigt sich unkoordiniert, ressourcenintensiv und optimierungsbedürftig. Um auf das kosten- und zeitintensive Problem aufmerksam zu machen, hat die AZ Direct zusammen mit der Werbeagentur rosarot **Firmen durchleuchtet und davon ein Röntgenbild erstellt**. Das Bild zeigt das Unternehmen in seiner alltäglichen Situation und deutet auf die schmerzlichen Stellen hin. **Auf dem beiliegenden Arztzettel kommt Graphax als untersuchender Doktor zu Wort, stellt die Diagnose und bietet eine kostenlose Sprechstunde an.**

Um die Aktivität auf Empfängerseite zu erhöhen, wurde zusätzlich ein **persönlicher Gewinncode** auf ein Röntgenbild gedruckt. Mit diesem durfte der IT-Verantwortliche am Online-Sofort-Gewinnspiel teilnehmen und konnte gleichzeitig den Besprechungstermin mit Graphax vereinbaren. Im Anschluss an den Versand führte die AZ Direct eine telefonische Nachfassaktion durch, bei welcher jeder Empfänger nochmals persönlich kontaktiert wurde. **Die Response-Quote des Mailings lag bei beachtlichen 15 Prozent.**

Agentur-News



TBS Identity, Zürich Roger Federer-Lokomotive

Mit einem nicht alltäglichen Auftrag überraschte Nationale Suisse die Zürcher Agentur TBS: die **Gestaltung einer SBB-Lokomotive** soll die aktuelle Bahnplakatierung und die **Gestaltung von zwei Stellwerken** am Hauptbahnhof Zürich vervollständigen. Eine Herausforderung war, den **Markenbotschafter Roger Federer** in möglichst prominenter Grösse auf der unregelmässigen Lok-Oberfläche gut erkennbar abzubilden. Weiter gab TBS Identity der Marke grosszügig Raum und setzte die Unternehmensfarben als Pattern verteilt über die Lokomotive ein, um die Brandawareness positiv zu unterstützen. Roger konnte die Lokomotive rechtzeitig vor den Swiss Indoors auf seinen Namen taufen. Übrigens, als einer der beiden Hauptversicherer des Bauplatzes am Gotthard-Basistunnel, **überweist Nationale Suisse für jede gefahrene Tunnellänge von 57 Kilometern zehn Schweizerfranken an die Roger Federer Foundation.**

ergo communication asw, Zürich Kampagne für Wohnüberbauung «Webermühle»



Nach dem erfolgreichen Start der Kampagne im Frühling wurde ergo mit der zweiten Phase der Kommunikationsmassnahmen für die **Wohnüberbauung «Webermühle»** beauftragt.

Aufgabe der 2. Phase ist es, **Wohnungen** für die Zielgruppen **Familien und WG's** zu vermarkten, bevor die Wohnüberbauung ab 2012 saniert wird, schreibt die Agentur in einer Mitteilung. Sie entwickelte den Kommunikationsauftritt für die zweite Phase von «smart-flats», die gleichnamige Internetplattform smart-flats.ch, Plakate F12 und F200, Inserate, Kleinplakate und Postkarten, Flyers sowie Social Media Aktivitäten.

Frick & Partner, Erlenbach Corporate Design und Website



Das auf **IT-Services und CRM** spezialisierte Beratungsunternehmen INORGA in Kreuzlingen hat die ASW-Agentur Frick & Partner mit einem **kompletten Relaunch** ihres Marktauftritts betraut. Basierend auf dem neuen **Erscheinungsbild** wurden sämtliche **Kommunikations-Instrumente** komplett neu aufgebaut, so auch die Website. Diese verfügt nunmehr über eine **Mobile Website**, die für kleine Displays von Smartphones optimiert ist und ein Extrakt der Websiteinhalte umfasst. Diese **Browser-App** wird automatisch zur Nutzung angeboten, sobald der Zugriff auf die Standard-Website mit einem Mobiltelefon erfolgt.

Berichte aus der ASW



Rückblick: ASW-Spezialseminar «Google AdWords»

Gut über zwanzig Teilnehmende trafen sich am **Dienstagnachmittag, 31. Mai 2011**, am Sitz von **Google Schweiz** und harreten der Dinge, die auf sie zukommen sollten. Angesagt war ein Seminar für Anfänger (ohne Grundkenntnisse) sowie Fortgeschrittene, die bereits Kunden zu **«Google AdWords»** beraten.

Nach einer kurzen Begrüssung erläuterte Claudio Hasler einige interessante Kennzahlen. Anschliessend wurden zwei Gruppen – je nach deren Wissensstand – gebildet.

