

Info-Flash 1/2006

März 2006

Inhalt/Rubriken:

Geschäftsstelle, Vorstand

- Herzlich willkommen Seite 2
- Zwei neue Vorstandsmitglieder Seite 2
- Ausschluss als Aktivmitglied Seite 2
- Wichtige Termine Seite 3
- ASW-Bibliothek Seite 3
- Ein spezielles Dankeschön Seite 4
- Werbeleistungsvertrag 2-seitig Seite 4
- Geschützter Mitgliederbereich Seite 4
- All-in-One-Set als Beilage Seite 5

Berichte aus der ASW

- Mangels Interesse abgesagt Seite 5
- Rückblick ASW-Infoshop
«Bildverwertung/Bildrechte» Seite 6
- Apéro bei smp in Basel Seite 7
- Fürs Auge, Gemüt und Magen Seite 7
- Werber des Jahres Seite 8
- Rechtsliteratur-Verlag wieder
100%ig bei Stämpfli Seite 8

Berichte aus dem ASW-Umfeld

- Kein Verzicht auf Subventionen Seite 9
- SAWI-Tagesschüler ausgezeichnet Seite 9
- ADC vergibt nur ein Mal Gold Seite 10
- Gipfeltreffen für junge Aufsteiger Seite 10
- Schweizer Fernsehen überzeugt Seite 11
- Neues RTVG verabschiedet Seite 11
- Überarbeitete Plakat-
Produktionslinien Seite 12
- Crossmedia Kompressor Seite 12
- Ausschreibung Swiss Award
Corporate Communications Seite 12
- Crossmedia Award 2006 Seite 13

Hinweise

- GfM-IMB Marketingleiterkurs Seite 13
- Einladung 41. GFZ-GV Seite 13
- „Du“ im Brief wieder gross Seite 14

Beilagen Seite 14

Impressum/Vorstandsmitglieder Seite 14

Gemeinsam anpacken ist wirkungsvoller...

Schnee, Schnee und nochmals Schnee. Doch heute bereits wieder Schnee von gestern. Die wetterbedingten Ausnahme-situationen in unserer Gegend haben in den letzten Wochen einmal mehr gezeigt, dass unsere normalerweise eher behäbige Bevölkerung mit wenigen Ausnahmen auch Solidarität zeigen kann. Jung und alt, ob Ausländer oder Schweizer, Nachbar oder Mitbewohner befreiten sich gemeinsam und gegenseitig mit unterschiedlich grossem Vergnügen von den unerwartet eingetroffenen Schneemassen. Nebst freien Garageneinfahrten oder wieder begehbaren Trottoirs entstanden herrliche Schneehütten und manch lustiger Schneemann. Tatsachen so hinnehmen wie sie eben sind, das Beste daraus machen, ja sogar Nachbarschaftshilfe leisten und sich dann gemeinsam am Erfolg freuen, hiess es zum ersten Wochenende des Frühlingsmonats.

Liesse sich das nicht auch bestens in den Geschäftsalltag übertragen? Wie oft wurden wir schon von unerwarteten Gegebenheiten überrascht und schafften den Tag gemeinsam trotzdem mit Erfolg. Vielleicht müsste man sich öfters wieder einmal an die wertvollen Dienste seiner Mitarbeitenden erinnern, welche verborgenen Talente es da zu entdecken und zu fördern gilt. Bewusst gemeinsam, auch bei Unannehmlichkeiten, mit Anstand und Fairness aufeinander zu zugehen, sich offen zu begegnen, sich gegenseitig zu motivieren und mehr zu vertrauen, und abschliessend nach gemeinsamem Erfolg wieder einmal von Herzen danke zu sagen.

Wie Projekte ganz im Sinn kreativer Verarbeitung metertiefen Schnees angepackt werden können, zeigt der Zusammenarbeitsvertrag unter ASW-Agenturen „Allianz Agreement“, der Realisationen von Projekten regelt, die möglicherweise den Rahmen einer kleineren ASW-Agentur sprengen und mit einer oder mehreren Agenturen gemeinsam erfolgreich angepackt werden. In Vorbereitung ist auch eine weitere interessante Zusammenarbeitsmöglichkeit, wo gemeinsames und trotzdem individuelles Vorgehen nicht nur unseren Auftraggebern sondern auch jeder Agentur lukrativen Nutzen bringen wird.

Mehr darüber schon bald im Detail.

