

# ASW Info-Flash

Winter 2015



## ASW-Jahresausklang «behaglich»

ASW-Mitglieder und geladene Gäste trafen sich zum traditionellen und gemütlichen Jahresausklang in der «Eventalm» in Rümlang. Ein feines Nachtessen, Diplomübergaben, Verabschiedungen und ein rappender Präsident machten diesen Abend einmal mehr zum ganz speziellen Erlebnis.

**Details auf Seite 6**



## «ausgezeichnet»

Freuen durfte sich das ASW-Mitglied Büro Nord über die Silberauszeichnung anlässlich des Graphic Design Award Essence des SGV.

**Details auf Seite 4**

<b>Internes</b>	Wichtige Termine, Dankeschön	Seite	2
	Mutationen in unseren Reihen	Seite	3
	Christian Höfliger neuer «Hausfotograf»	Seite	3
	Büro Nord ausgezeichnet	Seite	4
	Rückblick: ASW-Workshop	Seite	4
	Rückblick: ASW-Jahresausklang 2015	Seite	6
	Agentur-News	Seite	8
<b>«Chrüüz &amp; quäär»</b>	Neuausrichtung SAWI	Seite	10
	GfM Marketingpreis 2015	Seite	11
	Swiss Print Award 2016	Seite	11
	Schweizer Dialog-Marketing-Preis 2016	Seite	12
	Grafikschule Luzern knapp vor dem Aus	Seite	12
	Revidiertes Konsumkreditgesetz	Seite	13
	.swiss Domainregistrierung	Seite	13
<b>Ganz zum Schluss</b>	Ausgeliefert – oder angekommen?		
	Impressum, Vorstand	Seite	14
<b>Herzlich willkommen</b>	Das neue Mitglied stellt sich vor		
<b>Beilagen</b>	ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis Dezember 2015		

## Internes



## Wichtige Termine

- ▶ **Dienstag, 8. März 2016**  
SWISS MARKETING, Schweizerischer Marketing-Tag, KKL, Luzern
- ▶ **Donnerstag, 10. März 2016**  
APG/SGA, Swiss Poster Award, Zürich
- ▶ **Mittwoch, 16. März 2016**  
GfM Marketing-Trend-Tagung, Zürich
- ▶ **Dienstag, 22. März 2016**  
SWA-Jahresmeeting  
«communications in the age of disruption»  
StageOne, Zürich-Oerlikon
- ▶ **Freitag, 29. April 2016**  
**ASW Generalversammlung**
- ▶ **Freitag, 27. Mai 2016**  
«Tag der Werbung 2015»  
KS/CS Kommunikation Schweiz  
Musée Olympique, Lausanne
- ▶ **Donnerstag, 9. Juni 2016**  
SDV-Award, Schweizer Dialogmarketing-Preis, Zürich
- ▶ **Freitag, 4. November 2016**  
**ASW-Jahresausklang**

## Vielen Dank

druckerei  
mogensen ag arbon  
am bodensee



Seit Jahren unterstützt uns die **Druckerei Mogensen aus Arbon** als **Sponsor der ASW Geschäftsdrucksachen** – die Briefbogen sind dabei mit speziellem Wasserzeichen veredelt. Dafür möchten wir uns an dieser Stelle wieder einmal **ganz herzlich bedanken**.

Die Druckerei Mogensen, die auch ASW-Inter-Mitglied ist, bietet viele Druckspezialitäten und Sicherheitspapiere an.

### Link

[www.m-druck.ch](http://www.m-druck.ch)

## Internes



## Mutationen in unseren Reihen

Unser **neuestes Aktivmitglied** begrüßen wir an dieser Stelle ganz herzlich:

### **business+design AG**

Aufnahmeträger: Martin Jaggi

Museumstrasse 1, 4712 Laupersdorf

Als **neues ASW-Intermitglied** konnte Christian Höfliger, [hoefligerfotografiert.ch](http://hoefligerfotografiert.ch), gewonnen werden.

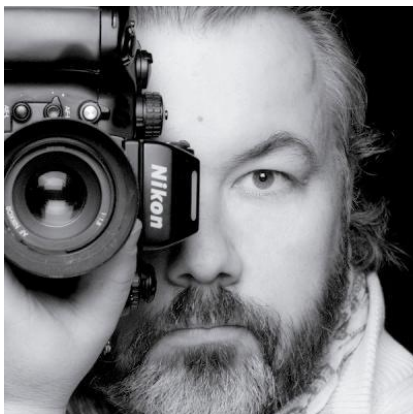
**René Michlig** tritt bei **Brandwork AG** als neuer ASW-Aufnahmeträger die Nachfolge des abtretenden Pino Zünd an.