Die „**Anfänger**“-Gruppe erhielt umfassende Informationen über wichtige Einstellungen und Kennziffern, über Anzeigenposition und Textoptimierung, über Such-Netzwerk sowie Keyword-Optionen, AdWords-Richtlinien und alles, was sonst noch von Bedeutung im **Google Display-Netzwerk** zu finden ist.

Im Anschluss präsentierte vor vereinigter Teilnehmerschaft die Wirtschaftskommunikatorin FH, Andrea Malele, von der **Suchmaschinenagentur Your position GmbH**, den Schliff im Wort. Mit messerscharfer Analyse erforscht sie den alltäglichen Sprachgebrauch, um die Kundenangebote zielgenau beim Publikum zu platzieren, egal ob via Laptop oder Mobile Phones.

In einem abschliessendem Referat erklärte Nicolas Ritz, Associate Product Marketing Manager, wie Werbeagenturen dank Mithilfe von Google erfolgreich sein können. Jede **AdWords-Anzeige** besteht aus einer Überschrift, zwei Textzeilen und der Adresse der jeweiligen Kundenwebsite. Google schlägt **Keywords** vor, also Wörter oder Wortgruppen, mit denen Internetnutzer bei Google suchen. Mit Vorteil werden **aussagekräftige** anstelle von allgemeinen **Keywords** verwendet. Bessere Anzeigen und Leistung erhält man dank **Remarketing**. Mit Remarketing werden die Besucher der Website mit einer relevanten Botschaft erreicht, die sich auf einer anderen Website befindet. Mit **Google Analytics** optimiert, ist es einfach, Seitenaufrufe in Gewinne zu verwandeln. Und bei der Verwendung mit anderen Produkten im Google-Ökosystem wie beispielsweise AdWords, AdSense, Website-Optimierungsstock, Webmaster-Tools, können Einblicke in alle möglichen Marketing-Aktivitäten gewonnen werden.

Ein sehr interessanter und spannender Workshop, wo alles Wichtige zu erfahren war, damit in nächster Zukunft auch im Online-Marketing durchgestartet werden kann, ging damit zu Ende. Die Referate sind für **ASW-Aktivmitglieder** im **passwortgeschützten Memberbereich** hinterlegt.

Berichte aus der ASW



Rückblick: ASW-Workshop «Relaunch von Online-Präsenzen»

Bereits im Januar hat sich der ASW-Vorstand verschiedenste Themen für Workshops notiert. Nun konnten gleich deren fünf zusammengefasst und an einem Nachmittagsseminar behandelt werden. Rund 30 Personen fanden sich dafür am **Donnerstag, 16. Juni 2011**, im Schulungsraum des SAWI in Dübendorf ein.

Als erster Referent trat **Dr. Christoph Glauser**, CEO der **ArgYou AG**, Baar mit dem Thema «**Neukunden gewinnen mit aktuellen Suchdaten aus dem Internet**» an. ArgYou misst im Vorfeld von neuen Kampagnen oder Relaunch-Ideen, wo sich die User tummeln. >> weitere Infos über ArgYou auf Seite 10.



Als nächste Präsentation folgte «**(Re)-Launch mit Erfolg? Die Analyse mittels Webstatistik**», von **Alain Martinet**, **webstyle GmbH**, Burgdorf, und ASW-Inter-Mitglied. Dabei findet auch er, dass die Überlegungen bereits vor dem Relaunch beginnen sollten: welche Plattformen sollen gewählt werden oder welche Dokumente wurden bisher in den z.B. einzelnen Sprachen wie oft angeschaut. Nach dem Relaunch kann gemessen werden, wie sich die Besucherzahlen einzelner Seiten statistisch verändert haben, ob mehr Besucher generiert oder die Zielvorgaben erreicht werden konnten. Die Webstyle bietet zudem an: „Die teilnehmenden Agenturen haben die Möglichkeit, die von uns gezeigte Webstatistik gratis zu nutzen“. Bei Interesse wende man sich direkt an: alain.martinet@webstyle.ch



Das nächste Thema wurde auch von einem ASW-Inter-Mitglied präsentiert: **ongoing GmbH**, Baar. **Michael Müller** und **Paavo Schmid** referierten dabei über «**Auswertungen von Online-Kampagnen**». Die dafür spezialisierte Firma bietet dabei das Kampagnen-Management mit Planung, Setup, Betrieb, Auswertung und Optimierung an. Dabei wurden auch die Unterschiede von Google Webmaster Tools und Google Analytics erklärt, den Einsatz und die Auswirkungen von Keywords, Facebook Ad-Kampagnen und deren Auswertung.