Die Geschäftsstelle

Geschäftsstelle, Vorstand

Herzlich willkommen

Wir freuen uns, unseren Mitgliedern mitzuteilen, dass die

Werbeagentur **Peter Droz AG**
 Aufnahmeträger: Pipo (Philipp) Droz
 Witikonstrasse 77, **8032 Zürich**
 Tel. 044 422 22 40, pipo.droz@peterdroz.ch

vom Vorstand – auf Grund des vorgelegten Besuchberichtes –
zur Aufnahme in die ASW empfohlen wird.

Sofern gegen diesen Beschluss nicht innerhalb 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.

Zwei neue Vorstandsmitglieder



An der diesjährigen ASW-Vorstandsklausur nahmen die
 beiden bereits sehr aktiv und engagiert teil: **Daniela Müller**,
 von müller & partner ag, Aarau und **Michael Waldvogel**,
 von idfx, Wädenswil, haben sich schon letzten Herbst für
 die Mitarbeit im ASW-Vorstand angeboten. Sie passen
 hervorragend ins Gremium und werden **an der General-
 versammlung zur Wahl vorgeschlagen.**

Ausschluss als ASW-Aktivmitglied

An seiner Sitzung vom 20. Januar 2006 beschloss der
 Gesamtvorstand der ASW in **letzter Konsequenz** das Mitglied

- **Kurt Marti** (Aufnahmeträger)
 von der **MARTI Werbung ASW**
 Bernstrasse 30, **3280 Murten**,

mit sofortiger Wirkung auszuschliessen.

Der **Ausschluss aus der ASW** erfolgt mit der Begründung, dass
 das ausgeschlossene Mitglied wiederholt seinen statutarischen
 Pflichten nicht nach kam und damit in unfaire, unkollegialer
 Weise den Interessen der ASW und seinen Mitgliedern zuwider
 handelte.

Geschäftsstelle, Vorstand

Wichtige Termine zum Vormerken

- ▶ **Donnerstag, 30. März 2006**
SWA Jahresmeeting in Zürich
- ▶ **Mittwoch, 5. April 2006**
16. GfM Marketing-Trend-Tagung in Zürich
- ▶ **Donnerstag, 6. April 2006**
41. ord. Generalversammlung des GFZ in Zürich
- ▶ **Freitag, 21. April 2006**
Tag der Werbung, Lake Side Zürich
- ▶ **Freitag, 19. Mai 2006**
43. ASW-Generalversammlung in Basel

Neue Bücher in der ASW-Bibliothek

Rubrik: Führung, Management

Unternehmens-Bewertung und Steuern für KMU

Praktischer Leitfaden für Verkäufer, Käufer, Treuhänder
 Autor: Michael Leysinger
 Verlag: Legatex Leysinger AG, Solothurn
 ISBN-Nr.: 3-906732-09-6, Jahrgang: 2006, 337 Seiten

Rubrik: Jahrbücher, Nachschlagewerke, Lexika

DIE CHANCE NUTZEN – REFORMEN MUTIG VORANBRINGEN, Jahresgutachten 2005/2006

Herausgeber: Sachverständigenrat zur Begutachtung
 der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung,
 Statistisches Bundesamt, Wiesbaden
 ISBN-Nr.: 3-8246-0767-0, Jahrgang: 2005, 650 Seiten

Bücher aus der ASW-Bibliothek ausleihen

Der neue **Katalog 2006** als pdf und das Online-Bestell-
 formular stehen jetzt auf der Homepage zur Verfügung
 (> www.asw.ch > Services > Bibliothek)

Zur Zeit beinhaltet die ASW-Bibliothek rund 400 Werke,
 die von **ASW-Mitgliedern** für 4 Wochen unentgeltlich
 ausgeliehen werden können.

Geschäftsstelle, Vorstand

Ein spezielles Dankeschön

Ein aktiver Branchenverband, der finanziell aber nur beschränkt auf Rosen gebettet ist, freut sich immer wieder auf Unterstützung ihrer **assoziierten Mitglieder** oder auf andere Zuwendungen freundlich gesinnter **Medienvermarkter** und **Werbegesellschaften**.

Heute danken wir unserem **ASW-Inter-Mitglied**, der **Zürcher Druck + Verlag AG**, Rotkreuz, ganz herzlich für ihre Bereitschaft und ihr finanzielles Engagement beim Druck unserer Gruss- und Begleitkarten.

Gleichzeitig weisen wir darauf hin, dass unserem Flash auch wieder ein neues **«ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis»** beiliegt. Unsere Inter-Mitglieder arbeiten gern für uns. Wir müssen sie bei einer nächsten Auftragsvergabe nur mitoffrieren lassen.