Mit Bedauern müssen wir aber auch die **Austritte** langjähriger Mitglieder per 31. Dezember 2015 bekannt geben:

4051 Kommunikation, Basel; afw Spalinger, Bremgarten; Identica AG, Zug; Irniger, Zürich; Leuzinger + Benz, Rapperswil; jc&partners AG, Muri (Passivmitglied) sowie die Inter-Mitgliedern Canon (Schweiz) AG, AWZ St. Gallen, Baumer AG Islikon und Urs Steudler

Per 1.1.2016 tritt Margrith Fischer Werbeagentur ASW, Küsnacht, vom Aktiv- in den **Passivstatus** über.

## Christian Höfliger neuer «Hausfotograf»



Drei Jahre lang war Urs Steudler unser Event-Fotograf, nun ist er von Zürich ins entfernte Emmental gezogen.

Seit Frühjahr 2015 fotografiert **Christian Höfliger** an der GV und am Jahresausklang der ASW. Christian arbeitet mit viel Herzblut und einem untrüglichen Auge für verborgene Details, die Event-Rückblicke 2015 auf der ASW-Website zeugen davon.

Wir danken Urs Steudler für das Geleistete und freuen uns auf Überraschendes durch die Linse von Christian Höfliger.

### Link

[www.hoefligerfotografiert.ch](http://www.hoefligerfotografiert.ch)

## Internes



### Links

[www.buronord.ch](http://www.buronord.ch)  
[www.nock.ch](http://www.nock.ch)

## Büro Nord ausgezeichnet

Mit dem **Graphic Design Award Essence** bietet der Schweizer Grafiker Verband SGV Gestalterinnen und Gestaltern eine Plattform, um sich miteinander zu messen.

Die ASW-Agentur **Büro Nord** wurde für den neuen Auftritt des Circus Nock mit dem **Silber Award** ausgezeichnet.

Ausgangspunkt für den neuen Auftritt war die Plakatgestaltung, die auf sämtliche Kommunikationsmassnahmen adaptiert werden kann. Das grafische Sujet kann für künftige Saisons durch eine neue Farbgebung fortgeführt werden, ohne das Keyvisual ändern zu müssen.

## Workshop «Vom Erstgespräch zum begeisterten Neukunden»



"Wer im Vorfeld eines Erstkontaktes zu viel recherchiert, belastet sich mit unnötigen Vorurteilen.» Diese Aussage, im ersten Moment widersprüchlich und kaum nachvollziehbar, entpuppte sich im Lauf des Tages jedoch als wichtiger Grundstein für die glaubwürdige und langfristig ausgerichtete Gewinnung von Neukunden.

Der Tagesmoderator Patrick Utz vermochte mit dieser "Provokation" die mehr als 25 Teilnehmenden sofort in seinen Bann zu ziehen und für das "Schubladen-System" der Salesgenerator zu sensibilisieren.



Im Zentrum der Neukundengewinnung nach dem System Salesgenerator steht nämlich nicht das Präsentieren von Würfeln und Vergangenem, sondern das Sondieren nach "offenen Wunden" aufseiten des möglichen Neukunden. Diese sind von aussen kaum erkennbar, sie kommen erst im Lauf eines Gespräches und erst nach einer gewissen Zeit an die Oberfläche, bieten aber eine optimale Gelegenheit, um nicht verwechselbare Leistungsangebote präsentieren zu müssen, sondern um mit relevanten Lösungsansätzen zu überzeugen. Dabei gilt es, die momentan wichtigsten kommunikativen Bedürfnisse des potenziellen Neukunden in Erfahrung zu bringen und sämtliche wichtigen Beeinflusser und Entscheider aufseiten des werbenden Unternehmens von Anfang an mit ins Boot zu nehmen.

## Internes



*ASW-Mitglieder finden im passwortgeschützten Memberbereich weitere wertvolle Seminarunterlagen.*

## Workshop (Fortsetzung)

"Wichtig sind die Folgeschritte, die aus solchen Erstkontakten vereinbart werden. Um diese anpacken zu können, müssen alle Betroffenen mit einbezogen werden", so Tagungsleiter Patrick Utz, "sonst enden Erstkontakte bloss mit vagen Versprechungen statt mit konkreten Folgeschritten und es ist niemandem gedient, weder der Agentur noch dem Unternehmen."