Weiter gings mit dem Vorstandsmitglied **Andy Ruf**, **Werbeagentur Ruf ASW**, Bülach und «**Relaunch des Online-Auftrittes**». Heisst es eigentlich Redesign oder Relaunch, war eine seiner ersten Fragen. Natürlich Relaunch, denn dieser setzt nicht allein beim Design an, sondern bei den bisherigen Strukturen und Inhalten. Andy präsentierte dann äusserst spannend die wesentlichen Faktoren für einen überarbeiteten Online-Auftritt, sprach über die Technologien, die vielseitigen, exakten Projektschritte und deren Kostenfolge und welchen Einfluss Panda-Updates von Google haben. Sein mahndendes Fazit: Der Aufwand ist grösser als früher! Entsprechend muss budgetiert werden.

Berichte aus der ASW

Rückblick: ASW-Workshop (Fortsetzung)

«Websites für Smartphones» – diesem hochaktuellen Thema nahm sich **Benno Frick, FRICK & PARTNER GmbH**, Erlenbach und ASW-Vorstandsmitglied an. Sein Referat begann mit den Grössenangaben von Bildschirmen, also von 15“ bis zu den Smartphones von 4“. Denn das Ziel soll sein „Wie bringe ich den Content einer Website möglichst schlank, für möglichst alle Betriebssysteme in lesbarer und bedienbarer Form auf Smartphones?“. Das heisst, dass noch mehr Vor-Denkarbeit geleistet werden muss und die Technik verstanden sein will. Er erklärte die Unterschiede von Apps, Mobile Websites und dem genialen Liquid Design. Dort verändern sich die Darstellungen und Inhalte und passen sich der jeweiligen Displaygrösse perfekt an (okay bei HTML5, CSS3, JS, nicht aber bis IE9!).

Online-Wirkung auch für bisherige Kunden

Der **Online Marktforscher ArgYou AG** passt für alle Agenturen die Konditionen an. Wird an bestehende Kunden eine Konkurrenzanalyse verkauft, bekommt die Agentur neu die Wirkungsmessung des eigenen Kunden gratis dazu.

ArgYou schreibt dazu: „Wir haben aus der Zusammenarbeit mit den Partneragenturen gelernt, dass die Ergebnisse der Messungen bei bestehenden Kunden für Agenturen manchmal zu einer Herausforderung werden können.“ Neu unterstützt die ArgYou AG die Agenturen mit einem entscheidenden Informationsvorsprung gegenüber den Kunden: Jede ArgYou Vertragsagentur erhält bei einer Konkurrenzanalyse kostenlos die Daten des eigenen Kunden mitgeliefert.

So können Agenturen bei guten Ergebnissen dem Kunden beweisen, dass sie gute Arbeit geleistet haben. Bei unterdurchschnittlichem Abschneiden im Vergleich zur Branche kann die Agentur gemeinsam mit ArgYou dem Kunden dezent einen effizienten Relaunch empfehlen.

Inzwischen berücksichtigen zahlreiche Agenturen die ArgYou Daten für ihre Websites und Kampagnen. Die Neuerung wird als ausgezeichnetes Mittel zur Kundengewinnung gesehen sowie als Türöffner für **Content-Optimierung**, nicht nur bei neuen Kunden sondern besonders auch bei allen laufenden Online-Kundenprojekten.

Berichte aus der ASW



Rückblick: Informationsveranstaltung «Nachhaltige Medienproduktion – so geht's»

Mittwoch, **8. Juni** und **21. September 2011** bei der Druckerei Feldegg AG in Schwerzenbach.

Trotz intensiver Bekanntmachung sind zu diesen Informationsveranstaltungen leider nur knapp zwanzig Personen gekommen. Schade, denn sie haben einiges verpasst.

Nach einer eindrücklichen Präsentation über **nachhaltige Medienproduktion** von **Erwin Oberhänsli** stellte **René Theiler vom VSD** die neue **Fachgruppe «Publishing-Networks»**, eine interessante Innovation durch Know-how-Transfer vor.

Danach zeigte **André Stöckli** anhand der **ns»publish** wie bei der Produktion anspruchsvoller Publikationen insbesondere für Geschäftsberichte (Print/ Online) höchste Prozesssicherheit garantiert werden kann. **Tobias Heimpel**, von **ProzessPiraten**, sprach über die CO²-Kompensation in der Schweiz respektive darüber, was der Wald für die Agenturen tun kann! Abschliessend verblüffte **Daniel Schnyder** von der **Comprinta AG** mit dem «Pit-Stop-Projekt» und **einer überzeugenden Besichtigung** und detaillierten Führung durch die Comprinta unter dem Aspekt der NMP, der nachhaltigen Medienproduktion.

