

Info-Flash 2/2003

Juni 2003

Inhalt/Rubriken:

Geschäftsstelle, Vorstand

- Mission Statement Seite 2
- Wichtige Termine Seite 3
- Neues ASW-Inter-Mitglied Seite 4
- Reform der kaufmännischen Grundbildung Seite 4
- Neue Bücher in der Bibliothek Seite 5

Berichte aus der ASW

- Rückschau auf eine gelungene Fachveranstaltung Seite 6
- Business Campaigning – mit weniger Budgets mehr erreichen Seite 7
- Aktiv Verkaufen Seite 8
- Einzelauftrag Version 1.02 zum Werbeleistungsvertrag Seite 8
- Wir gratulieren Seite 9
- Kaum ASW-Mitglieder am «Tag der Werbung» Seite 9

Berichte aus dem ASW-Umfeld

- Für Nachwuchs ist gesorgt Seite 10
- SCHWEIZER PRESSE mit OneStopShop Seite 10
- «Abenteuer Kommunikation» Seite 10
- Frühlings-Zertifizierungsrunde abgeschlossen Seite 11
- Neue Sanktionspartner bei der SLK Seite 11

Hinweise

- Weiterbildung wird zur Norm Seite 12
- Kommunikations-Architektur Seite 12
- Forschungsergebnisse beweisen es! Seite 13

Beilagen Seite 13

Impressum/Vorstandsmitglieder Seite 13

Jubiläums-Generalversammlung vor Augen

Noch knapp drei Wochen dauert es bis zum gemeinsamen Wiedersehen im romantischen Kongresshotel Fürigen hoch über dem Vierwaldstättersee.

Wir freuen uns nebst der Teilnahme unserer Mitglieder auf viele Gäste aus der gesamten Kommunikationsbranche und hoffen auf wunderschönes Wetter – ganz im Sinne einer unvergesslichen Jubiläums-Generalversammlung. Notabene die 40. Welche wir eher schlicht, in gewohnter, offener ASW-Manier, abwechslungsreich, unterhaltsam und mit Herz begehen wollen.

Gerade rechtzeitig auf unser 40. Jubiläum haben wir in einer Vorstands-Projektgruppe auch unser Leitbild total überarbeitet. Bis vor kurzem führte die Erstausgabe auf unserer Homepage eher ein klägliches Dasein.

Zukünftig soll uns in Form einer „Mission Statement“ eine Art Verbandsphilosophie nachhaltig die Richtlinien für unser Wirken aufzeigen. Dieses Statement ist eine Plattform für unser tägliches Tun und eine Leitplanke für das Gedeihen unserer Vereinigung in der kommerziellen Kommunikation. Sie enthalten für die Gegenwart und die Zukunft Leitgedanken, Absichtserklärungen, Grundsätze und Beziehungsregelungen zum Umfeld unserer Allianz.

Auf Grund unserer Aufnahmekriterien können wir heute schon, – obwohl viele unserer Mitglieder effektiv zum ersten Mal mit unserem Leitbild visuell vertraut gemacht werden – garantieren, dass in den ASW-Agenturen unser „Mission Statement“ gemäss einer konsistenten Verbandskultur mit entsprechendem Zusammengehörigkeitsgefühl gelebt wird.

Unser, auf der folgenden Seite aufgeführtes Verbandsleitbild sollte in einem klärenden Prozess seiner Entwicklung gesehen werden, und wird dementsprechend den Gegebenheiten angepasst und aktualisiert.

In diesem Sinne freuen wir uns auf die kommende GV!

Die Geschäftsstelle

Geschäftsstelle, Vorstand

Mission Statement

Die Allianz

Die ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen ist die führende Vereinigung der inhabergeführten Werbe- und Kommunikationsagenturen in der Schweiz. Sie ist weltoffen, finanziell unabhängig sowie politisch und konfessionell neutral. Sie setzt sich ein für einen fairen Wettbewerb und unterstützt ihre Mitglieder mit allen verfügbaren Instrumenten und Ressourcen, insbesondere bei der Sicherstellung von Qualitätsstandards und der stetigen fachlichen Weiterentwicklung.

Die ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen pflegt und entwickelt den inneren Wert der Marke "ASW" als Ausdruck von Qualität, Professionalität, Zuverlässigkeit und Konstanz, indem sie ausschliesslich inhabergeführte Werbe- und Kommunikationsagenturen in ihren Kreis aufnimmt, die den strengen Aufnahmekriterien der Allianz genügen.

