

# Info-Flash 1/2004

Februar 2004

## Inhalt/Rubriken:

### Geschäftsstelle, Vorstand

- Herzlich willkommen... Seite 2
- Wichtige Termine Seite 2
- Neue Bücher in der Bibliothek Seite 2

### Berichte aus der ASW

- Fachtagung „Werbung macht an!“ hat angemacht Seite 3
- Neues zum Werbeleistungsvertrag Seite 5
- 20 Jahre Kaister & Partner Seite 6
- Effect: See You am See Seite 6
- BPR: Einweihung ihres Kommunikations-Hauses Seite 7
- www.asw.ch – technische Updates beendet Seite 7

### Berichte aus dem ASW-Umfeld

- «BEST IN PRINT» Druckmarkt-Award Seite 8
- Tag der Werbung mit der Aussenministerin Seite 8
- SMC-Thophy-Gewinner Seite 9
- Intern. Comix-Festival Seite 9
- Attacke gegen Plakatwerbung Seite 9
- Forschungslexikon der APG Seite 10
- Kreative gesucht Seite 10

**Beilagen** Seite 10

**Impressum/Vorstandsmitglieder** Seite 10

## 2004, das Jahr der Konsolidierung

An seiner diesjährigen Klausurtagung hat der Vorstand beschlossen, nach dem letztes Jahr gefeierten 40. Jubiläum ein Jahr der Konsolidierung durchzuziehen und entgegen dem vergangenen Jahr wieder ein ausgeglichenes Budget vorzulegen.

Obwohl alle Indizien auf den Start eines kommenden Konjunkturaufschwungs hinweisen, sind signifikante Erhöhungen von Werbebudgets vorerst nur bedingt auszumachen. Nach wie vor scheint es deshalb Sinn zu machen, mit den bescheidenen Ressourcen vorsichtig umzugehen. Hinsichtlich strategischer Ausrichtung der ASW hat der Vorstand deshalb gemeinsam entschieden, die in den letzten Jahren eingeschlagene Qualitätsoptimierung kontinuierlich fortzusetzen.

Der Verband soll sich im Rahmen seiner finanziellen Möglichkeiten weiterhin nachhaltig als Dienstleistungszentrum für Mitglieder und ihre Auftraggeber bewähren. Die Hauptbereiche fokussieren sich auf Ausbildung/Schulung/Weiterbildung der Mitglieder, Bereitstellung weiterer Werkzeuge und Tools sowie Intensivierung der Mitgliederpflege.

Insbesondere werden nebst geplanten verbandsinternen Seminaren und Workshops neu «ASW After-Work Events» durchgeführt, die verstärkt den Netzwerkgedanken und den kommunikativen Austausch unter den Aktivmitgliedern fördern sollen und gewisse Spezialbereiche thematisieren.

Ganz im Sinne einer finanziellen Konsolidierung werden wir am 7. Mai 2004 die 41. ord. ASW-Generalversammlung auch nicht auf einem Schloss oder im Viersternhotel durchführen, sondern uns mit einem rustikalen Hopfen-Bauernhof mit eigener Brauerei in Unterstammheim bescheiden.

Trotzdem freuen wir uns heute schon auf ein gemeinsames Wiedersehen, auch mit den Verantwortlichen der befreundeten Branchenverbände.

Herzliche Grüsse bis spätestens dann...

ASW-Geschäftsstelle  
Peter Grob

**Geschäftsstelle,  
Vorstand**

## **Herzlich willkommen...**

Wir freuen uns, als **neuestes Aktivmitglied** die

**meyer, schianchi werbeagentur GmbH, 8005 Zürich**

in unseren Reihen willkommen heissen zu dürfen. Persönlich vorstellen wird sich das junge Team an der kommenden ASW-Generalversammlung, wo es auch die Anerkennungsurkunde erhält.