Aus Sicht der Besucher kam eindeutig rüber, dass das einzigartige Engagement betreffend **Nachhaltigkeitsthemen** zuerst in der Theorie, dann aber auch durch die interessante und professionell geleitete Führung einen glaubwürdigen und überzeugenden Eindruck hinterlassen haben. Beginnend in den UG-Räumlichkeiten mit der zentralen Farbversorgung, der Wärmerückgewinnung und immer wieder die neue Comprinta-Broschüre zitierend, konnten die Veranstalter vor Ort die vielen innovativen CO²-Reduktionsmassnahmen aufzeigen.

Nach gut zwei Stunden Theorie und Praxis traf man sich dann nochmals im Bistro für den gemütlichen Ausklang mit persönlichem Austausch bei einem feinen Imbiss mit Apéro.

Sämtliche Referate, ausgenommen der Präsentation ns»publish (Flyer in PDF-Form) sind für **ASW-Aktivmitglieder** im **passwortgeschützten Memberbereich** hinterlegt.

Berichte aus der ASW



Weitere Bilder unter:
www.asw.ch > Eventarchiv

Rückblick: ASW-Gala/Endjahrestreffen

Zünftig laut wurde es am Apéro der **traditionellen ASW-Gala**, als die **Züri Gugge «Lady Killers»** den «Gotischen Saal» „stürmten“. Inmitten der über hundert Teilnehmenden – Mitglieder und Gäste – wurde der **11.11.11 so richtig stimmig eingeläutet**.

Zu Gast war man in diesem Jahr in Zürich, im «**Haus zum Rüden**», erbaut im Jahr 1348. Kein Zunfthaus wohlgermerkt, sondern das Haus der Constaffel, der Gesellschaft der Zürcher Edelleute. Direkt an der Limmat gelegen und geschmackvoll eingerichtet bot die Lokalität den nötigen Rahmen und gehobenen Service für ein gelungenes Endjahrestreffen.

Für das weitere Programm und das viergängige Dinner stand der «Constaffelsaal» mit der frühbarocken Stuckdekoration zur Verfügung. **ASW-Präsident Michael Waldvogel begrüßte** die zahlreichen Gäste, dankte den treuen Sponsoren und berichtete in einem kurzen Jahresrückblick über die Aktivitäten der ASW.

Zwischen den Gängen begeisterte der **Slam Poet Simon Libsig** die Anwesenden mit seinen Texten über Werbung, Lebensweisheiten oder seine Liebe zu Heidi. Und alle freuten sich, als er auch noch als Zugabe seine Gedanken über die Off- und Online-Generation zum Besten gab.

Erfreulicherweise war diesen Abend auch das Neumitglied **Rahel M. Felix**, von der Agentur Rahel Felix Design, anwesend und konnte aus den Händen des Präsidenten ihr Aufnahme-Diplom – als «ausgezeichnet» gekürte Kommunikationsagentur – entgegennehmen.

Die Anwesenden genossen sichtlich zufrieden den gemeinsam verbrachten Abend. Und einmal mehr konnte sich die ASW über nette Feedbacks und begeisterte Dankeschreiben freuen. Der Ausklang des Abends fand später mit dem harten Kern der Gäste in der Rüden Bar statt.

Unseren **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

p-forum 2011

Das diesjährige **p-forum** stand Ende September ganz im Fokus von «**Multichannel-Publishing**», der **Herausforderung und Chance** für die **Medien- und Kommunikationsbranche**. Dabei wird die Technologie auch zum Taktgeber in der Medienindustrie. Internet und mobile Endgeräte eröffnen den Medien neben den traditionellen Kanälen eine Vielzahl neuer Möglichkeiten, ihre Nutzer zu erreichen und mit ihnen interaktiv zu kommunizieren. Und dies rund um die Uhr, Tag und Nacht, 7 Tage die Woche.

In einem Kurzreferat zeigte die **Publimedia** seine Multichannel-Ansätze auf. Anschliessend sprach Andreas von Buchwaldt darüber, was die Entwicklung für die Medienindustrie bedeutet, was mögliche «**Winning Strategies**» sind und welche Konsequenzen das für Medienhäuser und Mediennutzer hat.

