

Info-Flash 1/2008

Juni 2008

Inhalt/Rubriken:

Geschäftsstelle, Vorstand

- Wichtige Termine Seite 2
- Mutationen in unseren Reihen Seite 2
- Neue Bücher
in der ASW-Bibliothek Seite 3

Berichte aus der ASW

- Nachschulung «WLV» Seite 4
- ASW-/GDI-Pioneers Seite 4
- ASW-«Ratatouille»-Seminar Seite 5
- ASW-/Océ-Dinner Seite 6
- ASW-GV Seite 7
- «All-in-One-Set» Seite 8
- 13 Jahre effect-Team Seite 9
- Umwelt-Unternehmerpreis 2008 Seite 9
- Kaister & Partner: Drei Dienstleistungen unter einem Dach Seite 10
- elternet.ch ist online Seite 11

Berichte aus dem ASW-Umfeld

- 18. GfM-Marketing-Trend-Tag. Seite 12
- Publisuisse Mediavision Seite 12
- Swiss Effie 08 Seite 12
- SWA-Jahresmeeting Seite 13
- Tag der Werbung 2008 Seite 13
- Crossmedia Award Seite 14
- Swiss Poster Award 2007 Seite 14
- 10 Jahre IGEM Seite 14
- Jubiläum des SDV Seite 15
- Finale Best Yet 2008 Seite 15

Hinweise

- Neue publisuisse-Mediennutzungsstudie 2008 Seite 16
- 50-Jahre comm-on Seite 16
- Aufsehen um Datenschutz Seite 17
- Best in Print 2008 Seite 17
- Beste integrierte Kommunikation gesucht Seite 18

Beilagen Seite 18

Impressum/Vorstandsmitglieder Seite 18

In eigener Sache

Dies ist der erste Info-Flash in diesem Jahr, denn die Geschäftsstelle gibt diesen Newsletter nur heraus, wenn sie auch etwas über die Allianz und ihre Mitglieder zu berichten weiss.

In den ersten drei Monaten war zwar viel Allgemeines in der Branche los – doch erst im Laufe des Frühlings folgten auch Veranstaltungen direkt aus unseren Reihen. Nebst den wie üblich verschiedenen Tagungen, Fachveranstaltungen, Trendseminarien, General- und Mitgliederversammlungen, Award-Verleihungen und Jubiläen wurde in der Fachpresse über vieles berichtet, nur die ASW kam dabei wie so oft etwas zu kurz.

Wir veröffentlichen hier deshalb gern im Rückblick auch Hintergrundberichte aus den eigenen Reihen, kommentieren Weiterbildungsmöglichkeiten, melden Erfolge unserer Mitglieder und geben Hinweise auf nächste Branchenveranstaltungen.

Unter dem Motto «Vina, Carta und Cucina» lud die Océ (Schweiz) AG, unser neues ASW-Inter-Mitglied, Agenturinhaberinnen und Agenturleiter zu einem aussergewöhnlichen Dinner, einem exklusiven 5-Gänger, kombiniert mit der Vorstellung von „High-Value-Printing“, in den «Club zur Geduld» nach Winterthur ein.

Ganz besonders erfolgreich war gemäss zahlreich erschienenen Gästen wiederum die ASW-Generalversammlung in der Höhle Gruebisbalm ob Vitznau. Trotz gleichzeitig stattfindendem 175-Jahre Ringier-Jubiläum genossen die Anwesenden ein ganz spezielles, gemütliches und lustiges Treffen über dem Vierwaldstättersee. Sogar Petrus war auf unserer Seite und belohnte uns mit schönstem Wetter. Mehr darüber auf Seite 7 oder mit Bildern auf unserer Homepage www.asw.ch.

So nun wünschen wir unseren Lesern eine tolle, erfolgreiche EURO 08, der Nationalmannschaft viel Glück und allen eine schöne Sommerzeit und – falls geplant – erholsame Ferien.

Die Geschäftsstelle

Geschäftsstelle, Vorstand

Wichtige Termine zum Vormerken

- ▶ **Donnerstag, 11. September 2008**, World Trade Center, Zürich
RadioDay 08
- ▶ **Donnerstag, 2. Oktober 2008**, GDI, Rüschlikon
ASW/GDI-«Pioneers» 3.08
- ▶ **Dienstag, 7. Oktober 2008**, Bauschänzli, Zürich
50-Jahre comm-on-Jubiläum
- ▶ **Dienstag, 21. Oktober 2008**, The Dolder Grand, Zürich
GfM Generalversammlung, GfM Marketingpreis
- ▶ **Mittwoch, 11. November 2008**, GDI, Rüschlikon
ASW/GDI-«Pioneers» 4.08
- ▶ **Freitag, 14. November 2008**,
ASW-Gala, Jahresendveranstaltung

Mutationen in unseren Reihen

Wir freuen uns, nachfolgende Agentur als **neustes Aktivmitglied** willkommen zu heissen:

KOVikom Werbeagentur AG
Aufnahmeträger: Erich Koller
Seewiesstrasse 9, 9403 Goldach
Tel. 071 844 50 00, www.kovikom.ch

Gleichzeitig können wir erfreulicherweise auch folgende **neue Inter-Mitglieder** in unseren Reihen begrüssen:

Océ (Schweiz) AG, Digital Document Systems
Kontaktperson: Thomas Kollhopp
Sägereisstrasse 10, 8125 Glattbrugg
www.oce.com, thomas.kollhopp@oce.com

EVENTIO, Corporate, Private & Public Events
Kontaktperson: Christoph Fuchs
Schaffhauserstrasse 361, 8050 Zürich
www.eventio.ch, contact@eventio.ch

Wir erinnern unsere Aktivmitglieder daran, dass sie als Beilage das neue «**ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis**» finden und ermuntern sie, die aufgeführten Unternehmen bei einer nächsten Auftragsvergabe **mitoffrieren zu lassen**.