## **Wichtige Termine zum Vormerken**

- ▶ **Mittwoch, 31. März 2004**  
Jahresmeeting des SWA
- ▶ **Mittwoch, 21. April 2004**  
14. GfM Marketing-Trend-Tagung in Zürich
- ▶ **Donnerstag, 29. April 2004**  
Tag der Werbung in Zürich (SW/sawi/SDV/Idée-VfW)
- ▶ **Freitag, 7. Mai 2004**  
41. ordentl. Generalversammlung der ASW  
in Unterstammheim
- ▶ **Dienstag, 1. Juni 2004**  
ASW-Workshop „PDF in der Werbeagentur“

## **Neue Bücher in der ASW-Bibliothek**

### ***Rubrik: Kommunikation***

#### **Kommunikation 2010**

Eine Delphi-Studie zu den Entwicklungen der Marketingkommunikation

Autor: Martial Pasquier, Verlag: Haupt, Bern

ISBN-Nr.: 3-258-06749-X, Jahrgang 2004, 129 Seiten

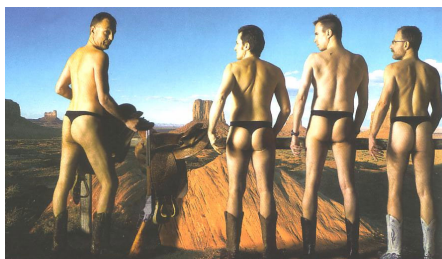
### ***Rubrik: Führung/Management***

#### **UBS Outlook: Nachfolge im Unternehmen**

Eine Herausforderung für Unternehmer, Verwaltungsräte und Familienaktionäre

Herausgeber: UBS AG

## Berichte aus der ASW



## Fachtagung „Werbung macht an!?“ hat angemacht

Am 23. Januar 2004 fand die Fachtagung „Werbung macht an!?“ statt. Die **Kooperation** von **ASW** Allianz Schweizer Werbeagenturen (initiiert von Diego Bally, Past President), **script** Schweizerischer Texterinnen und Texterverband und dem **Büro für Gleichstellung der Stadt Zürich** unter dem Patronat der **Schweizer Werbung SW**, war ein voller Erfolg. Rund 80 Fachfrauen und -männer haben sich zum intensiven und dennoch entspannten Austausch über die **Diskriminierung in der Werbung** getroffen.

Dazu eine Auswahl an Rückmeldungen:

Die Begegnungen waren für mich sehr aufschlussreich. Es war spannend zu erfahren, wie die Sichtweise der anderen Seite ist. Mich hat erstaunt, dass Sujets, die für mich unverfänglich waren, anderen sehr sauer aufstiessen und umgekehrt. Ich denke, der Anlass hat vielen die Augen geöffnet und geholfen, eine gemeinsame Grundlage zu bilden.

*Andy Ruf, Vize-Präsident ASW, Mitorganisator*

Für mich war es lässig, zu diesem kontroversen Thema in so guter, witziger und entspannter Atmosphäre einen Tag unter dem "Werbevolk" zu verbringen – dass mir das noch gefällt, habe ich ja schon in der Vorbereitung merken können... Und ist es jetzt wirklich klarer, was der Unterschied zwischen "sexistisch" und "sexuell" sein könnte? Wo Diskriminierung beginnt? Was reine Geschmackssache ist und was nicht? Ob die Werbung wirklich ganz und gar ohne Wirkung auf die Bilder in den Köpfen ist? – In einem Diskussionsforum fiel der Satz: "Es gibt keine Tabus mehr im Geschlechterbereich, es gibt nur noch Tabus im Bereich Rassismus." Huch! Stimmt das? – Ein Mann verliess das Forum mit der Frage an seine Kollegin: "Bin ich ein Sexist?" Dann war ja doch nicht alles umsonst... Spass bei Seite: Es wurde viel und kontrovers diskutiert und es ist ein Prozess in Gang gekommen, auf dessen Fortsetzung ich ungeduldig warte!