Marc Walder äusserte sich über das Thema bei der **Ringier**, dem grössten Schweizer Medienunternehmen. Er betonte, dass Multichannel-Publishing die Gelegenheit ist, sich auf den **unterschiedlichsten Kanälen** mit **unterschiedlichen Inhalten** einer Vielfalt von Nutzern zu präsentieren. Dabei stellte er fest, dass seiner Ansicht nach ein grosses Problem ist, dass die „nach wie vor **ungenügende Mediennutzungsforschung**“, die effektiven und aktuellen digitalen Gegebenheiten nicht korrekt abbilden könne. Der gleichen Ansicht war auch Ueli Weber, COO von **Publimedia**.

Das **p-forum** endete mit einer von Stephan Klapproth **moderierten Podiumsdiskussion**, die zum **Fazit** kam, dass es keine Strategie gäbe, die für alle gleichermassen funktionieren würde. Jeder Akteur müsse seinen eigenen Ansatz finden, der seinem Zielpublikum und seiner spezifischen Ausrichtung gerecht werde.

Der Schweizer TV-Tag Screen-up

Gleichentags wie das p-forum fand am Nachmittag die diesjährige **screen-up 2011** im Kaufleuten Zürich statt. Nach einem exklusiven Captains Lunch, offeriert von der **IGEM Interessensgemeinschaft elektronischer Medien**, wurde den annähernd tausend Gästen von packenden Screenings über gute Unterhaltung alles geboten, was ein **echter Schweizer TV-Tag** zu bieten hat.

Die Veranstalter **publisuisse SA** und **Goldbach Media (Switzerland) AG** präsentierten die Programmhilights des kommenden Jahrs. Die entsprechenden **Sendeleiter von SRG**, der **SevenOne Media** sowie der **Medien Gruppe RTL** liessen es sich persönlich und voller Enthusiasmus nicht nehmen, sich zusammen mit den

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Der Schweizer TV-Tag Screen-up (Fortsetzung)

jeweiligen bekannten TV-Gesichtern wie Baschi, Rainer Maria Salzgeber, Sven Epiney und Gilbert Gress gekonnt in Szene zu setzen und boten den Anwesenden einen **abwechslungsreichen Fernsehnachmittag**.

Trendtagung Fach- und Spezialmedien

Mitte November fand die diesjährige **Trendtagung Fach- und Spezialmedien** im Lake Side, Zürich, bei schönstem Herbstwetter statt. Gemeinsam und zum 3. Mal veranstalteten die **Publicitas Publimag AG** und das **Medieninstitut der SCHWEIZER MEDIEN** die Tagung.

Nach der Begrüssung durch Urs Meyer, Geschäftsführer der SCHWEIZER MEDIEN, als Ersatz für den verhinderten Hanspeter Lebrument, startete Prof. Dr. Will Teichert mit einem spannenden Referat über **«Fachjournalismus: Ansprüche und Ansprache»**. Nach seinen Worten setzt er voll auf das „Zuhören“ und hält ohne eine Bilder-Präsentation einen hervorragend durchdachten, sinnreichen Vortrag. In einem weiteren Highlight orientierte Dr. Marco Olavarria von Kirchner + Robrecht Management Consultants fulminant und fachkundig über **«Neue Methoden der Produktionsentwicklung in Fachverlagen»**. Wie kann der Fachverlag für Kunden eine Gesamtlösung schaffen, mit dem dann Premiumpreise erzielt werden können? Dabei gelte es folgende drei Ebenen zu beachten und zu vernetzen: die rationale, die emotionale und die Verhaltensebene.

Den interessanten Nachmittag bereicherte schlussendlich der Verleger vom Blatt **«Jungfrau»**, Unternehmer und Innovationsmanager Urs Gossweiler mit seinem Referat **«Verleger sein im Mikrokosmos»**. Er schilderte den faszinierten Zuhörern wie er aus dem anfänglich gedruckten Blatt **«Jungfrau»**, das er dann total verlinkte mit einer Website, mit Mobile, iPhone App, iPad und Social Media und dabei in seinem Mikrokosmos 45 354 Einwohner der Region Jungfrau (0,3% der Schweizer Bevölkerung) bedient und alle mehrfach erreicht.

Dazwischen wurden auch zwei Zeitungstitel mit dem begehrten **Q-Award** ausgezeichnet. Mit **«Architektur + Technik»** und **«Wandermagazin Schweiz»** haben zwei Publikationen den Q-Award gewonnen, die einen hervorragenden Relaunch hinter sich gebracht haben. Die Jury des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN hat die aus ihrer Sicht jeweils gelungene Neuausrichtung mit ihrem jährlich verliehenen Preis gekrönt.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

GV und Verleihung des GfM-Marketingpreises 2011

Als festliche Eröffnung der **70. Generalversammlung** der **GfM Schweizerische Gesellschaft für Marketing** im The Dolder Grand, Ende Oktober in Zürich, spielte ein Mitglied der Stiftung St. Petersburg auf seiner Harfe.

