

Info-Flash 1/2005

März 2005

Inhalt/Rubriken:

Geschäftsstelle, Vorstand

- Herzlich willkommen Seite 2
- Wichtige Termine Seite 2
- Vorankündigung ASW-GV vom 20. Mai 2005 Seite 3
- Vorwahl 01 wird 044 Seite 3
- Genutzte Chancen mit europäischen Praktikanten Seite 4
- Lauterkeitskommission beansprucht Bearbeitungsgebühr Seite 4

Berichte aus der ASW

- «Werte statt Versprechen» - der neue ASW-Flyer Seite 5
- Erfolgreiche Partnerschaft Druckmarkt/ASW Seite 5
- Messung der Werbeinvestitionen Seite 6

Berichte aus dem ASW-Umfeld

- Gelungene Dreikönigstagung publisuisse: Seite 7
- 40 Jahre Werbefernsehen Seite 7
- Marketing Trophy 2005 Seite 8
- Neuer Wettbewerb: Crossmedia Award Seite 8
- Golden Award of Montreux Seite 9
- Best of Swiss Web Awards Seite 9
- Aussenwerbungsverband mit neuem Präsidenten Seite 9
- Neuer BAKOM-Direktor Seite 10

Hinweise

- 2. Exklusivseminar für Werbe- und Mediaagenturen Seite 10
- Druckreif bis ins Detail Seite 11

Beilagen Seite 11

Impressum/Vorstandsmitglieder Seite 11

Mit Volldampf durchstarten...

Angeblich hat sich letztes Jahr in der Schweizer Werbewirtschaft eine leichte Entspannung abgezeichnet. Die Werbeausgaben haben um knapp ein Prozent zugelegt. Schön, wenn dies als positives Zeichen gedeutet werden kann. Vielleicht gar ein Hoffnungsschimmer für eine weitere Entwicklung der Schweizer Wirtschaft. Knapp zehn Prozent von über fünfhundert befragten Unternehmen sind gewillt, ihr Kommunikationsbudget im laufenden Jahr zu erhöhen. Es wäre erfreulich, wenn sich dies auch in Aufträgen der ASW-Agenturen und deren Ertragslage niederschlagen würde. Ein spezieller Boom scheint sich im Bereich der Mitarbeiterkommunikation abzuzeichnen. Man ist vermehrt wieder der Ansicht, dass motiviertes Personal leistungsfähiger ist und ebensoviel zum Geschäftserfolg beisteuern kann wie die teils strangulierenden Sparmassnahmen auf den verschiedenen Unternehmensebenen.

Der ASW-Vorstand war im Januar in der Klausur. Viel wurde über die strategische Ausrichtung der Allianz gesprochen. Einige Agenturen befinden sich im Umbruch. Aufgaben sollten vermehrt gemeinsam gelöst werden, falls sie nicht allein bewältigt werden können, war ein gewisser Grundtenor, der heraus zu hören war. Die Grundausrichtung der ASW stimme, soll aber weiterhin jährlich überdenkt und bei Bedarf jederzeit angepasst werden. Zusatzleistungen werden den Mitgliedern nach wie vor unentgeltlich zur Verfügung gestellt. Gerade deshalb ist es unabdingbar, den Aktivmitgliedern eine Erhöhung des Mitgliederbeitrags schmackhaft zu machen.

Am 20. Mai 2005, dem Tag der 42. ord. Generalversammlung der ASW, will man nicht nach Gold suchen oder Gold schürfen, sondern am Napf emsig Gold waschen. Manchmal muss man sich unkonventionell selbst zum Glück zwingen.

Gemeinsam mit zwei schweizerischen Fachhochschulen wagt sich die ASW auch an ein neues Forschungsprojekt, das die Entwicklung eines Analysetools für ganzheitliche, integrierte Kommunikationsberatung zum Ziel hat. Mehr darüber aber im Laufe des Jahres. So oder so sind wir bereit, bei der ASW immer wieder voll durchzustarten.

Die Geschäftsstelle

Geschäftsstelle, Vorstand

Herzlich willkommen...