*Dorothee Wilhelm, Projektverantwortliche Büro für Gleichstellung für Frau und Mann der Stadt Zürich, Mitorganisatorin*

Die Tagung war aus unserer Sicht ein Erfolg, die anwesenden script-Mitglieder äusserten sich sehr positiv. Wir wollten mit der Tagung einen fruchtbaren Boden bereiten, auf dem Werbefachleute und Gleichstellungsbeauftragte miteinander statt gegeneinander diskutieren. Das ist gelungen. Nun können wir vor allem im Alltag und auch an künftigen Veranstaltungen mit der Spannung "Werbung und Diskriminierung" bewusster und entspannter umgehen.

*Stephanie Hugentobler, Präsidentin script, Schweizerischer Texterinnen- und Texterverband, Mitorganisatorin*

## Berichte aus der ASW

### (Fortsetzung) Fachtagung „Werbung macht an!“

Die Fachtagung war für mich eine grosse und schöne Erfahrung. Ich habe die lustvollen und denkerweiternden Debatten sehr genossen. Ludwig Haslers Worte waren erfrischend, gesund und wohltuend.

*Markus Zollinger, script-Mitglied*

Recht herzlichen Dank für den entspannten Rahmen, den ihr alle geboten habt. Das habt ihr ganz toll hingekriegt und ich würde sagen, in diesem Rahmen ein wiederholungswürdiges Unterfangen.

*Eveline Bornträger Stoll, Pretesterin und Tagungs-Referentin*

Die Veranstaltung hat mir sehr gut gefallen. Es war interessant, andere Meinungen zu hören und es war erfrischend zu sehen, dass die Gleichsteller nicht etwa frustrierte Unzufriedene sind, sondern durchaus charmante Leute mit klaren Ansichten. So hat die Veranstaltung wahrscheinlich beiden Seiten gut getan. Und Ludwig Hasler war ein Genuss.

*Walter Merz, Geschäftsführer BSW*

Der ganze Anlass war gelungen, ein dickes Lob an euch alle, es hat echt Spass gemacht.  
Zwei kleine Schwachpunkte habe ich doch noch entdeckt:  
1. Der Kaffee am Morgen war nicht scheusslich, der war unterirdisch. Ich habe an solchen Anlässen schon oft abgestandenen Kaffee aus der Thermoskanne trinken müssen, aber das war der Tiefpunkt. Ich musste ihn stehen lassen, obwohl ich dringend Koffein gebraucht hätte.  
2. Der Kaffee, obwohl scheusslich, wurde zu früh abgeräumt. Einige Leute hätten während der "Werbeschau" gerne eine Tasse getrunken.

*Roger Hausmann, Texter und script-Mitglied*

Noch einmal Danke für die Einladung zur Veranstaltung mit dem BfG. Es hat Spass gemacht.

*Dr. Marc Schwenninger, Rechtskonsulent SW,  
juristischer Sekretär der Lauterkeitskommission und Tagungs-Referent*

Die Tagungsreferate können auf [www.scriptweb.ch/bfg.htm](http://www.scriptweb.ch/bfg.htm) gelesen und heruntergeladen werden.

## Berichte aus der ASW

### Neues zum Werbeleistungsvertrag

Auf Grund verschiedener Rückmeldungen und Anregungen seitens einiger Mitglieder wurden die Informationen und die Zugänglichkeiten zum **Werbeleistungsvertrag** verbessert. Unsere Mitglieder werden nächstens darüber informiert.

Mit dem Werbeleistungsvertrag hat die ASW einen Branchenstandard geschaffen, der die Regelung der Zusammenarbeit zwischen Werbeauftraggebern und Kommunikationsagenturen in jeder Hinsicht **umfassend und fair regelt**.

**Kunden und potenzielle Kunden** von ASW-Agenturen erhalten zwar nicht den gesamten Ordner für Agenturen mit allen Verträgen, Vereinbarungen und Empfehlungen, sondern lediglich das **Basispaket zum Werbeleistungsvertrag** neu **kostenlos**.