Endlich: Werbeleistungsvertrag 2-seitig

2001 wurde der „**Werbeleistungsvertrag**“ von der ASW ins Leben gerufen. Seine Grundsätze sind vielen Auftraggebern inzwischen bekannt. Mit dem „Werbeleistungsvertrag“ hat die Allianz Schweizer Werbeagenturen einen Branchenstandard geschaffen, der die Zusammenarbeit zwischen Auftraggebern und Agenturen in jeder Hinsicht **umfassend und fair** regelt.

Übersichtlich und grosszügig gestaltet umfassen die Grundsätze des „Werbeleistungsvertrags“ 19 A4-Seiten.

Im Vergleich zu den **Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Banken und Versicherungen**, die normalerweise 4 Seiten und mehr Kleingedrucktes umfassen, eine respektable Auslegung, die gewissen Auftragspartner einige Mühe hinsichtlich Akzeptanz abrangen. Dies zwang uns, den „**Werbeleistungsvertrag**“ als **unverändertes Vertragswerk** ebenfalls **auf 2 A4-Seiten** zu gestalten. Das Dokument findet die ASW-Agentur im geschützten Mitgliederbereich auf www.asw.ch. Wir sind dabei überzeugt, dass die regelnden Grundsätze ab sofort noch verstärkt bei den Kunden zum Einsatz kommen.

www.asw.ch: „geschützter Mitgliederbereich“

Der für **ASW-Agenturen** „geschützte Mitgliederbereich“ auf www.asw.ch wurde im letzten Monat stark ausgebaut – es lohnt sich also, wieder einmal „rein zu schauen“. Nebst den Angeboten der beiden Partnerschaften mit **RDB** und **ASW-DOKUSET**, finden sich viele **Dokumentationen**, wichtige **Formulare** und **Checklisten** für den gesamten Agenturalltag.



Geschäftsstelle, Vorstand

All-in-One-Set für Marketing und Media

Wie bereits letztes Jahr erhalten **ASW-Aktivmitglieder als Beilage gratis** das überarbeitete All-in-One-Set. Dieses gibt dem Benutzer in kürzester Zeit Auskunft über Zahlen und Fakten aller Medien.

Der **Best Practice-Atlas für Marketing-Kommunikation** ist für Praktiker wie auch für Neueinsteiger in die Mediaplanung ein äusserst nützliches Werkzeug. Besonders in der beruflichen **Aus- und Weiterbildung** leistet er ausgezeichnete Dienste.

Im **All-in-One-Set** finden sich ausserdem die **Werbefibel 2006** von Ringier, der **Print-Media-Planer 2006** von der Publicitas sowie das **Vademecum 2006** von der IHA-GfK. Der **Electronic Media Guide 2005** von der Goldbach Media haben wir letztes Jahr im Juni versandt. Dieser ist noch aktuell und wird erst wieder im kommenden Mai/Juni nachgeschickt.

Auch dieses Jahr haben wir wieder **einige Exemplare als Reserve** bereit gestellt. Sollte es Agenturen geben, die gern ein zweites Set beansprucht hätten, können sie dieses bei uns **solange Vorrat** abrufen.

Berichte aus der ASW

Mangels Interesse abgesagt

Mit dem Ziel der Klärung von schwierigen Beratungs- oder Projektsituationen wollte sich ein ausgeschriebener **Tages-Workshop** befassen. Das hochinteressante Thema hiess «**Beratungssituationen verbessern – neue Erkenntnisse gewinnen – der optimale Platz im System des Kunden finden**».

Als **externer Berater** läuft man oft Gefahr, in ungewollter Weise in die Organisation eines Auftraggebers hineingezogen zu werden. Nicht selten **werden wir als Stellvertreter** einer internen Position einer von uns zu beratenden Unternehmung **missbraucht** um Entscheidungen zu fällen, Projekte voranzutreiben oder Strategien umzusetzen. Die eigentlichen Verantwortlichen haben Angst, delegieren das Risiko, können sich nicht entscheiden oder verzögern bewusst oder unbewusst den Ablauf des Projekts.

Die Thematik des angebotenen Seminar wäre sicher sehr brisant gewesen. Bedauerlicherweise musste die Veranstaltung mangels Interessenten abgesagt werden.

Berichte aus der ASW

Rückblick: ASW-Infoshop

«Bildverwertung/Bildrechte» und «ASW-DOKUSET»

Knapp 30 Interessierte fanden sich am 31. Januar 2006, am späteren Nachmittag, bei der Ringier AG an der Dufourstrasse in Zürich zum ausgeschriebenem **ASW-Infoshop** ein.