Dass Erstkontakte aber sehr wohl vorbereitet sein müssen, zeigte sich im Lauf des ganztägigen Workshops immer wieder. Patrick Utz empfiehlt das System mit sogenannten "Schubladen". Diese gedanklichen Themengefässe geben der Gesprächsführung erst die benötigte Struktur und führen zu den Kerninformationen, die für einen Lösungsvorschlag benötigt werden. Je nach Verlauf des Gespräches werden jeweils diejenigen Schubladen "gezogen", die den Gesprächsfortschritt begünstigen und innerhalb des vereinbarten Zeitfensters – in der Regel kaum mehr als 30 Minuten – zu konkreten Zwischenergebnissen führen.

"Wer mit Bluff oder bestimmten Techniken auf der Direktissima möglichst schnell zu einem Verkaufsabschluss gelangen will, wird nie langfristige Kundenbeziehungen zustande bringen", so die Erfahrung von Patrick Utz. Gefragt seien viel mehr Einfühlungsvermögen, Offenheit und Transparenz, aber auch die Standhaftigkeit, um Verbindliches zu besprechen und um Folgeschritte zu vereinbaren. "Sobald jemand merkt, dass er fair behandelt wird und eine überzeugende Lösung für ein aktuelles Kommunikations-Problem vorgeschlagen bekommt, ist der Grundstein für ein langfristiges Vertrauensverhältnis gelegt."

Rückblickend betrachtet hat dieser 20. Oktober 2015 allen Teilnehmenden sehr wertvolle Impulse mitgegeben und konkrete Vorgehensweisen aufgezeigt. Davon zeugen auch die Bewertungen des Workshops durch die Teilnehmenden – sie fielen überdurchschnittlich positiv aus. Zudem hat dieser Tag aufgezeigt, dass Agenturinhaber weder zu Hardcore-Verkäufern mutieren noch "Dog and Pony Shows" aufziehen müssen, um Neukunden zu gewinnen – Neukunden, mit denen die Zusammenarbeit über viele Jahre Freude macht.

## Internes

## ASW-Jahresausklang 2015 – behaglich.



Wenn in einem verlassenem Industriequartier abends zwei brennende Finnenkerzen den Weg weisen und am Ende dieses Weges drei rustikale und festlich geschmückte Alphütten stehen, flankiert von Rentier-Figuren aus Schwemmholz und gemütlichen Sitzbänken mit Schaffellen, dann kann die ASW nicht weit sein...



So war es denn auch, am ersten Freitag des zweitletzten Monats des Jahres 2015, in der «Eventalm» zu Rümlang, direkt in der Abflugschneise (!) des Flughafens Zürich Kloten.

Mehr als 70 ASW-Mitglieder und geladene Gäste liessen sich jedoch von den abfliegenden Blechkisten nicht beirren und genossen zum Apéro die ersten alkoholischen Darreichungen und die erlesenen Häppchen. Dazu bot die rustikale Hütte genau das Ambiente das es brauchte, um sich weitab einer Stadt oder gar eines Flughafens zu fühlen.



Unmittelbar nach der Vorspeise überreichte ASW-Präsident Michael Waldvogel zwei Neumitgliedern ihr verdientes **Diplom**.

Das eine ging an **Eva und André Kesper** von der Agentur «Werbestadt» in Winterthur, Mitglied seit 2014, das andere an **Martin Jaggi** von «business+design» in Laupersdorf, Mitglied seit 2015. Wie immer durften sich „die Neuen“ kurz vorstellen und wurden von Michael auf harte aber faire Weise interviewt.



Der anschliessende Hauptgang – Rindsfilet auf dem heissen Stein mit feinen Saucen und Beilagen – wurde rundum mit Begeisterung genossen und gelobt.

Gleich nach dem Hauptgang wurden austretende Mitglieder geehrt respektive verabschiedet. Dazu liess sich Präsident Waldvogel etwas Spezielles einfallen: «bewaffnet» mit T-Shirt und Baseball-Cap zelebrierte er die Uraufführung des eigens für diese Gelegenheit von ihm komponierten Rapp «**Es tuet ebe scho chli weeh**».