Neue Bücher in der ASW-Bibliothek

Rubrik: Führen, Management

Kundennähe in der Chefetage – Mitarbeiter kundenfokussiert führen, Autorin: Anne M. Schüller, Verlag: Orell Füssli Verlag
ISBN-Nr.: 978-3-280-05282-2, Jahrgang: 2008, 255 Seiten

Verwaltungsrat – Thesen zur wertorientierten Unternehmensführung, Autor: Dr. Matthias Müller
Herausgeberin: UBS AG, Jahrgang: 2005, 55 Seiten

Rubrik: Marketing

BRAIN SCRIPT – Warum Kunden kaufen

Autor: Dr. Hans-Georg Häusel, Verlag: Haufe, München
ISBN-Nr.: 3-448-06191-3, Jahrgang: 2007, 239 Seiten

Rubrik: Medien, neue Medien

Mein eBay – Geschichten vom Marktplatz der Welt

Autor: Adam Cohen, Verlag: Berlin, schwarzerfreitag.com
ISBN-Nr.: 0-316-15048-7, Jahrgang: 2004, 331 Seiten

Verleger sein, Nachdenken über Menschen, Medien, Märkte
Autor: Karl Lüönd, Verlag: Huber Verlag, Frauenfeld
ISBN-Nr.: 978-3-7193-1448-4, Jahrgang: 2007, 283 Seiten

Rubrik: Jahrbücher, Nachschlagewerke, Lexika

bsw leading swiss agencies 2008, Agenturporträts

Verlag: persönlich Verlags AG, Rapperswil

Art Directors Club Schweiz, Jahrbuch 2008

Werbetrends 2007 –WT im Mehrjahresvergleich, Cross-Media, Finanzbereich; Media.Research.Group, Handelszeitung

Rubrik: Politik

Welt mit Zukunft – Überleben im 21. Jahrhundert

Franz Josef Radermacher, Murmann Verlag, Hamburg
ISBN-Nr.: 978-3-938017-86-9, Jahrgang: 2007, 223 Seiten

Rubrik: Rechtskunde

Das neue Recht der GmbH

Autor: Forstmoser, Peyer, Schott, Verlag: Dike Verlag Zürich
ISBN-Nr.: 3-9054-5589-7, Jahrgang: 2006, 199 Seiten

Läufer, Mietmaul, König

Anwälte an der Schnittstelle von Recht und Macht

Autoren: Dr. iur. Bruno Glaus, Karl Lüönd
Verlag: Orell Füssli Verlag AG, Zürich
ISBN-Nr.: 3-280-06056-7, Jahrgang: 2005, 304 Seiten

Schweizerisches Arbeitsrecht, 2. Auflage

Wolfgang Portmann, Jean-Fritz Stöckli, Dike Verlag Zürich
ISBN-Nr.: 978-3-03751-058-2, Jahrgang: 2007, 385 Seiten

Rückblick: Nachschulung Werbeleistungsvertrag

In unregelmässigen Abständen führt die ASW für ihre Mitglieder Nachschulungen für die **Anwendung des «Werbeleistungsvertrages»** durch, sodass sie in der Lage sind, ihn sachgerecht anzuwenden und allfällige Fragen von Werbeauftraggebern beantworten zu können.

Die halbtägige Schulung fand am 4. März 2008 unter Leitung von **Benno Frick**, Vorstandsmitglied und **Autor des Vertragswerks** statt und beinhaltete die Vorstellung und Umgang des Werbeleistungsvertrages und seiner peripheren Papiere; Rechtsfälle wurden besprochen, Erfahrungen wiedergegeben und alle wichtigen Neuerungen behandelt.

Der Werbeleistungsvertrag (WLV) ist zweifellos ein Meilenstein in der Schweizer Kommunikationsbranche. Trotzdem ist er nur dann von Nutzen, wenn er konsequent genutzt wird – dann wird er im Falle eines Streitfalls auch von Richtern gewürdigt und erlangt damit Rechtskraft. Seit der Lancierung 2001 wird der Werbeleistungsvertrag in der Kommunikationsbranche von **Auftragnehmern, Auftraggebern und Anwälten zunehmend als Standard-Vertragswerk anerkannt** und immer mehr eingesetzt.

Rückblick: ASW-/GDI-Pioneers

Durch die **Partnerschaft mit dem GDI Gottlieb Duttweiler Institut** für die «Pioneers»-Veranstaltungen – die um ein weiteres Jahr verlängert wurde – steht der ASW jeweils ein Kontingent von Freiplätzen zur Verfügung. ASW-Mitglieder können nicht nur selber kostenlos teilnehmen, sie können auch gute oder potenzielle Kunden dazu einladen.

Am Mittwoch, 19. März 2008, fand die erste von vier diesjährigen Pioneers-Veranstaltungen statt: Referent **Neil Boorman**, britischer Lifestyle-Journalist und Buchautor, stellte dabei die provokative Frage **„Gibt es ein Leben nach dem Branding?“** und wusste als Ex-Shopping-Victim auch gleich die Antwort. Er sorgte in England für Furore, als er im Herbst 2006 seine wertvolle Sammlung von Markenartikeln verbrannte und sich einem gänzlich Label-freien Leben verschwor.

Das Motto der zweiten Pioneers-Einladung, vom 14. Mai 2008, hiess **„Pimp my Shop! Snipes – vom Trendshop zum Topbrand“** war so viel versprechend, dass die Veranstaltung und das ASW-Kontingent schon früh ausgebucht war. **Sven Voth** berichtete von seinem Traum, für die Hiphop-Szene ein Retail-Konzept aufzubauen. Und er hats mit seiner unkonventionellen Gewinn- und Expansionsstrategie geschafft: In nur zehn Jahren machte der Pionier «Snipes» von der einfachen Hiphop-Bude zur deutschen Nummer 1 für Sneakers und Streetwear. In einem Jahr eröffnete er nicht nur 10 neue Verkaufsstellen sondern vertreibt heute in 28 «Snipes»-Filialen neben namhaften Brands auch zwei florierende Eigenmarken.

Berichte aus der ASW

Rückblick: ASW-«Ratatouille»-Tagesseminar

Am 15. April 2008 bot die ASW ein gemischtes Tagesseminar – deshalb der Name «Ratatouille» – für Aktiv- und Inter-Mitglieder an.



Im Fach „Produktion“ vermittelten Erwin Oberhänsli (unser engagiertes Ökologie-Inter-Mitglied) aus der Sicht der Druckerei – und René Theiler – aus der Sicht des Verbandes VSD – die allerneuesten Entwicklungen, an der in nächster Zukunft niemand vorbei kommt: **Klimaneutrales Drucken**. Beiden ist es gelungen, den Teilnehmenden das oft unverstandene Thema näher zu bringen.