Wir freuen uns, unseren Mitgliedern mitzuteilen, dass die Kommunikationsagentur

- **Reaktor AG**, Werbeagentur
Aufnahmeträger: Reto Schwammerberger
Industriestrasse 28, **5600 Lenzburg**
Tel. 062 892 07 08, www.reaktor.ch

vom Vorstand – auf Grund des vorgelegten Prüfungsberichtes der Aufnahmekommission – **zur Aufnahme in die ASW empfohlen wird.**

Sofern gegen diesen Beschluss nicht innerhalb von 20 Tagen von einem Aktivmitglied schriftlich und begründet bei der Geschäftsstelle Einsprache erhoben wird (ASW-Statuten, Art. 5, Abs.1), gilt die Aufnahme als rechtskräftig.

Wichtige Termine zum Vormerken

- ▶ **Donnerstag, 31. März 2005**
GFZ: 40. Generalversammlung in Zürich
- ▶ **Donnerstag, 7. April 2005**
SWA: Jahresmeeting 2005 in Zürich
- ▶ **Donnerstag, 14. April 2005**
publisuisse: TeleVision in Zürich
- ▶ **Mittwoch, 20. April 2005**
GfM swissmarketing: Trendtagung 2005 in Zürich
- ▶ **Freitag, 29. April 2005**
Tag der Werbung (SW, SAWI, SDV, Idée-VfW) in Appenzell
- ▶ **Freitag, 20. Mai 2005**
**ASW: 42. ordentliche Generalversammlung
auf dem Bramboden im Entlebuch LU**
- ▶ **Donnerstag, 26. Mai 2005**
APG-Poster-Night, Zürich

**Geschäftsstelle,
Vorstand**

Vorankündigung: 42. ASW-Generalversammlung vom 20. Mai 2005

Für die kommende Generalversammlung haben sich Vorstand und Geschäftsstelle wieder etwas Besonderes einfallen lassen.

Im Napfgebiet, auf dem **Bramboden im Entlebuch**, wird am Freitag, 20. Mai 2005, die 42. ASW-GV stattfinden.

Wer Lust und Laune hat nimmt bereits am frühen Nachmittag im nahegelegenen Fluss unter kundiger Führung am lukrativen **Goldwaschen** teil. Zertifikat und Fundgarantie inbegriffen.

Im wunderschön gelegenen Hotel Bergruh in Bramboden finden anschliessend **Generalversammlung, Willkommensdrunk** und ein spezielles **Goldwäscher-Nachtessen** statt.

Da Anfahrt und Rückweg doch ziemlich zeitaufwändig sind, können sich Interessierte bereits jetzt **ein Zimmer** im Hotel Bergruh, 6167 Bramboden, Tel. 041 484 26 08, www.bramboden.ch, hotel@bramboden.ch, **reservieren**.

Wir freuen uns wieder auf eine aussergewöhnliche Generalversammlung in einer wunderschönen Gegend mitten im Bergfrühling.

Weitere Informationen und die **gesamten GV-Unterlagen** werden termingerecht bis Mitte April an die Mitglieder verschickt.

Vorwahl 01 wird 044

Ab **1. März 2005** haben die Fernmeldedienstleister in ihren Telefonnetzen **die Vorwahl** vom ehemaligen **01 auf 044 umgestellt** (der Parallelbetrieb 01 und 044 wird bis März 2007 garantiert). Sämtliche anrufenden Telefonnummern werden auf den Displays automatisch mit der Vorwahl 044 angezeigt.

Gespeicherte **01-Nummern** in Datenbanken, Verzeichnissen, Briefschaften und übrigen Printauftritten **sollten** nach der Umstellung auf die neue Vorwahl 044 **geändert werden**, damit eingehende Anrufe weiterhin mit richtigem Namen angezeigt werden. Mehr über die wichtige Neuerung findet sich unter www.bakom.ch/044.

Geschäftsstelle, Vorstand

Genutzte Chancen mit europäischen Praktikanten

Die Berner Fachhochschule vermittelt im Auftrag des BBW Bundesamtes für Bildung und Wissenschaft mit ihrem in Biel ansässigen **Mobilitätsbüro StudEx** ausländische Praktikanten aller Fach- und Studienrichtungen in Unternehmen der Deutschschweiz. Diese **Praktikervermittlung** erfolgt im Rahmen des europäischen Bildungsprogramms „Leonardo da Vinci“, an welchem jährlich mehrere tausend Jugendliche aus ganz Europa teilnehmen.