Ihre Leistungen

Die ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen versteht sich als Dienstleistungsstelle im Auftrag ihrer Mitglieder. Sie koordiniert, unterstützt und realisiert überall dort, wo es ihren Mitgliedern nicht oder nur schwerlich möglich ist, bestimmte Aufgaben und Ziele im Alleingang zu lösen respektive zu erreichen.

Sie berät und unterstützt ihre Mitglieder auch in allen Bereichen der kaufmännischen, rechtlichen, versicherungstechnischen und administrativen Führung einer inhabergeführten Werbe- und Kommunikationsagentur.

Darüber hinaus fördert sie den offenen und verbindenden Umgang ihrer Mitglieder untereinander, die Vernetzung von Know-how und Produktionsressourcen sowie den aktiven Erfahrungsaustausch.

Die Geschäftsstelle der ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen agiert auch als Ansprechpartnerin für öffentliche Institutionen und Verbände sowie als Schlichtungsstelle im Spannungsfeld zwischen Werbeauftraggebern und den ihr angeschlossenen Mitgliedern.

Auf politischen und branchenbezogenen Ebenen vertritt sie die Anliegen der inhabergeführten Werbe- und Kommunikationsagenturen in Gremien und Fachgruppen und setzt sich ein für einen gesunden Pluralismus.

**Geschäftsstelle,
Vorstand**

Mission Statement (Fortsetzung)

Ihre Mitglieder

Mitglieder der ASW zeichnen sich aus durch fachliche und menschliche Qualifikationen auf überdurchschnittlichem Niveau, durch einen von Achtung und gegenseitigem Vertrauen getragenen Umgang mit Kunden und Mitarbeitenden, durch ihre sympathische Grösse, schlanke und flexible Strukturen, kurze Entscheidungswege, eine besondere Nähe zu den Bedürfnissen ihrer Kunden sowie durch eine ganzheitliche Denk- und Vorgehensweise bei der Konzipierung und Realisierung der ihnen anvertrauten Belange.

Wichtige Termine zum Vormerken

- ▶ **Freitag/Samstag, 27./28. Juni 2003**
ASW-Jubiläums-Generalversammlung
in Fürigen am Bürgenstock
- ▶ **Samstag, 13. September 2003**
SMC-Generalversammlung in Aarau
- ▶ **Dienstag, 23. September 2003** (ganzer Tag)
ASW-Weiterbildungsseminar
„Business Campaigning®“
(Bitte Datum vormerken, separate Einladung folgt)
- ▶ **Dienstag, 28. Oktober 2003**
GfM-Generalversammlung in Zürich
- ▶ **Dienstag, 4. November 2003** (ganzer Tag)
ASW-Workshop
„Im Verdrängungsmarkt erfolgreich agieren“
(Bitte Datum vormerken, separate Einladung folgt)
- ▶ **Donnerstag/Freitag, 6./7. November 2003**
15. WEMAR-Symposium in Interlaken
- ▶ **Freitag, 21. November 2003**
ASW-Gala/Endjahressessen
(Bitte Datum vormerken, separate Einladung folgt)

Geschäftsstelle, Vorstand

Neues ASW-Inter-Mitglied

Eine Aufnahme als ASW-Inter-Mitglied ist abhängig vom Leistungsnachweis und entsprechenden Referenzen sowie der Empfehlung mehrerer Aktiv-Mitglieder. Bei der Auswahl der Partnerfirmen wird zusätzlich auf Funktion, Angebot und Fachkompetenz, Betriebsgrösse und Marktstellung, Sitz des Unternehmens sowie Gewichtung des Bedarfs und möglichen Auftragspotenzials geachtet.

Im Hinblick auf die Erfüllung vorgängiger Kriterien freut es uns, als neuestes Inter-Mitglied die

- **Zürcher Druck + Verlag AG**, Martin Kaufmann
Riedstrasse 1, 6343 Rotkreuz,
Generalunternehmen für Werbedrucksachen

begrüssen zu dürfen.

Beigelegt findet sich auch wieder ein aktuelles **ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis**. Unsere assoziierten Mitglieder freuen sich darüber, bei einer nächsten Auftragsvergabe in die Evaluation miteinbezogen zu werden.

Reform der kaufmännischen Grundbildung

Dies ist auch der Titel der **beigelegten Informationsbroschüre** vom Bundesamt für Berufsbildung und Technologie BBT und soll sämtliche Betriebe, die kaufmännische Lehrlinge ausbilden, umfassend orientieren, wie zukünftig die **neue Lehre der Kaufleute** aussehen wird.