Dieses persönliche, **kostenlose Basispaket** beinhaltet

- eine wegweisende Übersichtsgrafik zum Werbeleistungsvertrag
- FAQ Fragen und Antworten zum Werbeleistungsvertrag
- den Werbeleistungsvertrag (Grundsätze) sowie den
- Einzelauftrag zum Werbeleistungsvertrag.

Die Unterlagen können auf Empfehlung einer ASW-Agentur direkt über ein Bestellformular über die Website [www.werbeleistungsvertrag.ch](http://www.werbeleistungsvertrag.ch) bestellt werden. Der Versand erfolgt in Form von PDF-Dateien ab der Geschäftsstelle.

Mit Nachdruck möchten wir hier wieder einmal festhalten, der Werbeleistungsvertrag ist ein **Basisvertrag**. Er allein begründet **kein Vertragsverhältnis**, er dient lediglich als **Fundament für Einzelaufträge**, die **ergänzend** zum Basisvertrag und jeweils **projektbezogen** vereinbart werden. Alle diese Einzelaufträge „erlöschen mit ihrer Erfüllung“, wie es unter Juristen so schön heisst, die Agentur hat also keinen Anspruch auf weitere Aufträge. Auf Basis des Werbeleistungsvertrags **kann ein Dauer-Verhältnis** vereinbart werden, sofern die **Rahmenvereinbarung** zum Werbeleistungsvertrag abgeschlossen wird. Aus dieser Rahmenvereinbarung, die in jeder Hinsicht begrenzt sein kann, werden anschliessend wieder Einzelaufträge abgeleitet.

**Auftraggeber**, welche den Werbeleistungsvertrag als Grundlage zur Abwicklung von Projekten in Zusammenarbeit mit einer Agentur einsetzen, **sind auf der sicheren Seite**. Und gehen keine ungewollten Bindungen ein.

Wir werden dieses Jahr, voraussichtlich im Spätsommer, wieder einmal ein **Werbeleistungs-Nachschul-Seminar** nach Bedarf für Neumitglieder oder solche, die bis anhin noch nie an einer unserer Roadshows teilgenommen haben, durchführen.

## Berichte aus der ASW



## 20 Jahre Kaister & Partner

Fürstlich empfing am 6. Januar 2004 die Kaister & Partner AG, Basel, anlässlich ihres zwanzigjährigen Bestehens ihre Kunden und Geschäftspartner. Über 80 Königinnen und Könige sind der **Einladung** zum erstklassigen „Gipfeltreffen am **Tag der Drei Könige**“ gefolgt. Nebst dem Feiern des 20-jährigen Jubiläums wollte das Team um Stefan Kaister (ehemaliger ASW-Präsident) auch auf das soeben begonnene Jahr und die nächsten Jahre auf enge Partnerschaft anstossen.

Schon die **Dekoration der Agentur** verlieh den Besuchern den Eindruck auch zum geschätzten Hochadel zu gehören, insbesondere da nebst fürstlicher Bewirtung die edel gestalteten Beschriftungsschilder der einzelnen Räumlichkeiten wie unter anderen „Kampagner- und Speisesaal“, „Kabinett“, „Manufaktur“, „Schreibstube“, „Gesinde-Küche“, „Für Königinnen“ und „Für Könige“ eine entsprechende Ambiance weckten. Und nicht zuletzt konnten die Gäste ein passendes, **feines „Give-away“** (siehe Bild) mit nach Hause nehmen.

Die an der Greifengasse 1, direkt am Rhein, domizilierte Basler ASW-Agentur betreut erfolgreich namhafte Kunden und hat soeben eine neue Agenturbroschüre aufgelegt.