Erwin Oberhänsli – der Vorreiter – ist seit Jahren rastlos unterwegs, um Kollegen in der Branche zu überzeugen und machte so die Druckerei Feldegg AG, dank der Integration des klimaneutralen Druckens in die eigenen Unternehmensprozesse, zur führenden Druckerei in der Schweiz. **Rund 20% des Umsatzes wird inzwischen klimaneutral gedruckt**. Energieeffizienz, wasserloser Offsetdruck, Umweltmanagementsystem – die Druckerei Feldegg steht mittlerweile an der Spitze einer Bewegung, die kaum mehr aufzuhalten ist.



René Theiler stellte die engagierte Initiative des VSD für mehr Nachhaltigkeit und Ökologie als Mehrwertstrategie für Druckereien vor. Der VSD bietet zusammen mit den Unternehmen ClimatePartner und Winergie interessierten Druckereien den kompletten Prozess als Gesamtpaket. Das VSD-Modell gibt Druckereien bei der Durchführung von Aufträgen Prozesstransparenz zu deren CO²-Emissionen. Das heisst: Druckereien erfahren, wie viele CO²-Emissionen in den einzelnen Stufen eines Druckprozesses entstehen. Durch diese Transparenz haben die Druckereien die Möglichkeit, Ihre CO²-Emissionen positiv zu beeinflussen, denn klimaneutrale Druckerzeugnisse sind eine zukunftsweisende Möglichkeit und bieten den **Druckereien eine gute Chance** – als Angebot im harten Wettbewerb, als Botschaft um Kunden anzusprechen und als **Zeichen von Innovation und Engagement**.



Im Fach „Radiowerbung“ stellte anschliessend Bernhard Krättli **mediasense**, die Radio-Vermarktungsgesellschaft der publisuisse SA, vor und orientierte über die brandaktuellsten News in dieser Branche. Er zeigte auf, dass das **Radio das mobilste Medium** überhaupt ist und da genutzt wird, wo andere Medien nicht hinkommen. Er stellte die Werbemöglichkeiten vor, zeigte kreative Umsetzungsmöglichkeiten und lockerte den Vortrag mit witzigen Werbespots auf.

Am Nachmittag wurde es mit einem völlig anderen Thema sehr spannend: Ursula Metzler coachte ein **Kick-off-Training** über heutige **zeitgemässe Umgangsformen auf dem Geschäftsparkett**.

Berichte aus der ASW



Fortsetzung: ASW-«Ratatouille»-Tagesseminar

Die Teilnehmenden wurden durch anregende und sehr interessante Rollenspiele in die Arbeit eingebunden und aufgefordert, selbstkritisch und aktiv mitzumachen. Nebst Dresscode-Vorschriften, richtiges Anreden beim Vorstellen, Sitzordnungen beim Geschäftsessen sowie Tischregeln wurde auch ganz klar kommuniziert, dass die Zeiten vorbei seien, als das Handy zum Statussymbol gehörte. Es gibt Situationen, wo man nicht nur ohne dieses Kommunikationsmittel auskommen muss, sondern es sogar als Desinteresse gegenüber den Anwesenden ausgelegt wird, wenn dauernd auf dem Handy Nachrichten gecheckt werden.

Rückblick: «Vina, Carta und Cucina» – ein aussergewöhnliches Dinner



Seit kurzem ist die **Océ (Schweiz) AG** nicht nur ein ASW-Inter-Mitglied und eine grosszügige ASW-Eventsponsorin, sie bietet in diesem Jahr auch noch ungewöhnliche Veranstaltungen für **ASW-Mitglieder** an.

Als Startschuss sozusagen wurden unter dem Motto «**Vina, Carta und Cucina**» ASW-Agenturhaberinnen oder Agenturhaber am Dienstag, 22. April 2008, zu einem **aussergewöhnlichen Dinner** eingeladen.



Mitorganisiert vom DRUCKMARKT fand in den Räumlichkeiten des «Club zur Geduld» in Winterthur ein **exklusives Nachtessen, kombiniert mit der Vorstellung von „High-Value-Printing“**, statt.



„Guter Geschmack liegt nicht nur im Wein, sondern auch im Papier, die Dritte Dimension des Druckens“ fand Jean-Paul Thalmann, Verleger des DRUCKMARKTES und Moderator des Abends. Und so kam es, dass jeder Teilnehmende seine eigene Musterkollektions-Tüte mit den jeweiligen Erklärungen erhielt. In fünf Räumen des Patrizierhauses wurden nicht nur **vorzügliche Menügänge** durch den Gastwirt und Starkoch Martin Marty präsentiert, sondern speziell dazu **ausgewählte Weine** kredenzt und das jeweils **passende Papier** vorgestellt.



Der Apéro sah zum Beispiel wie folgt aus: **Vino** > Prabi bianco von Cresconi, Vignetti delle Dolomiti (ein funkelnder strohgelber Weisswein mit grosser Brillanz. Frische Duftstoffe mit Erinnerungen an Blumen und frisch geschnittenes Gras...); **Carta** > Couloured matt Transparent Paper green; **Cucina** > Praline von der Riesencrevette mit asiatischen Aromen, Spinat und Jakobsmuschel vollendet mit Kaviar und Theriakisauce.

Jeder einzelne Gang war ein Gedicht und würde den Platzbedarf dieses Artikels sprengen... Alle, die nicht dabei waren, haben wirklich einen aussergewöhnlichen Anlass verpasst!

Berichte aus der ASW



Rückblick: ASW-GV vom 16. Mai 2008

Sinnigerweise fand die diesjährige Generalversammlung wieder an einem ganz speziellen Ort statt: Zwei Bahnstationen oberhalb Vitznau am Vierwaldstättersee in der **Höhle Gruebisbalm**. Und trotz des gleichentags stattfindenden Ringier-Jubiläums fanden sich bei uns rund 80 Personen – ASW-Aktivmitglieder, ASW-Inter-Mitglieder und geladene Gäste – ein.