Im Anschluss führte der **Präsident Ulrich Moser** wie erwartet und gekonnt durch die Traktanden der Generalversammlung. Im Bericht über das Geschäftsjahr streifte der Präsident nochmals kurz die vergangenen Highlights. Die **GfM** ist nach wie vor **hervorragend aufgestellt** und so konnte man nach Genehmigung der Jahresrechnung schnell zu den Wahlen übergehen.

Als diesjähriger **Gastreferent** sprach der Ehrenpräsident Nestlé AG, Vevey, **Dr. Helmut O. Maucher** über das Thema **«Marketing ist Chefsache»** zu den über zweihundert Anwesenden. Mit verschiedenen Bonmots gelang es dem betagten Redner seine Zuhörer voll in seinen Bann zu ziehen. Entsprechend wurde er auch mit grossem, anerkennenden Applaus verdankt.

In gediegenem Rahmen feierten die Geladenen nach einem gepflegten Apéro im Ballroom des Fünf-Sterne-Hotels bei einem ausgezeichneten Diner die Verleihung des traditionellen **GfM-Marketingpreises**. Gewinner der diesjährigen Auszeichnung war das **Sanitärunternehmen Geberit AG**, mit Sitz in Rapperswil. Das **innovative Unternehmen** hat sich seit 1874 vom Kleinstunternehmen zu einem **Weltkonzern** entwickelt und bringt jährlich zwei bis drei bedeutende Neuerungen auf den Markt. Das Dusch-WC AquaClean stellt heute bereits einen „Kulturwandel auf der Toilette“ dar.

Media Guide 2012

Der neuen **Media Guide** der **publisuisse SA** ist da. Wertneutral und im kompakten Taschenformat vermittelt er eine Gesamtübersicht über alle relevanten Werbemedien der Schweiz.

In **geraffter Form** berichtet er über Bevölkerung & Wirtschaft, **Medien- & Werbemarkt**, TV und Teletext, Radio, Kino, Internet, neue elektronische Werbeformen, Print, Aussenwerbung, Direktmarketing und über einen **umfassenden Intermediavergleich** sowie das Media-ABC & -Formen.

Die **Aktivmitglieder der ASW** finden den **publisuisse Media Guide** in den Beilagen.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Publimedia lanciert neuen Online-Werbemarktplatz

Die Key Account Unit von **PubliGroupe** und **Publicitas**, präsentierte Mitte Oktober als Schweizer Premiere die **«AdMarket Family»** auf www.admarket.ch. Hinter dieser Tool-Landschaft steht ein Online-Werbemarktplatz für **Print-, Online- und Mobile-Angebote**. Neben der grundsätzlichen Informationssuche bietet der Marktplatz die Möglichkeit zur Abwicklung von umfassenden Werbekampagnen.

Das **neu lancierte Tool** bietet national und überregional **werbenden Unternehmen** sowie Media-, Werbe- und Web-Agenturen die Möglichkeit, Kampagnen in einem durchgängigen Prozess zu planen und abzuwickeln. Durch die Verknüpfung von **Off- und Online-Medien** sowie der Bereitstellung von Informations-, Planungs-, Buchungs- und Reportingmöglichkeiten erlaubt **«AdMarket Family»** laut Publimedia eine spürbare Effizienz- und Mehrwertsteigerung.

Zum Zeitpunkt der Lancierung wurden auf dem Tool über 2500 Print-, 120 Online- und 60 Mobile-Tarife, so genannte Rate Cards abgebildet sowie über 160 «Price-» und «Content Specials» von Medienanbietern aufgeführt.

Edi.11

Anfangs November fand im Schiffbau in Zürich die **Verleihung des Edi.11**, organisiert von der **SWISSFILM ASSOCIATION**, statt. Der **Schweizer Werbe- und Auftragsfilmpreis** unter dem Patronat des **EDI Eidgenössischen Departements des Innern** ging dieses Jahr in der Kategorie Commercials mit **Gold** an die Berner Kommunikationsagentur **Contexta** für ihren **Swisscom-Spot**.

Aus über 250 eingereichten Filmen in 4 Kategorien schafften es 64 in die Shortlist. Schlussendlich wurden 18 Filme mit einem Preis ausgezeichnet. Einen **Silber Edi** gewann **SFLB** mit ihrem **Schweiz Tourismus-Spot**, ebenfalls einen **Silber Edi** gewann **Contexta** mit dem **Spot «Durchschnitt»**. Eine weitere Auszeichnung erhielten **Kunst & Politik** mit **Silber**, für die drei Geschichten **«Gegen die Ausschaffungsinitiative»**.