## Effect: See You am See



Der traditionelle **effect Apéro** ging dieses Jahr an den See. An den Zürichsee, besser gesagt ins Acqua Seerestaurant am Mythenquai in Zürich. Mit vielen illustren Gästen stiessen am 20. Januar 2004 die beiden Inhaber Ueli Utzinger und Nino Haslach nach kurzen, herzlichen Begrüßungsworten mit ihrem zehnköpfigen Team auf ein Erfolg bringendes neues Jahr an und luden bescheiden zu schönem Wein und kleinen Gaumenfreuden ein.



**Von wegen kleinen Gaumenfreuden:** die schätzungsweise über hundertfünfzig Geladenen vergnügten sich anfänglich an einem reichhaltigen Apérobuffet und zogen sich auf Einladung der Veranstalter anschliessend eingedeckt mit verschiedensten Dinerköstlichkeiten in die individuell gestalteten Tisch- und Gesprächsrunden zurück.

Die interessanten und oft amüsanten Gespräche der Anwesenden wurden lediglich noch durch den Besuch des verführerischen Dessertbuffets unterbrochen. Die Aussicht auf die erleuchtete Skyline von Zürich tat das Übrige dazu.

## Berichte aus der ASW



## BPR: Einweihung ihres Kommunikations-Hauses

Am 22. Januar 2004 war es soweit. Die St. Galler Kommunikationsagentur BPR, unter der operativen Teamleitung von Marco Panella und Markus Berger, konnte die einst verschiedenen Standorte zusammen an die Rosenbergstrasse, unmittelbar beim Hauptbahnhof St. Gallen, im **Textilblüte-Jugendstilhaus «Freienek»** unter Belegung mehrerer Stockwerke verlegen und einweihen. In hellen, neu renovierten Räumen mit **knarrenden Original-Parkettböden** und **historischen Kachelöfen** verbergen sich modernste Kommunikationstechnik und erstklassige Infrastrukturen.

Über 150 Gäste folgten der Einladung der siebzehnköpfigen Crew zur Einweihung der neuen Geschäftsräume. Dabei präsentierte sich die Ostschweizer Kommunikationsagentur von ungewohnter Seite: Der Rundgang durch das Haus geriet zur **kulinarischen Entdeckungsreise**, untermalt von Live-Musik und allerlei grafischen Highlights. Angeregte Gespräche bei feinen Delikatessen eröffneten Wege zur echten Kommunikation, passend zum neu eingeweihten BPR-Haus.

## www.asw.ch – technische Updates beendet

Die Website der ASW war auf Grund des Umzugs zu einem neuen Hostingpartner einige Tage ausser Gefecht. Jetzt ist sie mit allen **gewohnten Funktionen** und den **dynamischen Inhalten** wieder online.

Neu sind auch die Info-Flash-Ausgaben (seit 1/2002) als pdf.-Dateien auf der Homepage zu finden.

Bei dieser Gelegenheit erhalten auch sämtliche Aktivmitglieder einen neuen Passwortzugang für den **geschützten Member-Bereich**. Loginname und Passwort werden in den nächsten Tagen mitgeteilt.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### «BEST IN PRINT» Druckmarkt-Award 2004

Sind Drucker die sprichwörtlichen «Schuster mit den schiefen Absätzen»? Oder machen Drucker «**Appetit auf Drucksachen**»? Zeigen sie durch ein aussergewöhnliches, ideenreiches und profiliertes Erscheinungsbild wie schön bedrucktes und veredeltes Papier sein kann? Animieren sie Kunden, Gedrucktes als wertvoll anzusehen? Wie präsentieren sie sich selbst in der Öffentlichkeit, wie gewinnen sie Kunden?

Der «**DRUCKMARKT Schweiz** », das Managementmagazin für Print und Publishing, die **ASW** Allianz Schweizer Werbeagenturen, die «**gib**»**Zürich** Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation und das **GFZ** Grafisches Forum Zürich, Vereinigung für Weiterbildung in der grafischen Industrie rufen gemeinsam zu einem Wettbewerb auf. Teilnahmeberechtigt sind alle Schweizer Druckereien – gleich welcher Grösse, Struktur, Besitzverhältnisse, Unternehmensform oder technischen Ausstattung.