**Link:** [www.asw.ch/eventarchiv](http://www.asw.ch/eventarchiv) oder <https://www.youtube.com/watch?v=oWJxYexbGJI>

## Internes



## ASW-Jahresausklang 2015 (Fortsetzung)

**Thomas Irrniger, Pino Zünd und Jacob Santschi** – alles langjährige Aktiv- respektive Passivmitglieder – erhielten zum Abschied je einen feinen Truffes-Cake in Form des bekannten ASW-Kubus überreicht.

Anschliessend stand nochmals Martin Jaggi im Mittelpunkt, der zu Gunsten des ASW-Jahresausklangs seine Geburtstagsparty um einen Tag verschoben hatte! Er erhielt ebenfalls einen ASW-Cake, geschmückt mit einem Kerzli und begleitet von einem **herzlichen "Happy Birthday"** aus mehr als 70 Kehlen. So schön.

Das anschliessende Dessertbuffet – mit Schoggi-Brunnen – vermochte die Erwartungen ebenfalls zu erfüllen und spätestens zu diesem Zeitpunkt waren alle rundum zufrieden und satt.

Es war ein sehr gemütlicher und harmonischer Abend „unter Freunden“, gerade richtig, um die Arbeitswoche hinter sich zu lassen, abzuschalten und einfach zu geniessen.

**Allen Mitgliedern und Gästen wünschen wir auf diesem Weg nochmals ein schönes restliches 2015 und freuen uns auf zahlreiche Wiedersehen im nächsten Jahr.**

Und auch unseren treuen **Sponsoren** hier nochmals ein **herzliches Dankeschön** für ihr Engagement.



### Link

Rückblick und Bildergalerie unter [www.asw.ch/eventarchiv](http://www.asw.ch/eventarchiv)

### Bilder

Christian Höfliger, Niederrohrdorf  
[www.hoefligerfotografiert.ch](http://www.hoefligerfotografiert.ch)

## Internes

Agentur-News



Link  
[www.rosarot.ch](http://www.rosarot.ch)

## rosarot

### Die männlichste Website kreiert

Das Modelabel AD.M, das insbesondere **Poloshirts für den Mann** entwirft und **aus dem Hause rosarot stammt**, hat ihre Webseite optisch aufgefrischt und in der Nutzerfreundlichkeit perfektioniert.

Es versteht sich von selbst, dass die Zürcher Werbeagentur rosarot gleich selbst Hand angelegt hat: Das **Verhalten der Online-Shopper** wurde analysiert, die Seite entsprechend weiterentwickelt und das **Design mit neuer Männlichkeit** versehen. Die Website ist responsive und bedient den Mann somit auf allen Geräten in einer klaren, männlichen Optik.

## Planet

### Neues Erscheinungsbild für der Maréchaux AG



Link  
[www.planet-luzern.ch](http://www.planet-luzern.ch)

Anfangs November feierte die Bauherrschaft, vertreten durch Maréchaux AG, gemeinsam mit den Architekten den **Spatenstich für die Wohnüberbauung «Städtlipark»**.

Auf dem Boden zwei alteingesessener Surseer Familien – Beck und Wey – werden 60 neue Eigentumswohnungen gebaut. Die **Entwicklung eines kompletten Erscheinungsbildes** war gefragt.

Um etwas Spezielles, noch nie Gesehenes entstehen zu lassen, hat sich Planet von den scharfen und klaren Rendering-Bildern weggewagt und ist den **Schritt in Richtung Aquarell** gegangen. Das Erscheinungsbild des «Städtliparks» erhält so den **weichen und malerischen Touch**, welcher die einzigartige Lage der Überbauung unterstreicht.



## Internes

Agentur-News



Link  
[www.glaswerkdesign.ch](http://www.glaswerkdesign.ch)

## glaswerk Design

### Platz da für grosse Ideen

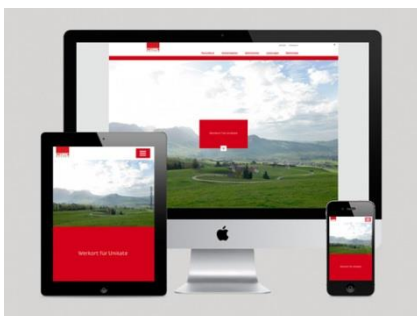
Sie drucken grössere Formate, sehen dabei allerdings nicht grösser aus. Die A3-Drucker-Serie von Brother macht es möglich, bis zum Format A3 auszudrucken. glaswerk konzentriert sich mit dem Motto «Platz da für grosse Ideen» auf einen **kaufentscheidenden Produktvorteil** und eine **überraschende Kampagnenidee**.