Mit vereinten Kräften der beteiligten Verbände (SCHWEIZER PRESSE, VISCOM, VSD, BSW, SW, SAVA und ASW) konnte auch der **Modell-Lehrgang (MLG) „Kommunikation“** termingerecht auf den kommenden Lehrbeginn im August auf die Homepage www.schweizerpresse.ch aufgeschaltet werden.

Gleichzeitig wird für KV-Lehrlingsauszubildende am 25. Juni 2003 eine **Einführung der KV-Reform im Betrieb – Lehrmeisterschulung** durchgeführt. Anmeldungen können bis zum 16.6.03 direkt über www.medieninstitut.ch/programm/lehrmeister.shtml vorgenommen werden.

**Geschäftsstelle,
Vorstand**

Neue Bücher in der ASW-Bibliothek

Seit dem letzten Info-Flash sind die untenstehenden Werke neu in die Bibliothek aufgenommen worden und können von unseren **Aktiv-, Passiv- und Inter-Mitgliedern** unentgeltlich für die Dauer von 30 Tagen ausgeliehen werden.

Rubrik: Biografien, Firmengeschichten

ZUM FERNSEH'N DRÄNGT, AM FERNSEH'N HÄNGT DOCH ALLES...

50 Jahre SCHWEIZER FERNSEHEN

Verlag: hier + jetzt, Verlag für Kultur und Geschichte

ISBN-Nr.: 3-906419-50-9, Jahrgang: 2003, 463 Seiten

Rubrik: Jahrbücher, Nachschlagewerke, Lexika

Werbisch, Werbisich-Deutsch

Das ultimative Wörterbuch der Werbung – unzählige Stichwörter und Wendungen aus der europäischen

Top-Kreativ-Agentur

Autor: Scholz & Friends

Verlag: Wirtschaftsverlag Carl Ueberreuter, Frankfurt

ISBN-Nr.: 3-8323-0984-5, Jahrgang: 2003, 184 Seiten

Rubrik: Marketing

OFFENSIVES MARKETING

Gewinnen mit P.O.I.S.E, Märkte gestalten – Potenziale nutzen

Autor: Meyer Davidson

Verlag: Haufe Mediengruppe, Freiburg

ISBN-Nr.: 3-448-04093-2, Jahrgang: 2001, 709 Seiten

Rubrik: Rechtskunde

Recht in Marketing und Kommunikation

Lehr- und Handbuch für die Praxis, 3. Auflage

Autor: H.P. Marti, Peter Widmer, Philippe Probst

Verlag: Verlag Marti-Gasser, Zürich

ISBN-Nr.: 3-9521701-3-5, Jahrgang: 2003, 198 Seiten

Rubrik: Werbung, Kommunikation

MOMENTUM

Die Kraft, die Werbung heute braucht

Autor: Holger Jung, Jean-Remy von Matt

Verlag: Lardon Media AG, Berlin

ISBN-Nr.: 3-89769-031-4, Jahrgang: 2002, 351 Seiten

Berichte aus der ASW



Rückschau auf eine gelungene Fachveranstaltung

„Angst essen Seele auf.“ An diesen Filmtitel von Rainer Werner Fassbinder hatte Jürg Metz sicher nicht gedacht, als er die ASW- Fachveranstaltung „**Der Preis der Angst – Wege aus der Vertrauenskrise**“, vom 23. April 2003 im CS-Forum Uetlihof Zürich, ins Leben rief. Und dennoch behielt dieses Zitat seine Richtigkeit bei allen an diesem Nachmittag gehaltenen Referaten.

Vor allem bei grossen Unternehmen **lähmt die Angst** das Treffen von Entscheidungen. Wenn in der heutigen Zeit nur Analysten Quartalziele in Frankenbeträgen vorgeben, bleibt häufig das auf der Strecke, was der Firma ein Überleben in den nächsten drei Jahren gesichert hätte: langfristige, nachhaltige Entscheidungen, die nicht nur auf kurzfristige Erfolge zielen.

Diego Bally, ASW-Präsident, begrüsst die über hundert Teilnehmer mit einer kurzen Beurteilung der heutigen Vertrauenssituation und diagnostizierte die gegenwärtige Krise berechtigt als eine „Selbstvertrauenskrise“.