Die ordentliche GV fand im hinteren Teil der Höhle statt. Der amtierende Präsident Claude Hitz führte zügig durch die Traktanden bis zur **Wahl des neuen Präsidenten, Michael Waldvogel**, der darauf den Vorsitz übernahm und sich fürs Vertrauen bedankte. Gleichzeitig gewählt wurde **Roland Friedl als neuer Vizepräsident** und **Claude Hitz als Past President** bestätigt. Die weiteren Vorstandsmitglieder **Benno Frick** und **Andy Ruf** bleiben weiterhin in ihrem Amt. Als neues Vorstandsmitglied konnte die Mitgliederversammlung **Roger Bosshart** begrüssen.

Der Vorstand stellte abschliessend den Antrag, **Diego Bally** für seine Verdienste als langjähriges Vorstandsmitglied und mehrmaligen Präsidenten **zum Ehrenpräsidenten** zu ernennen, was mit Applaus und Anerkennung bestätigt wurde.

Dank dem **Wetterglück** konnte der **Apéro** (gesponsert von Publicitas Publimag) **draussen** auf der Aussichtswiese stattfinden – bei frühlinghaft angenehmen Temperaturen und mit einem wunderschönen Blick auf den Vierwaldstättersee.

Der weitere Verlauf fand dann wieder in der Höhle – gewärmt mit Gaspilzen und bei romantischem Kerzenlicht statt. Beat Schaub, der Höhlenwirt, verwöhnte uns mit einer Gemüse-Gerstensuppe, frischem Marktsalat, heissem Beinschinken und Fleischkäse, Kartoffelgratin und Buschbohnen sowie einem feinen Dessertbuffet.

Dazwischen folgten zwei Auftrittsparts des von der publisuisse gesponserten **Michael Elsener**. Der junge **Nachwuchskomiker** begeisterte die Zuschauer mit treffenden Parodien bekannter Persönlichkeiten, Komödianten und Fernsehmoderatoren. Er zeigte aber auch alle Facetten seiner Verwandlungskunst und Beobachtungsgabe und ertete so viele Lacher und starken Applaus.

Im Laufe des Abends wurde Diego Bally schlussendlich mit einer feinfühligem, scharfsinnigen und zutreffenden **Laudatio** von Benno Frick verabschiedet. Nebst Geschenken sollte **Diego Bally** auch mit dem **Award ASW-Ball** – dem **goldenen** für aussergewöhnliche Leistungen – geehrt werden. Alles war perfekt vorbereitet. Doch Diego Bally, ehemaliger Designer des ASW-Balls, vertauschte heimlich die vorbereitete, geprägte Grundplatte und widmete die Auszeichnung als Dank und Überraschung der ahnungslosen ASW-Geschäftsstelle von Ursi + Peter Grob.

Berichte aus der ASW



Fortsetzung: ASW-GV vom 16. Mai 2008

Abschliessend konnte Michael Waldvogel auch noch eines der drei **Neumitglieder** vorstellen und Daniel Thalmann, interaction communication, Aarau, sein ASW-Diplom übergeben.

Um 21.15 Uhr mussten die Anwesenden bereits wieder den kurzen Fussmarsch zur Station antreten, um den Extrazug nach Vitznau zu erreichen. Gemeinsam war man sich einig: das war einmal mehr ein ganz spezielles Vergnügen und eine aussergewöhnliche Veranstaltung gewesen.

Wir bedanken uns bei **unseren Sponsoren** nochmals ganz herzlich: der publisuisse für das Engagement von Michael Elsener, der Publicitas Publimag für den Apéro, der Océ (Schweiz) AG, unserem neuen Inter-Mitglied für die finanzielle Zuwendung, der Schuler St. Jakobskellerei für die feinen Weine, der Druckerei Feldegg AG für den Druck der Einladungskarte und der ImagePoint AG, Online-Bildagentur.

publi suisse

publicitas
Publimag

océ

SCHULER
ST. JAKOBSKELLEREI 1694

Druckerei Feldegg

IMAGEPOINT.BIZ
Die Online-Bildagentur.

Ebenso danken wir Beat Schaub für die hervorragende Bewirtung, dem Vorstand für sein Mitwirken, Michael Elsener für die fröhlichen Minuten und Benno Frick für die perfekte Laudatio.

«All-in-One Set» mit «Best Practice Atlas»

Dank vielseitiger, äusserst positiver Resonanz erhalten die **ASW-Aktivmitglieder** auch dieses Jahr wieder die neueste Auflage des praktischen «**All-in-One Set**».

Nebst dem «**Best Practice Atlas**» (Navigationsinstrument für Marketing und Kommunikation) finden sich darin auch eine **Werbefibel**, ein **Print-Media-Planer** sowie das **IHA-GfK-Vademecum** und nicht zuletzt der soeben neu erschienene **Goldbach Guide 2008**. Vereinzelt können, so lange Vorrat, auch weitere Exemplare angefordert werden.

Berichte aus der ASW



Das effect Team feiert das 13. Lebensjahr

Die **Zahl 13** bringt vielen **nur Unglück**, wird sehr ungern in Märchen erwähnt und ist als Hotelzimmernummer unbeliebt. Kurz: Sie vereint eigentlich alles Schlechte. Die lustigen Geschichten (u.a. D'Artagnan und die 13 Musketiere, Ali Baba und die 13 Räuber, Der Wolf und die 13 Geisslein, In 13 Tagen um die Welt und Schneewittchen und die 13 Zwerge), über die in der aufwändigen und witzigen Einladung berichtet wurde, zeigen, dass **dies doch alles gar nicht wahr ist**.

effect, AG für Kommunikation ASW, Zürich, hat das 13. Lebensjahr **sehr erfolgreich** überstanden, was nicht zuletzt den Kunden und Partnern zu verdanken ist. Entsprechend wurde dies im Januar 2008 im In-Lokal NINE in Zürich ausgiebig gefeiert.

Über **hundertfünfzig Gäste** vergnügten sich ausgelassen beim spritzigen Apéro, hörten sich die abwechslungsreiche Ansprache von Ueli Utzinger, dem Agenturaufnahmeträger, und Nino Haslach, seinem Partner, an und verköstigten anschliessend ein **ausgezeichnetes Abendessen**, das weder in der Vorspeise, noch im Hauptgang oder Dessert Wünsche offen liess.