Nach einer kurzen Einführung durch den ASW-Präsidenten Diego Bally informierte **André Maerz**, Leiter e-Content der Ringier AG, über das umfassende Angebot der **Ringier AG Specter**, der Nr. 1 für Bilder in der Schweiz.

In einem zweiten Teil referierte **Peter Clerici**, Leiter RDB Ringier Dokumentation Bild, über das Thema „**Rund um die Bildverwendung**“, erklärte alles über Bildrechte, mögliche Bildverwendungen in Werbeagenturen, informierte über Copyrights, Urheberrechte, Markenschutz, Geistiges Eigentum, Persönlichkeitsrecht, Nutzungsrechte von lizenzpflichtigen und lizenzfreien Bildern. Speziell wies er darauf hin, dass bei widerrechtlicher Bildverwendung alle bis zum Endkunden haftbar sind.



Im Anschluss stellte er das **Bildangebot der RDB Ringier Dokumentation Bild, der Corbis und Specter** vor. Er umriss dabei die **Zusammenarbeit** der RDB mit **ASW-Agenturen**, die Leistungen, Spezifikationen und der Umfang des Angebots, gab Bestelltipps und beantwortete viele für die Allgemeinheit interessante individuellen Fragen.

ASW-Agenturen klicken auf der Frontseite von www.asw.ch „**Die Online-Bilddatenbank für ASW-Mitglieder RDB**“ an, wählen den Navigationsbegriff „RDB-Bildsuche“, kommen aufs Anmeldeformular, klicken auf „Registration“ und fordern ihr persönliches Passwort an, das ihnen von RDB zugestellt wird.

Nach einer kurzen Erfrischungspause führte uns **Otto Mischler**, Daniel Straumann AG, Dielsdorf, nochmals eingehend in die von der ASW für ihre Aktivmitglieder **gratis zur Verfügung** gestellte **Mediendatenbank „ASW-DOKUSET“** ein. Er erklärte eingehend was eine Mediendatenbank ist und was sie kann, stellte verschiedenste Praxisbeispiele vor und zeigte die Möglichkeiten im **crossmedialen Einsatz** auf, verglich Mediendatenbanken mit Internettechnologien und erklärte detailliert wie „**ASW-DOKUSET**“ funktioniert und welchen Nutzen sie **kostenlos** jeder Agentur bringt. Bereits im Dezember 2004 erhielten die Agenturen ihre Zugangsberechtigungen – diese können jederzeit bei der Geschäftsstelle nachgefragt werden.

> HINWEIS:
zur Kontrolle der übertragenen Nutzungsrechte (wer, wann, was, wofür), findet die ASW-Agentur im geschützten Mitgliederbereich das Dokument „Rechteregister“.

Zum Schluss der interessanten Veranstaltung verwöhnte die Ringier AG die Teilnehmenden mit einem gepflegten Apéro und erlesenen Häppchen. Unserem Gastgeber möchten wir nochmals herzlich danken.

Berichte aus der ASW



Neujahrsapéro bei smp in Basel

Schön verschneit präsentierte sich Basel am 26. Januar 2006 als die **ASW-Agentur smp, Schenk, Müller & Partner AG**, zum Apéro „Serata Italiana“ einlud.

Kunden, Lieferanten, Freunde und Bekannte wurden herzlich von den beiden Inhabern Rolf Schenk und Hannes Müller empfangen. In den grosszügigen **Agenturräumen** herrschte auch schon bald rege Geselligkeit und heiteres Geplauder rund um die reichhaltigen Apérobuffets.

Den Gästen war anzumerken, dass sie gerne – ganz dem Motto des Abends getreu – mit dem gesamten smp-Team auf einen **Erfolg versprechenden Start** und ein **unbeschwertes Jahr** angestossen haben.

Gleichzeitig lancierte die Agentur auch eine Kooperation mit der **ipw Marketing AG, ASW** in Basel. Unter der Marke „**DREILAND**“ betreuen die Agenturen gemeinsam umfangreiche Projekte und Mandate, bleiben dabei aber weiterhin eigenständig.

Fürs Auge, Gemüt und Magen



Bereits am 13. Januar 2006 lud die **Kromer Print AG**, Lenzburg, zum 4. Winternachtsfest. Nach drei erfolgten früheren Absagen war es Zeit, endlich einmal an der vielgepriesenen Veranstaltung unseres **ASW-Inter-Mitgliedes** teilzunehmen.