Seit Anfang Oktober ist die Kampagne in ausgewählten **Stores am POS** zu sehen. Im November erhält die Kampagne klassische Unterstützung durch Plakate – für schweizweit noch mehr Aufmerksamkeit.

Das Erfolgsrezept besteht in einem dreistufigen, integrierten **Kampagnenkonzept** und einem präzise definierten **Mix aus On- und Offline-Massnahmen**, breitenwirksamer Kommunikation sowie Businesskundenkommunikation. Über allem steht die Idee: «**Platz da für grosse Ideen**» – auffordernd, motivierend und aus dem zentralen Produktvorteil heraus gedacht.

## Felix Partner Design

### Rebranding und responsive Webdesign



Link  
[www.felixpartner.com](http://www.felixpartner.com)

Für die Moser Küchenbau AG in Appenzell durfte Felix Design im Rahmen des **Brand Designs einen neuen Claim**, die **Bildwelt** und die **Website** entwickeln und umsetzen. Dabei sind **zur Seele des Unternehmens passende Arbeiten** entstanden. Moser Küchenbau steht für hochstehende Lösungen im exklusiven Küchenbereich und Innenausbau.

Entwickelt hat die Agentur **die Aussage «Werkort für Unikate»**, die authentische Bildwelt sowie einen Internet-auftritt, der die Appenzellischen Eigenheiten und Traditionen sowie die Stärken und Besonderheiten des Betriebs aufnimmt und entsprechend glaubwürdig umsetzt - bis hin zu geschriebenen Aussagen in **echtem Appenzellisch** wie zum Beispiel «Alls wo Eu au gad im Tromm en Sii chäämt, mache-me möglich, ond zwoor individuöll, eemoolig, äägestendig.», welche für die Aussprache mit Audiofiles unterstützt und für das Verständnis ins Schriftdeutsche übersetzt werden.

## Internes

Agentur-News



Link  
[www.evoq.ch](http://www.evoq.ch)

## evoq communications

### Winterkampagne Sozialwerke Pfarrer Sieber

Nichts Schöneres, als es sich in den kalten Wintertagen daheim auf dem Sofa gemütlich zu machen. Leider haben nicht alle Mitmenschen ein Sofa oder ein Dach über dem Kopf. Dabei braucht es nicht viel, ein Zuhause zu schaffen.

In der neuen Winterkampagne der Sozialwerke Pfarrer Sieber (SWS) fokussiert evoq – die Kommunikationsagentur aus Zürich – wie Menschen ohne Obdach **einfach und wirkungsvoll** geholfen werden kann. Mit **SCHAFF ES DIHEI** werden im gewohnten Stil von Möbel- und Accessoire-Prospekten die **Spendemöglichkeiten überraschend inszeniert**. Im Zentrum der Kampagne steht die Geschichte von Günter, einem ehemaligen Obdachlosen, dem dank der stetigen Hilfe der SWS-Gemeinschaft der Weg zurück in die Gesellschaft geglückt ist.

Neben der Kampagnenwebsite, TV Spot und Direct Mailing wurden **zahlreiche weitere Medien** wie Tramhänger, Anzeigen, Banner und Flyer realisiert. Ein Wettbewerb mit YouTube-Film und der Geschichte von Günter, runden die Aktivitäten ab.

## «Chrüz & quäär»



## Neuausrichtung SAWI

Das SAWI hat im Sommer 2015 **die Rechtsform einer Aktiengesellschaft** angenommen. Dies auch, um seine Kooperationsfähigkeit zu verbessern.

Trägerschaft des SAWI bleibt aber der Verein, zu dessen **Mitgliedern auch die ASW gehört**.

Zusammen mit dem Verwaltungsrat hat die Schulleiterin Sibylle Vallenggia seither eine **neue Angebotsstruktur** entwickelt: nebst 2-tägigen Einführungskursen, Grundwissen-Lehrgängen mit Abschlussprüfung und SAWI-Zertifikat sowie Vertiefungs-Lehrgängen mit Diplomarbeit bietet das SAWI in Zukunft auch **Brush-up Tagesseminare** und **individuelle Firmenseminare** an.