In der Kategorie Corporate gewannen **SFLB** mit dem **Jubiläums-Film** der **Goldbach Group** einen weiteren **Gold Edi**. In der Kategorie Multimedia und Interaktive Mischwerke holte sich das **Internetportal zeitraumaargau.ch** zum Thema Raumplanung im Auftrag des Departements Bau, Verkehr und Umwelt des **Kantons Aargau** ebenfalls einen **Gold Edi**.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Neue Leitplanken für Autowerber – Energieeffizienz-Angaben in der Praxis

Dass die **Schweizer Werbung SW** noch kurzfristig auf den 1. Dezember 2011 einen Workshop mit dem Thema **«Revidierte „energieEtikette“ Personenwagen – neue Leitplanken für Autowerber»** durchführte, hat berechtigte Gründe. Das Gesetz für eine verbesserte Energieetikette für Personenwagen trat bereits stillschweigend ab 1. August 2011 in Kraft und mit einer Übergangsfrist **gelten die neuen Vorschriften nun definitiv ab 1.1.2012**. Rund 80 Personen wollten deshalb mehr darüber wissen – der Saal im Volkshaus war entsprechend gefüllt.

Nach einer kurzen Einführung durch Marc Schwenninger, Rechtskonsulent der Schweizer Werbung SW, präsentierte Hermann Scherer, Bundesamt für Energie BFE, die neuen Bestimmungen: Die nun gültige „energieEtikette“ basiert teilweise auf neu aufgenommenen Werten und neuen Berechnungsgrundlagen, wichtig also für **Beschriftungen** an Automobilsalons oder für **Preislisten**. Weiter müssen bei der Autowerbung für Personenwagen in **allen Kommunikationsmitteln** (einzige Ausnahme: Radiowerbung) – zusätzlich zu den bisherigen Pflichtangaben – die Kennziffern **Energieverbrauch, CO²-Emissionen und Energieeffizienz-Kategorie** aufgeführt werden (gilt für alle PWs mit Typenangabe). Dies gilt auch für Werbung in **visuell-elektronischen Medien**. In einer Fragerunde wurde heftig diskutiert, wie lange eine Einblendung in einem Spot denn sein soll, damit sie noch aufgenommen und verstanden wird. Ebenso die Definition bei einem Plakataushang: von welcher Entfernung aus sollen die Angaben noch lesbar sein? Weitere Infos folgen.

best of swiss web 2012

Welche Agentur hat dieses Jahr ein **Web- oder Mobile-Projekt** realisiert, das wegweisend ist für das kommende Jahr? Wer davon überzeugt ist, in den letzten 12 Monaten Hervorragendes geleistet zu haben und sich gern mit seinen Mitbewerbern messen lässt, reicht jetzt sein Projekt ein.

Bewertet und juriert wird von der **simsa** (swiss interactive media and software association) in **9 verschiedenen Kategorien**. Ausserdem gibt es einen Spezialpreis für das beste Webprojekt für die **Generation 60+**. Weitere Informationen finden sich unter www.bestofswissweb.ch. Eingabeschluss ist der **9. Januar 2012**, die Preisverteilung findet am 29. März 2012 in Zürich statt.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Swiss EFFIE 2012

EFFIE ist der einzige Award, der die **Wirksamkeit von Marketing-kommunikation** auszeichnet. Um einen EFFIE zu gewinnen, braucht es nicht nur **Kreativität** und **crossmediales Verständnis**, nicht nur einen **innovativen Massnahmen-Mix**, sondern ein **Gewinner-Case** besteht aus einer Vielzahl von Erfolgsfaktoren, die wie massgeschneiderte Zahnrädchen ineinander greifen und dabei **eine Marke als Ganzes** vorwärts bringen.

Das macht den **EFFIE**, wo Gold, Silber oder Bronze gewonnen werden kann, zu einer globalen Marke, die von **Auftraggeber-** und **Agenturseite** gleichermaßen hohe Anerkennung genießt.

Alles über die Einreichung erfährt man unter www.effie.ch, die Frist dauert noch bis zum **16. Januar 2012**. Die **Award-Verleihung** erfolgt am 24. April 2012 nach der **Mediavision der publisuisse SA**.