Man traf sich am Abend gemeinsam in den **rustikalen Kellergewölben** des überregional **bekanntem «Müllerhaus»** zum stehenden Dinner mit aussergewöhnlichen Köstlichkeiten.

Nach einer herzlichen Begrüssung durch die Unternehmens- und Geschäftsleitung brillierte Hans-Georg Wencke, Chefredaktor DRUCKMARKT, mit einer launigen Parodie zum Thema «Rhetorisch feine und spitze Ansichten zum Zustand der Druckindustrie».

Um 22.00 Uhr gingen die weit über hundert Gäste ins Kino Urban, wo gemeinsam die soeben erstmals ausgestrahlte Liebeskomödie «**Fun with Dick and Jane**» gezeigt wurde.

Nachtschwärmer kehrten um Mitternacht **zurück** und liessen sich abschliessend bei einem Cüpli durch ein überwältigendes Käse- und Dessertbuffet verwöhnen.

Berichte aus der ASW

Werber des Jahres – aus anderer Perspektive

Das **ASW-Inter-Mitglied**, die **Media-Agentur m & m** hat am Valentinstag das erste mal einen «**Award für die Beste Anbieter-Präsentation 2005**» verliehen. Spontan meinte Rolf Suter, Managing Director von m & m dazu: „Mit der Präsentation seiner Medien wirbt man ja auch speziell für seine Produkte. Dies hat uns auf die Idee dieses Awards gebracht.“

Damit effektiv die oder der Beste erkoren werden kann, füllen **nach jeder Medienpräsentation** alle anwesenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von m & m einen Fragebogen aus. Die Beurteilungsergebnisse werden auf einem sogenannten „**Feedbackformular**“ zusammengefasst. Die Auswertungen erhalten die Präsentierenden jeweils ungeschönt und ungeschminkt als offenes Feedback persönlich zugestellt. Die unübliche Beurteilung (man will damit nicht „lehrmeisterlich“ wirken) stiess bis anhin auf durchgehend positive Resonanz und so entschloss sich die Media-Agentur in Zukunft **die beste Präsentation des Jahres** auszuzeichnen. Vergangenes Jahr präsentierten total 66 beurteilte Vermarkter und Verlage.

Mit **Gold für die beste Präsentation 2005** (Werber des Jahres in eigener Sache) wurde Markus Popp von Tillate, mit Silber Yvonne Künzle und Jean-Claude Plüss von Tamedia/Schweizer Familie und mit Bronze Astrid Tellenbach von IP Radio ausgezeichnet.

Rechtswissenschaften-Verlag wieder 100-prozentig bei Stämpfli

Rückwirkend auf Anfang Jahr ist das Berner Familienunternehmen Stämpfli auch wieder Alleinaktionärin der **Stämpfli Verlag AG**. Eine von Reed Elsevier gehaltene Beteiligung von 40 Prozent an dem **Verlag für Rechtswissenschaften** wurde wieder zurückgekauft. Stämpfli war 1997 mit dem britisch-niederländischen Unternehmen eine Partnerschaft eingegangen, mit dem Ziel, die **elektronische Verbreitung juristischer Informationen** in der Schweiz gemeinsam weiter zu entwickeln. Inzwischen hat der Stämpfli-Verlag sein elektronisches Angebot ständig ausgebaut und sich eine starke Stellung im Markt erarbeitet. Daher wollten Stämpfli und Reed Elsevier ihre Zusammenarbeit neu regeln. Anstelle der Beteiligung tritt neu ein Zusammenarbeitsvertrag.

Die **Stämpfli Publikationen AG**, Bern, ein weiterer Zweig aus dem Familienunternehmen, ist seit vielen Jahren als Spezialist für Werbe- und Kunstdruck, Zeitschriften und Publikationssysteme ein engagiertes **ASW-Inter-Mitglied**.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Kein Verzicht auf Subventionierung der Medienunternehmen

Gegen 400 Vertreter aus der **Kommunikations- und Medienbranche** trafen sich zur **8. Dreikönigstagung** der SCHWEIZER PRESSE im World Trade Center, Zürich. Gewisse Referate lieferten nicht unerwartet reichlich Zündstoff für Diskussionen.