StudEx vermittelt diese **ausländischen Praktikanten**, die ihr Studium soeben abgeschlossen haben oder kurz vor dem Abschluss stehen, **kostenlos an Schweizer Firmen**. Gemäss Aussage aus den eigenen ASW-Reihen sind die Jugendlichen topmotiviert, flexibel und bereit, viel in die einmalige Lebenserfahrung zu investieren.

Agenturinhaberinnen und -inhaber, die mehr darüber erfahren wollen, sollten unbedingt den beigelegten Flyer „Chancen bieten – Chancen nutzen“ der StudEx beachten.

Lauterkeitskommission beansprucht Bearbeitungsgebühren

Es war zu erwarten. Die **Schweizerische Lauterkeitskommission** (Stiftung der Schweizer Werbung für die Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation) stösst an ihre finanziellen Grenzen. In den letzten Jahren ist die Anzahl der Beschwerden erheblich gestiegen, die Zuwendungen an die Stiftung sind aber weitgehend gleich geblieben.

Aufrufe in der Branche, die grundsätzlich ein Interesse an dieser wichtigen Institution haben sollten, **verhalten** leider **ungehört**.

Über **40 Jahre** beurteilte die Lauterkeitskommission Beschwerden **unentgeltlich**. Seit 1. Januar 2005 müssen Mitbewerber im Markt, die gegen einen Konkurrenten Beschwerde erheben, eine pauschale **Bearbeitungsgebühr** von 500 Schweizer Franken entrichten.

Berichte aus der ASW



Werte statt Versprechen

So lautet der Titel des neuen Flyers der **Allianz Schweizer Werbeagenturen**. Sein Inhalt erlaubt einen Blick hinter die Kulissen eines fortschrittlichen Fachverbandes.

Darin **betont die ASW**, dass es ihren Agenturen nicht darum geht, eigene Visionen oder sich selbst zu verwirklichen, sondern darum, **ihren Auftraggebenden** zuerst **zuzuhören** und danach die passenden Möglichkeiten aufzuzeigen. Möglichkeiten, die den Anforderungen der auftraggebenden Unternehmen gerecht werden.

Der sechsstufige Flyer im A5-Format **informiert Interessenten** anhand kurzer Statements über die ASW, ihr Erfolgsgeheimnis, über Wertigkeit, über Entscheidungshilfen und über ihr Engagement im Umfeld der gesamten kommerziellen Kommunikation.

Der Flyer liegt diesem Flash bei, weitere Exemplare können bei der Geschäftsstelle angefordert werden.

Für die Produktion danken wir unserem Inter-Mitglied **Zürcher Druck + Verlag AG, Rotkreuz**, herzlich.

Nur dank wiederkehrender Unterstützung unserer **ASW-Inter-Mitglieder** ist es uns möglich, jeweils solche Projekte kostenminimiert oder kostenlos aufzulegen.

Unter Beachtung des beigelegten **«ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis»** empfehlen wir bei einer der nächsten Auftragsvergabe auch eines unserer Inter-Mitglieder in die Evaluation einzubeziehen.

Erfolgreiche Partnerschaft: «Druckmarkt»/ASW



Gemeinsam mit der «gib»Zürich, dem VSD, dem Managementmagazin für Print und Publishing «Druckmarkt» und der ASW wurden Agenturen, Druckvorstufe und Druckereien am 20. Januar 2005 zum **Tagesseminar „Streit vermeiden. Gut zum Druck.“** geladen. Über zwei Dutzend Interessenten fanden sich zur workshop-ähnlichen Informationsveranstaltung ein.

Gemeinsam erwarben sich die Teilnehmenden von qualifizierten Referenten **aktuellstes Know-how von der Vorstufe bis zum**

Berichte aus der ASW

(Fortsetzung) Erfolgreiche Partnerschaft

Druck; wobei die in der Praxis von Auftraggebern bis zur Selbstgefälligkeit ausgenutzte Vormachtstellung verbreitete Ansicht, der Drucker als Dienstleister sei verpflichtet, für Qualität zu sorgen – ohne dass die zur Verfügung gestellten Daten einer solchen Qualitätspflicht unterliegen – weitgehend relativiert werden konnte.