Erwin Oberhänsli erhält Umwelt-Unternehmerpreis 2008

Am Sonntag, 25. Mai 2008, wurde **Erwin Oberhänsli**, Mitinhaber der Druckerei Feldegg AG (ASW-Inter-Mitglied) in Luzern mit dem diesjährigen **Unternehmer-Umweltpreis der Schweiz** ausgezeichnet.

Der Preis durfte der Ausgezeichnete als Krönung eines beharrlichen und **konsequenten Engagements für die Umwelt** entgegennehmen. Der Klimawandel und somit der Klimaschutz sind eine gewaltige Herausforderung für die Menschheit.

Die Druckerei Feldegg AG, Zollikerberg, gehört zu jenen Pionier-Unternehmen, die klare Lösungswege aufzeigen und profiliert sich als inhabergeführtes, zürcherisches Familienunternehmen mit seinem Team als wegweisendes, regionales grafisches Zentrum für eine möglichst **umweltgerechte Produktion** exklusiver, **klimaneutraler Drucksachen** mit umfassendem Service.

Drei Dienstleistungen unter einem Dach

Nach drei Jahrzehnten im Dienst der Werbung gestattete sich **Stefan Kaister**, mehrjähriger ASW-Präsident, letztes Jahr eine verdiente Auszeit, die ihn auf viele neue Ideen gebracht hat.

Seit Januar 2008 bietet er sein breites Wissen auf dem **Gebiet Marketingkommunikation** Firmen, Institutionen und Verbänden jeder Grösse an. Unter dem Dach von **Kaister & Partner AG Kommunikation ASW**, ist er mit seinem Team als externer Berater und Anbieter von Supportleistungen tätig – und zwar unter dem Namen **Kaister Kommunikations-Coaching**. Dabei will er persönlich seine umfassende Lebenserfahrung und sein Gespür im Umgang mit Menschen einbringen, insbesondere dort wo Wert auf Nachhaltigkeit gelegt wird und projektbezogene Unterstützung erforderlich ist.

Unter dem Namen **WIP Design-Studio** bietet Kaister & Partner AG ihren Kunden weiterhin das, was sie bisher gewohnt waren: das **Konzipieren, Gestalten und Realisieren** von Werbe-, Informations- und Präsentationsmitteln, einschliesslich Internet. Neu im Angebot ist ein Supportservice im Bereich Präsentationen. WIP realisiert für den internen und externen Gebrauch alles, was mit Präsentationen zu tun hat: von der einfachen Folie bis zur komplexen Powerpoint-Präsentation. Für die Projektabwicklung steht den Kunden und Geschäftspartnern ein hoch qualifiziertes Team als Ansprechpartner zur Verfügung, primär Leute, die einen **direkten Draht zur jüngeren Generation** haben und technologische Entwicklungen mit intensiver Neugierde verfolgen.

In Zusammenarbeit mit **Thomas Fehlmann** (Systemische Organisationsberatung und ehemaliges ASW-Aktivmitglied) erarbeitete Stefan Kaister ein **Seminarkonzept**, bei dem die **Neuorientierung im Beruf** im Zentrum steht. Unter der Firmenbezeichnung **K+F Neuorientierungs-Coaching** werden Leute angesprochen, die beruflich eine Veränderung wünschen, aber alleine nicht die Kraft finden, die nötigen Schritte zu veranlassen. Viele Unternehmen sind sich nicht bewusst, wie viel Geld sie durch ein **schlechtes Arbeitsklima** und durch **organisatorische Mängel** verlieren. Wichtigstes Kapital eines gesunden Unternehmens sind verantwortungsbewusste, gut informierte und motivierte Mitarbeitende.

Ab Mai dieses Jahres wurden auf dem wunderschönen Somme-Kanal in der französischen Region Picardie erstmals **einwöchige Seminarreisen** auf einem Hausboot durchgeführt. Auf der Grundlage dieser Seminarreisen werden in der Schweiz massgeschneiderte **Workshops und Tagesseminare** angeboten.

Wir wünschen Stefan Kaister mit seinem Dienstleistungsangebot weiterhin durchschlagenden Erfolg.

Berichte aus der ASW

elternet.ch ist online

Die **neue Internet-Plattform** für Eltern – **elternet.ch** – ist seit Mitte April 2008 online. Sie unterstützt Eltern und Erziehende im Dschungel von Internet, Handys, Games und Co und bietet ihnen umfassende Informationen zu der digitalen Welt der Kinder und Jugendlichen.

ICT, die neuen **Informations- und Kommunikationstechnologien** haben auch den **Alltag unserer Kinder** grundlegend verändert. Sie verbringen heute oft einen beträchtlichen **Teil ihrer Freizeit** in der digitalen Welt. 92 bis 96 % der 12- bis 19-Jährigen haben Zugang zu Computer und Internet, 2/3 von ihnen sind mehrmals pro Woche online. Die verantwortlichen Erzieher stehen damit vor vielen neuen Herausforderungen. Doch so selbstverständlich viele Erwachsene und Erziehende die ICT auch selbst nutzen – oft verfügen Eltern nicht über das nötige Wissen, um die Jugendlichen in der digitalen Welt mit der **nötigen Kompetenz** leiten, führen, unterstützen und auch schützen zu können.

elternet.ch bietet Eltern umfassende Informationen zu den neuen Kommunikationstechnologien und ihren Anwendungen, **Tipps für einen geschützten und sicheren Umgang von Kindern und Jugendlichen** mit dem Internet sowie die Möglichkeit, sich mit anderen Eltern zu Fragen der Erziehung in der digitalen Welt auszutauschen.

Dabei können **Eltern ihre eigenen Kompetenzen** erweitern und es bleibt ihnen nicht verschlossen, was für unsere Nachkommen alltäglich ist: Chat, Social Networking, Download von Bild- und Tonmaterial, Blogs, Internetrecherche, stundenlange Surftrips, Games und anderes mehr.