Best in Print 2011

Die diesjährige **Award-Verleihung «Best in Print»** fand im «Zunftthaus zur Waag» in Zürich statt. Sieger wurde die **Typotron AG** mit dem Buch «Lokremise St. Gallen», einem Meisterwerk im wahrsten Sinne des Wortes, perfekt im Konzept, in der Umsetzung und der Verarbeitung. Den 2. Platz belegte **Fischer Papier** mit ihrer Papierpräsentation «Splendorgel» (Druck und Verarbeitung: Calendaria AG). Und den hervorragenden 3. Platz erreichte die **ASW-Agentur TBS Identity** mit ihrer Eigendarstellung in Buchform, einer rundum gut gemachten und aufwändigen Produktion; perfekte PR in eigener Sache.

Inzwischen wurde aber bereits der neueste **Druckmarkt Award «Best in Print 2011»** ausgeschrieben. Teilnahmeberechtigt sind wieder alle **Schweizer Verlage, Vorstufen- Druck- und Buchbinderei-Betriebe oder Kommunikationsagenturen**, ganz gleich welcher Grösse, Struktur, Eignerschaft, Unternehmensform oder technischen Ausstattung.

Eingereicht werden kann alles, was gedruckt ist und in den Jahren 2010 oder 2011 **aktiv als Eigendarstellung** für Marketing, Werbung oder als Verkaufsunterstützung verwendet wurde.

Einsendeschluss ist der **31. Januar 2012**. Nähere Information und Anmeldeformulare finden sich unter www.druckmarkt-schweiz.ch

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Spiel mir das Lied vom Sieg

Echtes High Noon in der Schweizer Marketingszene. Für den **Schweizer Dialogmarketing-Preis 2012** werden die besten Dialogmarketing-Ideen, -Massnahmen und -Kampagnen des laufenden Jahres gesucht.

Das diesjährige Motto der **Preisverleihung** (SDV Award) lautet «**Spiel mir das Lied vom Sieg**». Abzuräumen gibt es anlässlich der **SDV-Award-Night** vom 22. Juni 2012 Awards in Gold, Silber und Bronze in zehn verschiedenen Kategorien.

Die **Eingabefrist endet am 31. Januar 2012**. Deshalb: sofort Pferde satteln, Sporen geben und Arbeiten einreichen. Das vollständige Teilnahmedossier findet der Interessierte unter www.dm-award.ch.

ASW-Mitglieder profitieren von einer **vergünstigten Teilnahmegebühr**.

In Zukunft neu: MACH3 Basic

Die **WEMF AG für Werbemedienforschung** hat in einem erfolgreichen, abschliessenden 1:1-Test gezeigt wie die neue **MACH3 Basic** inhaltlich und methodisch ausgestaltet wird.

Bisherige Defizite wurden **eliminiert**, die Repräsentativität wurde **optimiert**, die Titel-Wiedererkennung dank visueller Hilfen mit Titellogos **erhöht** und die Intermediafähigkeit **vereinfacht**. Neu werden rund 19 000 webbasierte Interviews durchgeführt.

In einem **methodischen Steckbrief** wird NEU und ALT klar gegenübergestellt und zeigt wo zukünftig die grossen Vorteile der neuen Befragungsart liegen. Die **beigelegte WEMF-Broschüre MACH3 INFO 5** orientiert die ASW-Mitglieder im Detail.

Gleichzeitig orientierte die WEMF darüber, dass sich im Rahmen der **Intermediastudie MA Strategy** Erhebung gezeigt hat, dass **politisch Interessierte Menschen** ein anderes Mediennutzungsverhalten aufweisen, indem sie vermehrt **Finanz- und Wirtschaftspresse** lesen, während politisch **Desinteressierte** überdurchschnittlich oft **private TV-Sender** schauen.

Hinweise

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz in Bürobetrieben

ASW-Mitglieder finden in der Beilage die soeben frisch aufgelegte Broschüre **«Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz in Bürobetrieben»**, herausgegeben von der **Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit EKAS**.

Die Broschüre basiert auf der bisherigen Ausgabe der **gleichnamigen Publikation** (3. Auflage 2009), die **jedes ASW-Mitglied** in seinen Unterlagen hat und wurde inhaltlich vollständig überarbeitet und neu bebildert.

Beilagen

ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis Dezember 2011

(nur für ASW-Mitglieder)

Sozialversicherungen: Beiträge und Leistungen 2012

WEMF: Mach3, Info 5

EKAS: «Unfall – kein Zufall»

publisuisse: Media Guide 2012

IGE: Urheberrecht und verwandte Schutzrechte

Impressum

Redaktion

ASW-Geschäftsstelle

Peter Grob (Geschäftsführer*)

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