Weitere **Teilnahmebedingungen** sind der Ausschreibung im «**DRUCKMARKT Schweiz**» zu entnehmen. Begleitzettel zu den Einsendungen stehen ab Ende März als PDF-Formular unter [www.druckmarkt-schweiz.ch](http://www.druckmarkt-schweiz.ch) als Download zur Verfügung. Die von einer unabhängigen Fachjury **prämierten Arbeiten** sowie die Preisträger werden im «**DRUCKMARKT Schweiz**» vorgestellt. Einsendeschluss ist der 15. Mai 2004. Die Preisverleihung findet im Spätsommer statt.

### Tag der Werbung mit der Aussenministerin

Der **Tag der Werbung** findet dieses Jahr auf dem Zürcher Hausberg, dem „Üetliberg“, im Hotel Uto Kulm, statt. Am 29. April 2004 treffen sich das **sawi**, der **SDV**, die **idée-vfW** und die **SW** zu ihren Mitglieder- oder Generalversammlungen.

Im Anschluss an die Mitgliederversammlung der Schweizer Werbung SW spricht die **Bundesrätin Micheline Calmy-Rey** zu den Anwesenden. Dies ist insbesondere erfreulich, da nach der Zusage der Aussenministerin eine länger andauernde Tradition fortgesetzt werden kann: bisher konnte der SW-Präsident Carlo Schmid-Sutter mit Ausnahme des letzten Jahres stets ein Magistrat aus dem Bundeshaus begrüssen (1999: Pascale Couchepin, 2000: Ruth Metzler, 2001: Josef Deiss, 2002 Moritz Leuenberger). Anmeldeunterlagen folgen rechtzeitig.



## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### SMC ehrt Trophy-Gewinner 2004

Voraussichtlich zum letzten Mal verlieh der **SMC SWISS MARKETING** (Schweizerische Marketing Club) seine **Marketing Trophy in Fribourg**. Der Anlass soll zukünftig wieder zentraler durchgeführt werden.

Die Gewinner der diesjährigen Auszeichnungen in den verschiedenen Kategorien waren die Kräuter Pfarrer Künzle AG, Minusio, die Bio-Familia, Sachseln sowie die Hiestand AG, Schlieren. Den Preis für die Non-Profit-Organisation erhielt das **Museum für Kommunikation in Bern** für die Eröffnung seiner Dauerausstellung „Abenteuer Kommunikation“.

### Internationales Comix-Festival Luzern

In rund zwanzig Hauptausstellungen wird **Fumetto**, das internationale Comix-Festival Luzern, neues aus der wunderbaren Welt des Comics präsentieren. Die Veranstaltung dauert vom 1. bis 9. Mai 2004 und zeigt ein vielfältiges Programm über internationales und nationales Comic-Schaffen.

Von besonderer Bedeutung dürfte auch die Ausstellung zum Thema „**Comic in der Werbung**“ sein. In diesem speziellen Projekt wird die grosse Präsenz des Mediums Comic in der Welt der Werbung und Kommunikation aufgezeigt. Die **Schweizer Werbung SW** hat dafür das Patronat übernommen. Ein Besuch des Festivals lohnt sich schon aus Weiterbildungsgründen. Mehr darüber unter [www.fumetto.ch](http://www.fumetto.ch).

### Fortgesetzte Attacke gegen Plakatwerbung

Gemäss Information der Schweizer Werbung SW wurde nach Genf nun auch in Lausanne eine Petition für die **Reduktion von Plakatstellen** eingereicht. Eingereicht wurde dieselbe von einer feministischen Vereinigung, die sich «La Meute Suisse» nennt, und sich zum Ziel setzt, gegen die ihrer Meinung nach grassierende Werbe-Invasion zu kämpfen.