So waren sich die Veranstalter auch einig, dass die **Zukunft der Druckindustrie** nicht von den angebotenen Systemen und Maschinen, nicht von den einzelnen Standards und von aktuellen Marktführern abhängig sei, sondern einzig und allein von der **Intelligenz der Anwendung**, dem Know-how bei den Anwendern. Die wichtigste Investition in die Zukunft heisst, **in die Köpfe der Mitarbeitenden zu investieren** und Unternehmen auf Auftraggeber- und Auftragnehmerseite so kompetent und „kollektiv intelligent“ zu machen.

Messung der Werbeinvestitionen

Verlässliche **Informationen über die Bruttowerbeinvestitionen** nationaler und überregionaler Werbeauftraggeber in allen relevanten Medien bietet die **WEMF AG für Werbemedienforschung**. Als neutrale und nicht gewinnorientierte Organisation stellt sie der Werbewirtschaft mit der Datenbank **AIS Advertising Index Switzerland** Budgetaufwendungen aller Branchen zur Verfügung.

So lassen sich die Werbetätigkeit ganzer Branchen oder einzelner Konkurrenzfirmen detailliert nach beworbenen **Produkten, Werbemitteln, zeitlichem Ablauf** der Kampagnen und den eingesetzten **Finanzen** analysieren. Für jede Marketing-, Verkaufs- und Werbestrategie sowie detaillierte Konkurrenzanalyse eine unverzichtbare Basis und ein Muss für gezieltes Vorgehen.

Erfasst werden die einzelnen Werbemittel wie **Zeitungen, Publikumszeitschriften, Fachzeitschriften, Radio, Television, Teletext, Plakate, Kino und Online-Werbung** unter Angabe des beworbenen Produkts, der Formate, Farben, Erscheinungsdaten, Platzierungen und Kosten.

Monatlich veröffentlicht die WEMF eine **AIS-Übersicht** mit Umsätzen nach Branchen und Medien gratis auf www.wemf.ch. Gegen jährliche Lizenzgebühren (richten sich nach Höhe der Werbestreukosten) erhalten Agenturen oder Werbeauftraggeber jederzeit Online-Zugriff auf sämtliche Detailangaben.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Gelungene Dreikönigstagung

Der Veranstaltungsreigen wurde auch dieses Jahr mit der **gelungenen Dreikönigstagung**, organisiert vom Medieninstitut des Verbandes **Schweizer Presse**, gestartet. Mit 450 Teilnehmenden verzeichnete sie einen Teilnahme-Rekord.

Der **Verbandspräsident, Hanspeter Lebrument**, vertrat einmal mehr konsequent seine bekannten Positionen zum Gesamtarbeitsvertrag, der Medienkonzentration, der Mediengesetzgebung und des Presserats. Auch die nachfolgenden **Referate und Podiumsgespräche** wurden weitgehend hervorragend beurteilt und das Medienecho in den darauffolgenden Tagen war beachtlich und positiv.

Für vielversprechende und sympathische Abwechslung sorgte das „**Duo ohne Rolf**“ aus Luzern, das eine äusserst originelle Einführung und später nicht minder amüsante Verabschiedung bot. **Ohne ein einziges gesprochenes Wort**, nur mit Kurztexen, gezeigt auf umklappbaren Papierbogen, brachten sie es in kürzester Zeit fertig, die Anwesenden auf das Nachfolgende einzustimmen.

Publisuisse: 40 Jahre Werbefernsehen

Gegen den Widerstand der grossen Verlagshäuser bewilligte der Bundesrat seinerzeit die **Fernsehwerbung in der Schweiz**. Am **1. Februar 1965** startete ein erster Werbeblock mit Schwarz-Weiss-Spots – und damit begann eine eigentliche Erfolgsgeschichte über die dieses Jahr viel berichtet wurde.

Publisuisse (vormals AG für das Werbefernsehen), die kommerzielle Partnerin und Tochtergesellschaft der SRG SSR idée suisse, hat als **Vermarkterin der ersten Stunde** bis dato rund 6,7 Milliarden Franken erwirtschaftet. Damit leistet sie einen **substanziellen Beitrag an die Finanzierung der Programme**. Von 1993 bis 2003 haben sich sowohl das Volumen als auch der Marktanteil der Fernsehwerbung in der Schweiz verdoppelt. Bis 2006 sollte die Grenze von 600 Mio. Franken Netto-Jahreswerbeumsatz überschritten werden.