Der **Verein elternet.ch** wurde von der selbständigen Kommunikationsberaterin, **Nadia Garcia**, Mutter von zwei Kindern und **Patrick Lack**, Mitglied der Geschäftsleitung von der **ASW-Agentur Dialog Lucky Lack AG**, Basel, ebenfalls Vater von zwei Kindern, entwickelt und wird dank finanzieller Beiträge der Hasler Stiftung, des Kantons Aargau, der Koordinationsstelle Informationsgesellschaft (BAKOM), vom Schweizerischen Bund für Elternbildung sowie der Fachstelle für Elternmitwirkung unterstützt.

elternet.ch strebt auch **Partnerschaften** an, die es ermöglichen, die hohe Qualität, Kompetenz und Glaubwürdigkeit der Plattform zu sichern. Ein Beirat aus Fachleuten der Bereiche ICT, Bildung, Recht, Pädagogik und Psychologie wacht über die Qualität und Unabhängigkeit von elternet.ch.

Mehr findet sich direkt unter www.elternet.ch.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

18. GfM Marketing-Trend-Tagung

Unter dem Titel «**Guter Kunde! – Schlechter Kunde?**» startete das Tagungsprogramm der **GfM Schweizerische Gesellschaft für Marketing** am 2. April 2008 im Kongresshaus Zürich.

Führt neues Kommunikationsverhalten zu neuem Kaufverhalten? Medien und Kommunikation entwickeln sich dauernd weiter. Der Einsatz der Kommunikationsinstrumente verlagert sich merklich. Das **Kaufverhalten ändert sich**; Zeitpunkt, Häufigkeit und Ort des Kaufentscheids sind schlechter voraussehbar. Sachverständige aus Praxis und Wissenschaft stellten entscheidende **Trends aus Sicht der Kommunikations- und Medienbranche**, der Unternehmen und der Konsumenten vor. Namhafte Referenten und prominente Persönlichkeiten, darunter auch Hansueli Loosli, Vorsitzender der GL Coop, beschlossen diskutierend unter der Moderation von Publizist Roger de Weck den vielseitigen Tag.

Publisuisse Mediavision

Am 8. April 2008 lud die **publisuisse SA** zu ihrer diesjährigen **Mediavision** ins Schweizer Fernsehen ein.

Namhafte Referentinnen und Referenten sprachen über das Thema „**Zukunft von Marken und Medien**“. Nebst **Ingrid Deltenre**, Fernseh-direktorin und **Marc-Alain Dubois**, Direktor von Nespresso Schweiz überzeugte **Bernd M. Michel**, einer der renommiertesten Markenprofis Europas mit seinen 9 Gedanken zur Zukunft der Marke. Er meinte unwidersprochen: „Die Menschen wissen sehr genau, was sie nicht wollen. Aber sie tun sich schwer zu beschreiben, was sie wollen“ und abschliessend verkündete er die These: „Media-Agenturen übernehmen die Leadership bei der Investitions-Planung für Marken.“

Swiss Effie 08

Im Anschluss an die Mediavision fand gleichenorts die Verleihung des **diesjährigen Swiss Effie**, der als einziger Preis die **Wirksamkeit von Kommunikation** würdigt, in festlichem Rahmen statt.

Die Jury verteilte **drei Mal Gold**, **drei Mal Silber** und **sieben Mal Bronze** und zeichnete damit wirkungsvolle Marketingkommunikation aus. Mit 107 Wettbewerbsbeiträgen verzeichnete der Swiss Effie dieses Jahr einen neuen Teilnehmerrekord. Die Jury unter der Leitung von Axel-Springer-Schweiz-CEO, Ralph Büchi, prämierten die Kampagnen «**WM-Alternativprogramm für Frauen**» von Spillmann/Felser/Leo Burnett für Schweiz Tourismus, «**Für mich und dich.**» von Krieg, Schlupp, Bürge / Springer & Jacoby für Coop, «**Love Life Stop Aids – Hier schützt man sich ja auch.**» von Euro RSCG Zürich für das BAG.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

SWA-Jahresmeeting

Am 10. April 2008 fand im World Trade Center Zürich das diesjährige **Jahresmeeting** des **SWA Schweizer Werbe-Auftraggeberverband** vor über zweihundert interessierten Zuhörern statt. SWA-Präsident **Gérard Stalder** konnte dabei in seiner Eingangsansprache bereits seinen Nachfolger für 2009 ankündigen.

Im Laufe der Veranstaltung sprach Jörg Jelden über den immer wichtigeren Unterschied zwischen **Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad**. Matthias Sileghem, Managing Director Hyundai Suisse, referierte über das **Sportsponsoring** an der Euro 08 sowie Oliver Brügglen über die Rolle der Adidas an demselben Anlass.

Christa Rigozzi, Miss Schweiz 2006, warb bei den Gästen abschliessend in einem Interview mit Dirk Schütz intelligent und mit natürlichem Charme für ihr **Engagement bei der FSM** (Vereinigung gegen Landminen) in Tadschikistan.

Tag der Werbung 2008

Am 25. April 2008 traf sich die Kommunikationsbranche gemeinsam zu den verschiedenen **Mitgliederversammlungen** des **SAWI** Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing, Werbung und Kommunikation, des **script** Schweizer Texterinnen- und Texterverband, von **comm-on** vereinigung für werbekommunikation und **Schweizer Werbung SW** in Luzern.

Der SW-Präsident **Carlo Schmid-Sutter** thematisierte in seiner Eröffnungsansprache mit Nachdruck die stetig zunehmenden **Werberestriktionen** und machte auf Grund verlorener Sponsorenbeiträge den anwesenden Mitgliedern die **Erhöhung der Mitgliederbeiträge** etwas bekömmlicher.

Anstelle des zurücktretenden ASW-Vertreters Diego Bally, Vizepräsident des SW-Vorstandes, wurde **Michael Waldvogel**, neuer ASW-Präsident, **in den SW-Vorstand** gewählt.

Um 17.00 Uhr wandte sich **Bundesrat Samuel Schmid**, der mittlerweile obligatorische Auftritt eines Mitglieds der Landesregierung, an die über zweihundert Branchenangehörigen im Casino Luzern und entledigte sich seiner Aufgabe gekonnt **humorvoll** und **mit einigen Seitenhieben**, wobei er den Werbern auf den Weg mitgab, in ihren Werbeaussagen jeweils nur soviel zu versprechen, was das Produkt auch zu halten vermag.