Der Präsident des Verbandes **SCHWEIZER PRESSE**, Hanspeter Lebrument, eröffnete die Tagung mit einem vielbeachteten, markanten Referat, wobei er beim **Thema Presseförderung** persönlich für den **Verzicht der Medienunternehmen auf Subventionierung** und für einen funktionierenden Wettbewerb beim Pressevertrieb plädierte. Diese vermeintliche Ankündigung verärgerte gewisse Mitglieder, erstaunte Politiker, empörte Gewerkschafter und rief betroffene Medien zur Intervention auf. Inzwischen wurde an einer Präsidiumssitzung nach eingehender Diskussion der aufgeworfenen Fragen, einstimmig, inklusive Stimme des Präsidenten, die **Beibehaltung der bisherigen Linie** proklamiert.

Fachleute der Medienbranche präsentierten in ihren Referaten neueste Entwicklungen, erfolgreiche Geschäftsmodelle, unterschiedliche Unternehmensstrategien und Visionen der Zukunft. Hochkarätige **Verlagsvertreter** zeigten wie das Printgeschäft auch in Zeiten der neuen multimedialen Entwicklungen funktioniert. Abschliessend wurde **Karl Lüönd**, Initiator und Moderator der Dreikönigstagung und **zurücktretender Leiter des MEDIENINSTITUTS** mit herzlichem Applaus verabschiedet.

SAWI-Tagesschüler ausgezeichnet

Bereits zum 10. Mal führt die **IAA (International Advertising Association)** einen **Konzept-Wettbewerb** für Studenten durch. Dieses Jahr wurde der Contest gemeinsam mit der UNEP (United Nations Environment Programme) ausgeschrieben.

Aus **allen Kontinenten** nehmen – mehrheitlich – Studentinnen und Studenten von Universitäten teil. Das diesjährige Thema lautete: „Recycling Consumer Electronics for a Better Environment“. Die **SAWI-Tagesschüler des Jahrgangs 2005/2006** haben mit **einer ihrer Arbeitsgruppen** den **1. Preis in Europa** geholt.

Die Arbeiten sämtlicher Gewinner aus allen fünf Kontinenten werden nun von einer Jury nochmals begutachtet. Die **schlussendlichen Gewinner**, die „InterAd X World Champions“ werden von der IAA an den vom 20. bis 23. März 2006 in Dubai stattfindenden **World Advertising Congress eingeladen**.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

ADC vergibt nur ein Mal Gold

Jedes Jahr führt der **ADC Art Directors Club Schweiz** einen Wettbewerb zur Jurierung von **Schweizer Werbekampagnen** durch. Dies seit 1976, der Gründung des ADC. Die Vereinigung führender Kreativer hat sich schon damals zum Ziel gesetzt, die Qualität der Werbung zu verbessern.

Juriert wird in den Kategorien **Anzeigen, Aussenwerbung, Design, Film, Fotografie/Illustration, Gesamtkampagne, New Media, Radio** und **Verkaufsförderung**. Die Jury besteht aus Aktivmitgliedern des ADC und juriert seit einigen Jahren nach international geltenden Kriterien.

Bei der diesjährigen Preisverleihung wurde nur **einmal Gold** vergeben. Gold gewann die **Suisse Loterie Romande** von RiveGauche/TBWA mit ihrer dreiteiligen TV-Spot-Serie. In den übrigen Kategorien – eingesandt wurden einige hundert Arbeiten – wurden 10 Mal Silber und 46 Mal Bronze vergeben. Weitere 41 Auszeichnungen kamen auf eine Shortlist. Sämtliche Gewinner werden im neu erscheinenden ADC-Jahrbuch veröffentlicht.

Gipfeltreffen für junge Aufsteiger

„Kommunikation, Marketing und Journalismus im digitalen Zeitalter“ heisst das vielversprechende Motto der diesjährigen **JuniorCom-Veranstaltung** vom 7. bis 9. April 2006 in **Davos**.

Namhafte Referenten zeigen ihre neuesten Kommunikationsprojekte und präsentieren ihre Marketingstrategien sowie die Trends im Journalismus. Begleitet werden die Referate von spannenden **Workshops**, einem tollen **Rahmenprogramm zum Netzwerken**, einem **Bildungs- und Karriereforum** sowie einer grossen Abendveranstaltung mit der Verleihung des internationalen **Medienpreises Davos** und des **Swiss Text Award**. Erstmals wird in Davos auch der **Swiss PR Award** verliehen.

Ziel der **JuniorCom** ist es, jungen Leuten mit kleinen Budgets einen Top-Event zu bieten.