Zum 40. Geburtstag und mit dem Ziel, **Fernsehwerbung noch attraktiver** zu machen, startet die publisuisse ab diesem Monat in den Werbeblöcken von SF DRS, TSR und TSI das **TV-Spot-Rätsel publiQuiz**. Dabei wird ein bekannter TV-Spot in einem Satz umschrieben und die Zuschauenden haben die Möglichkeit, aus vier vorgegebenen Antworten das **richtige Produkt** oder die **richtige Marke** zu tippen. Es winken attraktive Preise.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Schweizerischer Marketingtag/ Marketing Trophy 2005

Der schweizerische Marketingtag, organisiert von **SWISS MARKETING SMC**, mit Verleihung der Marketing Trophy 2005 im KKL Luzern verzeichnete mit seinen knapp 800 Teilnehmenden eine Rekordbeteiligung.

Rund 450 Unternehmen und Non-Profit-Organisationen hatten die Unterlagen zur Ausschreibung der **Marketing Trophy 2005** angefordert. Die Vergabe der Auszeichnungen erfolgte im Beisein von **Bundesrat Joseph Deiss**, der zuvor die schwierigen Rahmenbedingungen der Schweizer Wirtschaft und den nicht zu unterschätzenden Beitrag des richtungsweisenden Marketing zum Wirtschaftswachstum hervorhob.

Vergeben wurden wieder Trophys für Grossunternehmen (über 300 Mitarbeitende), Mittelgrossunternehmen (50 – 300), Kleinunternehmen (1-49) sowie Non-Profit-Organisationen (NPO) in Gold, Silber oder Bronze. Der **Publikumspreis** gewann das bereits vielfach ausgezeichnete Blindenwohnheim Mühlehalde, Zürich.

Neuer Wettbewerb: Crossmedia Award

Der neu ausgeschriebene Crossmedia Award soll **das vernetzte Denken und Handeln von Kommunikation** und den innovativen Umgang **mit verschiedenen Medien** fördern. Unweigerlich besteht hier noch ein riesiges und kaum ausgeschöpftes Potenzial an kreativen und erfolgreichen Lösungen.

Initiantin und Veranstalterin des erstmals ausgeschriebenen Awards ist die **Goldbach Media**. Die Verleihung erfolgt an der kommenden Mediaarena am 1. Juni 2005.

Mit dem Crossmedia Award '05 soll die **erfolgreichste crossmediale Kampagne** ausgezeichnet werden, die vom Juni 2004 bis März 2005 publiziert respektive eingesetzt wurde.

Der Preis ist mit **10 000 Euro** dotiert. Einsendeschluss ist der 27. April 2005. Mehr Informationen und die Teilnahmebedingungen sind unter www.crossmediaaward.ch zu finden.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Golden Award of Montreux

Der Gipfelsturm auf Montreux ist in vollem Gange. Noch bis 15. März 2005 können Arbeiten eingereicht werden. Arbeiten aus den Bereichen **Film, Print, Web/Multimedia** und neu auch erstmals Creative Use of Media. Die Registrierung ist auch online möglich: www.goldenawardmontreux.com.

Zwischen dem 19. und 21. April treffen sich dann am Genfer See Kommunikationsverantwortliche aus Werbung, Film und Multimedia am renommierten **17th International Advertising + Multimedia Festival** Golden Award of Montreux. Nebst interessanten Referaten von Auftraggebern und Werbern werden Workshops veranstaltet und Juroren aus 16 Ländern vergeben Gold in den obenerwähnten Kategorien.

Best of Swiss Web Awards

In den letzten Wochen wurden gegen zweihundert Web-Projekte eingereicht, die Ende März definitiv von einer unabhängigen Fachjury beurteilt werden sollen. Mit der Verleihung der **Best of Swiss Web Awards** und des **Master of Swiss Web** werden alljährlich in 7 verschiedenen Kategorien Web-Technologien ausgezeichnet, die durch Qualität, Innovation und erfolgreichen Einsatz überzeugen.

Die Verleihung der Auszeichnungen findet am 4. Mai 2005 anlässlich der **Best-of-Swiss-Web-Award-Night** in der Maag-Event-Halle in Zürich statt. Hauptsponsor ist Bluewin, neu dazu gekommen sind Microsoft Schweiz sowie Publicitas Web Services. Gemeinsam tragen sie dazu bei, Best of Swiss Web als einzigartigen **Gradmesser der ICT-Branche** zu positionieren.