Während des Nachtessens wurde zudem die Preisverleihung „**Child Guardian 2008**“ vorgenommen.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Crossmedia Award geht an die Migros

Im Rahmen der **Goldbach Mediarena** wurden am 7. Mai 2008 im World Trade Center Zürich die **Crossmedia Awards** verliehen.

Als Siegerin ging die Werbeagentur Publicis mit ihrer Kampagne **„M08“ für die Migros** hervor und konnte den „goldenen Kompass“ und das Preisgeld von 10 000 Franken entgegennehmen. Silber ging an Advico Young & Rubicam mit der heiss diskutierten Kampagne **„Free Internet“ für Sunrise** und nicht zuletzt Bronze an Jung von Matt/Limmat mit **„Entdecken Sie die Schweiz“ für die SBB**. Insgesamt hatten sich 37 Crossmedia-Kampagnen um die Awards beworben.

„Die arabische Nacht“ gewinnt Swiss Poster Award 2007

Am Donnerstagabend, 8. Mai 2008, wurden in der Maag Event Hall im Rahmen der **APG Poster Night** die **Swiss Poster Awards** verliehen. Der **Hauptpreis** ging an eine Arbeit aus der Kategorie „Kultur“. Vergangenen Mai wurde im Theater Aeternam das Stück „Die arabische Nacht“ von Roland Schimmelpfennig aufgeführt. Das von **Erich Brechtbühl**, Mitglied der Luzerner Kommunikationskommune Mixer, gestaltete Plakat, bekam auf Grund des eindeutigen Juryentscheids die höchste Auszeichnung.

Zu vergeben gab es neben dem Swiss Poster Award auch **Gold, Silber und Bronze** in den **Kategorien** „Kommerziell“, „Public Service“ und „Kultur“. Einen Sonderpreis erhielt die Fachklasse Grafik/BMS, Hochschule Luzern Design & Kunst für das Gesamtwerk des Int. Menschenrechtsforums Luzern (IHRF). Die beigelegte Broschüre «Swiss Poster Award» informiert umfassend über die Auszeichnungen.

10 Jahre IGEM

Die **IGEM, Interessengemeinschaft elektronische Medien**, feiert dieses Jahr ihr **10-jähriges Jubiläum**. Sie wurde damals am 28. Mai 1998 gegründet und schon bald zeigte sich, dass diese neue Vereinigung einem grossen Bedürfnis entspricht. Die Mitgliederzahl verdoppelte sich in kurzer Zeit. Inzwischen sind alle relevanten Anbieter von Werbezeit in elektronischen und interaktiven Medien sowie praktisch alle Mediaagenturen Mitglied der IGEM.

Im Sonnenberg Convention Center in Zürich ging die **Jubiläumsveranstaltung** vor sich. **Urs Meier**, ehemaliger **Chefschiedsrichter** trat als **Gastreferent** auf und sprach in einer interessanten Präsentation über „Tatsachenentscheide und Videobeweise“. Danach fand der Abend mit einem Töggelturnier und bei geselligem Zusammensein mit Drinks, Food und Musik einen angenehmen Ausklang.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Jubiläum des SDV mit Dialogmarketing-Preisverleihung

Wie jedes Jahr schlugen auch am Freitag, 23. Mai 2008, die Herzen der Kommunikationsfachleute höher, weil im Kongresshaus Zürich die **Awards** für die besten **Dialogmarketing-Arbeiten** vergeben wurden. Gleichzeitig konnte auch das **10 Jahre-Jubiläum** des **SDV Schweizer Direktmarketing Verbands** mit imposanter pyrotechnischer Einlage und einer Riesentorte gefeiert werden.

Die **74 Kampagnen**, die auf die Shortlist gesetzt wurden, stammten von **28 verschiedenen Agenturen**.

Total wurden **4 goldene, 8 silberne** und **16 bronzene Auszeichnungen** vergeben. Die Neue Lgk Kommunikation AG bekam für ihren Kunden KPT Versicherung gleichzeitig Gold und Platin als höchste Auszeichnung. OgilvyOne AG für das Mailing „Kassenzettel“ (Eigenwerbung) sowie Jung von Matt/Limmat AG für Graubündner Ferien und OgilvyOne worldwide GmbH, Stuttgart für IBM Deutschland ebenfalls Gold. Hinter OgilvyOne Zürich holte sich die Agentur am Flughafen am zweitmeisten Auszeichnungen.

Das Finale vom Best Yet 2008

Am **europäischen Kreativ-Wettbewerb für junge Kreative** (bis 28 Jahre) trafen sich in Stockholm insgesamt 40 Kreative aus zehn Ländern zum **Best Yet** (best young european team 2008). Sie kreierte aufgrund eines Briefings innert 24 Stunden die besten Ideen für eine Print-Kampagne für das Produkt «Bionicle» von Lego.

Die **Schweizer Delegation** bestand aus Martina Kunz und Michael Holzgang (inflagranti werbeagentur bsw) sowie Patric Franz und Patrick Ryffel (Freiburghaus und Partner BSW), die Sieger der Gattungsmarketing-Kampagne «**Das kann nur ein Inserat**» vom Verband **SCHWEIZER PRESSE**.

Die von der Schweiz Delegierten waren mit ihren ausgezeichneten Ideen bei der Jurierung lange mit dabei und schieden erst im letzten Drittel aus. Sieger wurde ein englisches Frauen-Team mit Miranda Abbs und Zoe Hough.

Hinweise

Neue publisuisse-Mediennutzungsstudie 2008

Soeben erschienen ist die neue **Mediennutzungsstudie 2008** von der **publisuisse SA**. Sie gibt umfassender und detaillierter als je zuvor Aufschlüsse über die **Mediennutzung durch die einzelnen Milieus** und ist ein Arbeitsinstrument für vernetzte Marketing- und Kommunikationsplanung.

Sie informiert ausführlich und transparent wie häufig, wann und warum welche Medien genutzt werden. Zudem zeigt sie auch die Sinus-Profile verschiedener Medien. Die Verknüpfung von Sinus-Milieus und Mediennutzungsdaten bietet neue und wertvolle Erkenntnisse für Marketing, Entscheidungsfindung und Mediaplanung. ASW-Mitglieder finden die neue **Broschüre «Die 10 Schweizer Sinus-Milieus»** in den Beilagen.