Link  
[www.sawi.com](http://www.sawi.com)

## «Chrüz & quäär»



Fotos: GfM, Pilatus Aircraft

## GfM Marketingpreis 2015

Am 27. Oktober 2015 fand in feierlichem Rahmen im Dolder Grand in Zürich die Verleihung des **Marketingpreis 2015** der Gesellschaft für Marketing GfM statt.

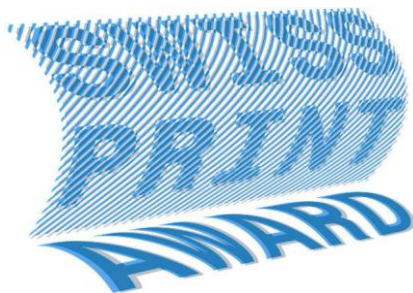
Gemäss Jury-Präsident **Stefan Michel** (Foto links) wurde die Preisträgerin **PILATUS Flugzeugwerke** vor allem deshalb ausgezeichnet, weil es dem Unternehmen gelungen ist, in einem globalen Marktumfeld und trotz Frankenstärke den Businessjet PC-24 zu entwickeln und erfolgreich zu lancieren.

Das launige Interview von Moderatorin **Sandra Studer** (Foto rechts) mit dem PILATUS Verwaltungsratspräsident **Oscar J. Schwenk** (Mitte) zeigte eines ganz deutlich: nebst einem starken Team braucht es vor allem **Selbstvertrauen** und **eine gehörige Portion Selbstironie**, um ein solches Projekt zu stemmen. Oscar Schwenk fehlt es weder am einen noch am anderen!

### Link

[www.marketingpreis.ch](http://www.marketingpreis.ch)

## Swiss Print Award 2016



Beim Wettbewerb «**Swiss Print Award**» können **Agenturen**, Verlage, Drucker und Buchbinder mit ihren ideenreichen Druck-Erzeugnissen beweisen, **wie edel bedrucktes Papier sein kann**. Und sie können zeigen, wie stark Gedrucktes im Medienmix ist.

Eingereicht werden kann alles, was **im Jahr 2015 gedruckt** wurde. Auch die ASW gehört zur Trägerschaft dieses Awards.

Der Einsendeschluss ist auf den **31. Januar 2016** festgelegt, die Bekanntgabe der Gewinner findet im Mai 2016 statt. Für die Teilnahme wird eine Gebühr von 185 Franken je eingereichtem Objekt erhoben. Weitere Infos unter:

### Link

[www.swiss-print-award.ch](http://www.swiss-print-award.ch)

## «Chrüz & quäär»



## Schweizer Dialogmarketing-Preis 2016

Noch **bis Ende Januar 2016** läuft die Anmeldefrist zum SDV-Award, dem Schweizer Dialogmarketing-Preis.

Nebst den bisherigen Medien- und Spezial-Kategorien gibt es **neu auch sechs Branchen-Kategorien**. Diese sind Kampagnen für bestimmte Branchen vorenthalten.

ASW-Agenturen profitieren von vergünstigten Teilnahmegebühren und bezahlen je eingereichte Arbeit CHF 400.00 statt 450.00. Die Preisverleihung findet am 9. Juni 2016 in Zürich statt.

Link

[www.sdv-award.ch](http://www.sdv-award.ch)

## Grafikschule Luzern knapp vor dem Aus



Der Förderverein beim Überreichen der Petition.

Der Luzerner Regierungsrat muss sparen, dem Kanton geht es finanziell gar nicht gut. Deshalb hätte die **Grafikschule Luzern** (Fachklasse Grafik) dem Rotstift zum Opfer fallen sollen.

Diesem Ansinnen setzte sich der **Förderverein Fachklasse Grafik Luzern ffgrafik** entgegen. Mittels Petition, welche auch **die ASW unterzeichnet hat**, wurde versucht, die drohende Schliessung abzuwenden – mit Erfolg!

Das Kantonsparlament hat am 1. Dezember 2015 entschieden: die Grafikschule Luzern wird nicht geschlossen!

Link

[www.ffgrafik.ch](http://www.ffgrafik.ch)

## «Chrüz & quäär»



Illustration: konsumentenschutz.ch

## Widerrufsrecht bei Telefonverkäufen und Teilrevision Konsumkreditgesetz

Am 1. Januar 2016 tritt das revidierte Konsumkreditgesetz KKG in Kraft.