Parallel zur JuniorCom findet auch die **textertagung.ch** statt, welche sich an alle **Texter, PR-Redaktoren** oder **Journalisten** wendet. Bei dieser Tagung dreht sich alles rund ums Schreiben und um die professionelle Medienarbeit.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Schweizer Fernsehen überzeugt

Gemäss den von der **publisuisse** veröffentlichten Informationen waren die **Fernsehprogramme der SRG SSR** im Jahr 2005 in **allen Regionen der Schweiz** klare **Marktleader**. Die gute Qualität und die hohe Glaubwürdigkeit der Programme bieten beste Garantie für ein erfolversprechendes Werbeumfeld. Ausserdem sorgen die durchschnittlich kürzesten und gleichzeitig auch bescheiden geschalteten Werbeblöcke – im Vergleich zur ausländischen Konkurrenz – für eine hohe Akzeptanz und starke Wirkung der TV-Werbung.

Eine Befragung im Auftrag der COOP-Zeitung durch das LINK-Institut zeigt, dass das **Schweizer Fernsehen** auch **bei den Jungen beliebter** geworden ist. 56 Prozent der unter 30-Jährigen und 59 Prozent der in Ausbildung stehenden Personen sind der Meinung, dass sich das Schweizer Fernsehen in den letzten zwei Jahren **positiv entwickelt** hat.

Neues RTVG endlich verabschiedet

In allen strittigen Punkten gab der Ständerat dem Nationalrat nach: Die Totalrevision des **Bundesgesetzes für Radio- und Fernsehen (RTVG)** ist bereit, im Jahr 2007 definitiv in Kraft treten zu können.

Letzte Uneinigkeit war das **Gebührensplitting**. Neu bekommen die **privaten Radio- und Fernsehstationen** feststehende 4 Prozent der 1,1 Milliarden Franken Radio- und Fernsehgebühren. Das ergibt neu 16 Millionen Franken für die Radios (zur Zeit 8 Mio.) und 28 Millionen für die Fernsehstationen (heute 5 Mio.).

Nach wie vor gelten folgende **Werbeverbote**: Werbung für Tabak, Medikamente, medizinische Behandlungen, Politik, Religion und Werbung, welche religiöse oder politische Überzeugungen herabmindert sowie irreführend und unlauter ist. In den **SRG-Radioprogrammen** ist **Radiowerbung verboten**, auch das Sponsoring in den Regionaljournalen.

Das **Alkohol-Werbeverbot** gilt nicht nur für die Radio- und Fernsehprogramme der SRG sondern auch für alle sprachregionalen und nationalen Fernsehsender wie Star TV, Viva/Swiss, Presse TV, Teleclub und die ausländischen Programm- und Werbefenster (Sat1, RTL, M6).

Private Lokalradios und **Regional-TV-Stationen** dürfen für leichte Alkoholikas wie **Wein, Bier und Most** neu Werbung machen.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Überarbeitete Plakat-Produktionslinien

Jetzt wird es noch einfacher. Die **APG** hat ihre Veröffentlichung zur **Plakatproduktion** grundlegend überarbeitet und neu publiziert. Unter www.apg.ch/publikationen will sie damit der rasanten Entwicklung in der Druckbranche Rechnung tragen.

Unterteilt nach den Themenbereichen Papier, Druck, Formate, Logistik und Anlieferung informiert «**APG Plakate: Einfach gemacht**» klar und übersichtlich über die wichtigsten Punkte, die bei der Plakatproduktion zu beachten sind.

Crossmedia Kompressor ausgebucht

Mitte März 2006 startet am **SAWI** ein 4-tägiges **Intensivseminar für Kommunikationspraktiker**, die wissen möchten, wie man **crossmedial** aus einer Vielzahl an Kommunikationsmassnahmen und -möglichkeiten **maximale Synergien erzeugt**.

Crossmedia – die Zukunft der integrierten Kommunikation – bedeutet **die Vernetzung einer Kommunikationsidee** über und mit verschiedenen Medien, die zu einem vertieften, interaktiven Erlebnis einer Marke oder eines Angebots führt und einen Mehrwert schafft.

Die Teilnehmerzahl für das aktuelle Intensivseminar war beschränkt, **dadurch auch früh ausgebucht**. Alle, die abgewiesen wurden oder eine Anmeldung verpasst haben, werden vom SAWI bereits auf **ein 2. Seminar**, welches **im Oktober 2006** durchgeführt werden sollte, vertröstet.

Ausschreibung Swiss Award Corporate Communications

Zum zweiten Mal findet dieses Jahr die Auszeichnung des **Swiss Award Corporate Communications** in Zusammenarbeit mit **Headline**, dem **Kommunikationsclub Aargau/Solothurn**, Zofingen, statt. Der nationale Preis für gute und kreative integrierte Unternehmenskommunikation wird gemeinsam mit Fachhochschulen, Sponsoren und Branchenpartnern vergeben.