Den Mitgliedern der Organisation geht es in erster Linie darum, die **Werbezonen auf öffentlichem Grund** signifikant zu reduzieren. Ihrer Meinung nach werde dieser zunehmend von Plakaten und Werbung überwuchert. „Keine Bushaltestelle, kein Mauerfleck oder Fahrzeug der Verkehrsbetriebe, das nicht eine Werbebotschaft auf sich trägt“, reklamiert «La Meute Suisse». Im Unterschied zu Printwerbung könne man den Kampagnen auf öffentlichem Boden auch nicht ausweichen!?

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

## Überarbeitetes Forschungslexikon der APG

Die APG Allgemeine Plakatgesellschaft hat ihre gesammelten Begriffe und Eckdaten aus der faszinierenden Welt der **Plakat-Mediaforschung** zusammen gefasst und formuliert sie öffentlich zugänglich gemacht in einer Sprache, die auch der interessierte Laie verstehen kann.

Dabei finden sich hier erstmals auch die Eckpunkte der neuen, auf eigene Initiative entstandenen Grundlagenforschung **Swiss Poster Research SPR**, deren Arbeiten bereits seit 2001 im Gange sind und deren Konzept in seiner Konstellation einer Weltneuheit entspricht. Unter [www.apg.ch/forschung/glossarde.htm](http://www.apg.ch/forschung/glossarde.htm) steht die **Terminologie** Plakatforschung Schweiz zum Download bereit.

## Kreative „unter 28“ gesucht!

Gesucht werden junge Kreative aus Werbeagenturen, die bereit sind **eine Anzeige für die Kreativschule** zu machen und gerne mit ihrem Team im Juni 2004 nach Cannes fliegen möchten.

Die **ADC/BSW Kreativschule** und die **Werbewoche** laden gemeinsam ein, eine Anzeige für die Kreativschule zu gestalten, die auch eine hochkarätige Fachjury abheben lässt. Das Siegerinserat wird publiziert, die fünf besten Teams fliegen nach Cannes, wo das Gewinnerteam die Schweiz am **Young Creatives Contest**, einem Wettbewerb, bei dem man in nur 24 Stunden eine Anzeige machen muss, vertritt. Der Einsendeschluss für das Kreativschule-Inserat ist der 12. März 2004. Teilnahmebedingungen/Anmeldung: [www.kreativschule.ch](http://www.kreativschule.ch).

## Beilagen

ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis 1/2004  
GFZ-Vorträge und -Kursangebote  
smi Ausbildungskalender

---

## Impressum

Redaktion

ASW-Geschäftsstelle  
Peter Grob (Geschäftsführer\*)  
Breitestrasse 1, Postfach 466  
8304 Wallisellen  
Tel. 01 831 15 50  
Fax 01 831 14 24  
[info@asw.ch](mailto:info@asw.ch)  
[www.asw.ch](http://www.asw.ch)

## ASW-Vorstandsmitglieder

**Carmelo A. Buffoli** (Präsident\*), [buffoli@buffoli.ch](mailto:buffoli@buffoli.ch)  
**Andy Ruf** (Vizepräsident\*), [andy@rufwerbung.ch](mailto:andy@rufwerbung.ch)  
**Diego Bally** (Past President\*), [dibal@diegobally.ch](mailto:dibal@diegobally.ch)  
**Sandra Bonsels**, [bonsels@werbal.ch](mailto:bonsels@werbal.ch)  
**Markus Diener**, [md@diener-asw.ch](mailto:md@diener-asw.ch)  
**Heiko Drewanowski**, [drewanowski@bdwhs.com](mailto:drewanowski@bdwhs.com)  
**Benno Frick**, [info@frick-partner.ch](mailto:info@frick-partner.ch)  
**Claude Hitz**, [claud.hitz@ergoasw.ch](mailto:claud.hitz@ergoasw.ch)  
Patrick Lack, [patrick@luckylack.ch](mailto:patrick@luckylack.ch)

(\*=Präsidium)