Aussenwerbungsverband mit neuem Präsidenten

Die Delegierten der **FEPE International** haben vor kurzem **Christian Kauter**, CEO der APG/Affichage Holding SA und Präsident des Fachverbandes **AWS Aussenwerbung Schweiz** zum neuen Präsidenten gewählt. Damit hat der Weltverband der Aussenwerbung knapp drei Monate vor dem geplanten Jahreskongress in Lissabon seine oberste Führung neu besetzt.

Othmar Casutt, Leiter Public Relations bei der APG und gleichzeitig Geschäftsführer der AWS Aussenwerbung Schweiz wurde gleichzeitig zum neuen **Generalsekretär** der FEPE International gewählt.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Neuer BAKOM-Direktor

Als Nachfolger von Marc Furrer hat der Bundesrat Dr. iur. **Martin Dumermuth** zum neuen Direktor des **Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM)** gewählt. Der neue Direktor, bereits seit zehn Jahren Vizedirektor im BAKOM, hat am 1. März 2005 seine Stelle angetreten.

Seine Berufslaufbahn begann der Jurist und Fürsprecher 1983 als Assistent am Seminar für öffentliches Recht der Universität Bern. 1994 übernahm er die Leitung der Abteilung Radio und Fernsehen des seinerzeit vor kurzem gegründeten BAKOM.

Das Bundesamt für Kommunikation **bereitet Entscheide** des Departements, des Bundesrats und des Parlaments sowie der ComCom (Eidgenössische Kommunikationskommission) **in den Bereichen Fernmeldewesen und elektronische Medien vor und vollzieht sie.**

Hinweise

2. Exklusivseminar für Werbe- und Mediaagenturen

Interessenten, welche ihre **Qualifikation in den Schlüsseldisziplinen** Marketing-Management, Marken- und Kommunikationsmanagement, Kampagnen-Management sowie Agentur-Management gezielt ausbauen möchten, verlangen auf der ASW-Geschäftsstelle die soeben eingetroffenen Seminarunterlagen „**Strategic Planning**“ des Instituts für Marketing und Handel der Universität St. Gallen.

Das Seminar bietet Teilnehmenden die Möglichkeit, in **4 Seminarblöcken** vom April bis September 2005 Kenntnisse in der Führung von Werbe- und Mediaagenturen **unter Anleitung qualifizierter Referenten** aus Wissenschaft, Werbe- und Unternehmenspraxis zu erwerben und vertieft weiter zu entwickeln.

ASW-Seminar Teilnehmer, die der letzten Ausschreibung Folge leisteten, fanden nur lobende Worte über die lehrreiche, zertifizierte Weiterbildungsmöglichkeit.

Hinweise

Druckreif bis ins Detail

Für Schnellentschlossene, die ihr Produktionswissen wieder etwas auffrischen und vertiefen möchten, empfiehlt sich der kommende **GFZ-Vortrag „100% PDF – druckreif bis ins Detail“** von Daniel Mayerthaler vom Donnerstag, **17. März 2005, um 20.00 Uhr**, im Hotel Inter-Continental Zürich.

„Proof Yourself“ (Eigenentwicklung von D. Mayerthaler, Neuenhof) ist das **einzigste Lösungspaket seiner Klasse**, das Elemente des Proofens, des Pre-Checks, des Farbmanagements und der semantischen Code-Führung von PDF-Files vereint.

Die Vorträge vom GFZ sind **gratis**. Beigelegt finden sich auch weitere Veranstaltungen des GFZ und eine Ausschreibung der «gib»Zürich.

ASW-Mitglieder und ihre Mitarbeitenden profitieren von **vergünstigten Angeboten** des GFZ Grafisches Forum Zürich und der «gib»Zürich Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation. Stete Weiterbildung lohnt sich immer.

Beilagen

«Werte statt Versprechen», ASW-Flyer
 «Chancen bieten – Chancen nutzen»
 ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis 1/2005
 «gib»-Zürich + GFZ-Seminareinladungen

Impressum

Redaktion

ASW-Geschäftsstelle
 Peter Grob (Geschäftsführer*)
 Breitestrasse 1, Postfach 466
 8304 Wallisellen
 Tel. 044 831 15 50
 Fax 044 831 14 24
 info@asw.ch
 www.asw.ch/www.werbeleistungsvertrag.ch

ASW-Vorstandsmitglieder

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

*=Präsidium