Beteiligen können sich **Agenturen** (auch ASW-Agenturen), Unternehmen aller Art, sonstige Organisationen, Institutionen und öffentliche Verwaltungen. Auf die besten Kommunikationsfachleute warten sogenannte „Communicators“, Skulpturen des Tessiner Bildhauers Pedro Pedrazzini.

Detaillierte Informationen finden sich unter www.headline.ch.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Crossmedia Award 2006 auch mit Silber- und Bronze-Auszeichnung

Anlässlich der **Mediarena 06** vom 17. Mai 2006 wird zum zweiten Mal der **Crossmedia Award** von **Goldbach Media** verliehen und gefeiert. Neu sollen aussergewöhnliche Crossmedia-Lösungen nicht nur mit Gold sondern auch mit Silber und Bronze ausgezeichnet werden. Der Crossmedia Award soll das **vernetzte Denken und Handeln von Kommunikation** und den innovativen Umgang mit Medien fördern.

Eine **hochkarätige Jury** aus Spezialisten verschiedener Arbeitsbereiche und Verantwortlichkeiten beurteilt unter Ausschluss der Öffentlichkeit die eingereichten Arbeiten. Nach Entscheid zur Teilnahme **registrieren sich Auftraggeber oder Agenturen** aus Deutschland, Österreich und der Schweiz mit ihren im deutschsprachigen Raum eingesetzten Arbeiten bei www.crossmediaaward.ch.
Teilnahmeschluss ist der 11. April 2006.

Hinweise

Letzte Gelegenheit

Am 9. März 2006 begann der diesjährige **GfM-IMB Marketingleiterkurs**, die umfassende, an einem klaren Berufsprofil orientierte Ausbildung, letztmals unter der **kompetenten Leitung** von **Prof. Dr. Richard Kühn**. Es sind noch wenige Plätze frei.

Schnellentschlossene können noch kurzfristig einsteigen. Weitere **Informationen und Anmeldeunterlagen** finden sich unter www.marketingleiterkurs.ch.

GFZ lädt zur 41. Generalversammlung

In den Unterlagen finden **ASW-Mitglieder** nebst dem **Mitteilungsblatt 2006**, den Informationen zur 41. ord. Generalversammlung des **GFZ Grafisches Forum Zürich** auch die aktuellste **Weiterbildungsagenda** mit vielen ausgeschriebenen **Kursen, Vorträgen** und **TalkForen**.

Als **Partnermitglieder des GFZ** profitieren wir von massiv **vergünstigten Mitgliederpreisen** bei den angebotenen Weiterbildungsmöglichkeiten.

Erstmalig müssen sich **Teilnehmende der Generalversammlung** vom 6. April 2006 im Voraus **anmelden**. Die Anmeldeunterlagen sind in der Werbeagenda zu finden. Anmeldeschluss ist der 24. März 2006.

Hinweise

„Du“ im Brief wieder gross

Der **Rat für deutsche Rechtschreibung** hat anfangs Februar definitive Änderungen für die Gross- und Kleinschreibung beschlossen und damit die vorerst letzten Korrekturvorschläge für die umstrittene Rechtschreibreform vorgelegt. Die **deutsche Kultusministerkonferenz** hat nun entschieden, dass die Vorschläge verbindlich zum neuen Schuljahr eingeführt werden. Damit wird das „**Du**“, „**Dein**“, „**Dich**“ und „**Dir**“ in allen Briefen **wieder gross geschrieben**. (Wir werden uns ab sofort wieder daran halten.)

Nach dieser letzten Verabschiedung erscheint neu als 24. Auflage am 22. Juli 2006 das korrekt aktualisierte **DUDEN-Standardwerk «Die deutsche Rechtschreibung»**.

Beilagen

ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis 1/2006
 All-in-One-Set (nur für Aktivmitglieder)
 GFZ-Weiterbildungsagenda
 GFZ Mitteilungsblatt 2006

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

Diego Bally (Präsident*), dibal@diegobally.ch
Andy Ruf (Vizepräsident*), andy@rufwerbung.ch
Benno Frick (Past President*), info@frick-partner.ch
Claude Hitz, claud.hitz@ergoasw.ch
Patrick Lack, patrick.lack@dialogluckylack.ch

*=Präsidium

Daniela Müller, d.mueller@muellerundpartner.ch
 Michael Waldvogel, waldvogel@idfx.ch