Neu gilt bei **Telefon- und Haustürverkäufen** im Wert von über CHF 100 ein 14-tägiges Widerrufsrecht (bisher 7 Tage). Zudem wird **aggressive Werbung für Konsumkredite** verboten, wobei es der Branche überlassen ist zu bestimmen, was unter den Begriff "aggressiv" fällt.

Vom revidierten Konsumkreditgesetz ausgenommen bleiben einzig "Expresskredite", die spätestens nach drei Monaten zurückbezahlt sein müssen.

**Weiterhin nicht definiert ist das Widerrufsrecht bei Einkäufen im Internet.**

## .swiss Domainregistrierung



Die **erste Registrierungsphase** endete am 9. November 2015 und war primär öffentlich-rechtlichen Körperschaften sowie im Schweizerischen Handelsregister eingetragene Einheiten vorbehalten.

**Ab dem 11. Januar 2016** steht die Registrierung auch Stiftungen und Vereinen ohne HR-Eintrag offen. Neben schweizerischen Firmenrechten und eingetragenen Marken können dann **auch Fantasienamen mit Bezug zum Gesuchsteller** (Produkte, Slogans etc.) geltend gemacht werden.

Link

[www.dot.swiss/registrieren](http://www.dot.swiss/registrieren)

## Ganz zum Schluss



Foto: Mirek Hejnicki – Fotolia.com

## Ausgeliefert – oder angekommen?

Apple hat mit iOS 9 und der damit verbundenen Freigabe von **Werbeblockern** ein Thema aufgewärmt, das die Branche schon länger beschäftigt: wie gross ist eigentlich der Anteil der **ausgelieferten Werbung**, die auf den Bildschirmen der Angesprochenen **gar nie ankommt**?

Die Werbevermarkter reden diesen Anteil natürlich klein, logisch. Je nach Quelle ist von einer nahezu vernachlässigbaren Grössenordnung im einstelligen Prozentbereich die Rede, vermarkterunabhängige Erhebungen zeigen jedoch einen **Werbeblocker-Anteil von 25% in Deutschland, 35% in Polen und mehr als 36% in Griechenland**. Unabhängige Zahlen für die Schweiz existieren nicht.

Wie läuft das schon wieder bei den Zeitungen? Werbende Unternehmen zahlen Insertionspreise bekanntlich auch in Abhängigkeit der **tatsächlich zugestellten Auflage**, unabhängig davon, ob ein Inserat schlussendlich wahrgenommen wird oder nicht. Es reichte nicht, wenn Verlage die Druckauflage auf die Rampe stellen und sagen würden "wir haben ausgeliefert, der Rest interessiert uns nicht", das würden Inserenten nicht hinnehmen.

**Nur bei Online-Werbung geht das offenbar** – und niemand hinterfragt diese Praxis. Die Vermarkter liefern ab ihren Ad-Servern aus, interessieren sich aber nicht, was überhaupt ankommt. Verrechnet wird selbstverständlich der volle "Rampen"-Preis, **Werbeblocker hin oder her**. Warum werden aber die "Stopp-Werbung-Blocker" nicht ebenso zeitnah und – vor allem – transparent ausgewiesen wie etwa bei konventionellen Streusendungen, wo Stopp-Werbung-Kleber in die Preisgestaltung einfließen? Hier besteht offenbar Nachholbedarf. Zur Erinnerung: die Finanzbranche musste Transparenz schmerzhaft erlernen, die FIFA ist gerade dabei und der elektronische Teil der Branche steht unmittelbar davor, wenn er es nicht freiwillig und sehr bald tun wird.

---

### Impressum

#### Geschäftsstelle ASW

Breitestrasse 1, Postfach, CH 8304 Wallisellen  
Tel. +41 44 831 15 50 [www.asw.ch](http://www.asw.ch)

### Vorstand

**Michael Waldvogel** (Präsident) [waldvogel@asw.ch](mailto:waldvogel@asw.ch), **Roland Friedl** (Vizepräsident) [friedl@asw.ch](mailto:friedl@asw.ch). Mitglieder: **Roger Bosshart** [bosshart@asw.ch](mailto:bosshart@asw.ch), **Claude Hitz** [hitz@asw.ch](mailto:hitz@asw.ch), **Andy Ruf** [ruf@asw.ch](mailto:ruf@asw.ch), **Ivan Zumbühl** [zumbuehl@asw.ch](mailto:zumbuehl@asw.ch)



ausgezeichnet.