50-jähriges Jubiläum der comm-on vereinigung für werbekommunikation

Als die Werbung noch Reklame hiess, wurde 1958 ein lockerer Club der Werbeassistenten und Werbeleiter gegründet, der sich dann zur Vereinigung für Werbekommunikation VfW – später **Idée-VfW** – entwickelte und die bekannte **Fachzeitschrift Idée à jour** herausgab.

Seit 2006 tritt die **Vereinigung** unter dem Namen **comm-on** auf, ist der grösste und aktivste Branchenverband auf dem Platz Zürich und zählt mit seinen gegen 300 Mitgliedern zu den namhaften Verbänden in der Kommunikationsbranche.

In diesem Jahr **feiert** die **comm-on** ihr **50-jähriges Bestehen**. Das Jubiläum wird gebührend gefeiert und zwar am Dienstag, 7. Oktober 2008 im stimmungsvollen **Oktoberfestzelt** auf dem Zürcher Bauschänzli. Und dies noch vor dem offiziellen Anstich – im ganz privaten und exklusiven Rahmen mit **800 geladenen Gästen aus der Kommunikationsbranche** und notabene auf der ersten und einzigartigen „**Werber-Wies'n**“.

Eine gute Gelegenheit, **Kunden, Lieferanten** oder **Mitarbeitende einzuladen** wäre, sich gleich einen der angebotenen 10-er-Tische und -Logen zu reservieren, die für Firmen, Werbe- und Mediaagenturen in attraktiven Sponsoringpaketen angeboten werden.

Weitere Infos: www.comm-on.ch

Hinweise

Aufsehen um Datenschutz bei Adobe

Creative Suite 3 kommuniziert mit der **Adresse 192.168.112.207.net**, welche eine als IP-Adresse getarnte Subdomain ist. Dahinter versteckt sich ein externes Unternehmen, das Nutzungsstatistiken erstellt.

Bekannt ist, dass Software-Produkte gerne Kontakt mit ihrem Zuhause halten (auch Apple und Microsoft waren schon im Gespräch), um **Nutzungsstatistiken übermitteln** zu können. Auf diese Art versucht sich Photoshop Creative Suite 3 gelegentlich mit der Adresse 192.168.112.207.net zu verbinden.

Bei genauerem Hinsehen aber fällt auf, dass sich bei der Zieladresse bei 207 anstatt einer Null der Buchstabe «O» befindet. Was wie eine für lokale Netzwerke reservierte IP-Adresse aussieht, zeigt sich damit als **Subdomain der URL 207.net**. Dahinter verbirgt sich das amerikanische Unternehmen **Omniture** (www.omniture.com), welches **Datennutzungen erhebt** – auch für Adobe.

Adobe und Omniture haben sich dazu bislang noch nicht geäußert, obwohl es so scheint, als wolle man mit der getarnten IP-Adresse absichtlich etwas verschleiern. Eine offizielle Stellungnahme soll folgen. Für Nutzer gibt es eine Möglichkeit, die Kommunikation mit dem externen Unternehmen zu unterbinden: Den **Adressteil 207.net entschlüsseln** und in den Browser eingegeben. Auf der dortigen Seite den **Opt-Out-Button** verwenden.

Wer wissen möchte, wer oder was hinter einer IP steckt, kann den Whois-Service (<http://www.whatsmyip.org/whois/>) benutzen.

Quelle: www.pctipp.ch, Webcode 41829

Best in Print 2008

Nachdem der erstmals 2004 ausgeschriebene **Druckmarkt-Award Best in Print** bereits die Höhen der Image-Werbung grafischer Unternehmen gezeigt hat, will der **Druckmarkt Schweiz**, die **ASW** und **«gib»Zürich** Kaderschule gemeinsam erneut zum Wettbewerb aufrufen.

Teilnahmeberechtigt sind alle **Schweizer Agenturen, Verlage, Vorstufen-, Druck- und Buchbinderei-Betriebe** gleich welcher Grösse, Struktur, Eignerschaft, Unternehmensform oder technischen Ausstattung. Einer der diesjährigen Gewinner war unter anderem einmal mehr die ASW-Werbeagentur atelier heinzelmann aus Winterthur und das ASW-Inter-Mitglied Neidhart + Schön Group AG, Zürich.

Eingereicht werden kann alles, was in den Jahren 2007 oder 2008 aktiv als **Eigendarstellung** für Marketing, Werbung oder Verkaufunterstützung gedruckt und verwendet wurde. Einsendeschluss ist der 31. Dezember 2008.

Hinweise

Beste integrierte Kommunikation gesucht

Jährlich wird der **Award Corporate Communications**® durch die Hochschule für Wirtschaft der Fachhochschule Nordwestschweiz in Olten von einer neutralen Fachjury vergeben.

Eingereicht werden können **Kommunikationskonzepte**, die mindestens **drei Kommunikationsdisziplinen vernetzen** (z.B. Interne Kommunikation, Marketingkommunikation, Public Relations, Sponsoring, Events, E-Communications, Corporate Publishing, Multimedia, Finanzkommunikation oder Lobbying). Zudem sollen sie **verschiedene Dialoggruppen** ansprechen und sinnvoll in die Gesamtkommunikation einer Organisation integriert sein.

Zu gewinnen sind einzigartige, nummerierte Skulpturen von Pedro Pedrazzini in den Kategorien Klein- und Mittelbetriebe, Grossunternehmen, Nonprofit-Organisationen, Öffentliche Verwaltungen. Anmeldungen und weitere Informationen zu den Teilnahmebestimmungen finden sich unter www.award-cc.ch.

Beilagen

ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis Mai 2008
 SWISS POSTER AWARD 2007
 publisuisse: die 10 Schweizer Sinus-Milieus
 SCHWEIZER PRESSE: «All-in-One Set» (nur für Aktivmitglieder)

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

Michael Waldvogel, (Präsident*), waldvogel@idfx.ch
Roland Friedl, (Vizepräsident*), r.friedl.@friedl-id.com
Claude Hitz, (Past President*), claude.hitz@ergoasw.ch

*=Präsidium

Roger Bosshart, roger.bosshart@dynamite.ch
Benno Frick, info@frick-partner.ch
Andy Ruf, andy@rufwerbung.ch