Jörg P. Krebs, Mitglied der Geschäftsleitung Schweiz Tourismus, zeigte in seinem Referat neue Möglichkeiten bezüglich Präsenz Schweiz, die bei der heutigen, aktuellen Tourismuslage nötig sind. **Alfred Hiestand**, Hiestand Holding AG, überzeugte als „Gipfeli-Beck der Schweiz“ mit seinen Ausführungen zum Thema „Führungskonflikte zwischen Praktiker und Theoretiker“. Sein Fazit: „Erfolg kann niemals Lohn der Angst sein, aber auf jeden Fall aus der Umkehr einer Vertrauenskrise erwachsen.“

Lars Thomsen, CEO von „future matters“, München, insistierte nachhaltig die Thesen, dass Manager einiges zu lernen haben. Manager in Boom-Zeiten zu sein, ist banal im Vergleich zu dem was erfolgreiches Führen in Krisenzeiten bedeutet. Auch im Bereich „future Marketing“ wird sich in der nächsten Zeit einiges ändern müssen. Bei der heute überwältigenden Flut von Informationen bleibt kaum Zeit für Intuition, Erfahrung und Mut, – den neuen Parametern des Erfolges im 3. Jahrtausend.

In dem von **Filippo Leutenegger**, CEO der Jean Frey AG, geleiteten Panelgesprächsrunde mit den Referenten und dem Publikum zeichnete sich auch bei der Auftraggeberseite ein Paradigmen Wechsel an. Der Anspruch auf persönliche Marketing- und Werbeberatung nimmt zu, was der Trend

Berichte aus der ASW



Rückschau... (Fortsetzung)

weg von den grossen Werbeagenturen hin zu kleineren inhabergeführten Agenturen bestätigt. Die persönliche, auf Langfristigkeit ausgelegte Zusammenarbeit, wird wieder wichtiger.

Fazit der gelungenen ASW-Fachveranstaltung: Wieder mehr Mut zum Risiko. Mut zu längerfristigen Investitionen. Wissen, dass wenn durch Verunsicherung keine Entscheidung getroffen wird, dies die schlechteste aller Entscheidungsmöglichkeiten ist.

Die ASW dankt ihren Medienpartnern für ihre Unterstützung und der **publisuisse** herzlich für ihr grosszügiges Sponsoringengagement in Form der Pausenerfrischungen und dem abschliessenden Apéro.

Vorschau auf ein ASW-internes Tages-Fachseminar mit integriertem Workshop

Business Campaigning – mit weniger Budgets mehr erreichen!

Die rasante Zunahme von Komplexität und Dynamik in der Wirtschaft erfordert **neue**, effizientere und effektivere **Methoden für die Kommunikation**, die Marktbearbeitung, die Strategieentwicklung und die Gestaltung **von Veränderungsprozessen**.

Peter Metzinger, Ex-Greenpeace-Campaigner, Inhaber und Geschäftsführer der 4C – Campaigning an Crisis Communications Consulting GmbH, Zürich, führt mit Referaten und moderiertem Workshop in **die Grundlagen des Business Campaigning-Konzepts** ein und lehrt, wie auch mit dezimierten Budgets zielorientiert Veränderungen gestaltet und integriert erfolgreich kommuniziert werden können.

Das Tagesseminar vom **Dienstag, 23. September 2003**, wendet sich an **Agenturinhaberinnen und -inhaber** und vermittelt Wissen, das wirklich im Daily Business eingesetzt werden kann. Die Platzzahl ist auf 25 – 30 Teilnehmende beschränkt. Pro ASW-Agentur kann nur je 1 Person gratis zugelassen werden, weitere Teilnehmer bezahlen einen Unkostenbeitrag von Fr. 450.--. Eine frühzeitige Reservation lohnt sich.

Aktiv Verkaufen – oder: Als Werbeagentur im Verdrängungsmarkt erfolgreich agieren

Vorbei sind die Zeiten wo wir als Werber ohne negative Folgen „Wasser predigen und Wein trinken konnten“. Was wir unseren Kunden immer wieder versuchten hinter die Ohren zu schreiben, müssen wir nun plötzlich selber tun: Aktiv verkaufen! Doch wie? **In der Theorie sind wir Weltmeister**, aber was deren Umsetzung betrifft, wäre für viele von uns ein Fitness-Training wert.

Also, auf in den Kampf. Für unsere Mitglieder ist uns nur das Beste gut genug. Deshalb holen wir uns **Umberto Saxer** – «einen der kompetentesten und erfolgreichsten **Verkaufstrainer** Europas» gemäss der Basler Zeitung.

Er wird uns am **Dienstag, 4. November 2003**, den ganzen Tag ein **Spezial-Training für Werber** mit nachhaltiger Wirkung verpassen. Macht euch auf ein Feuerwerk der Motivation und Praxistauglichkeit gefasst, denn Umberto Saxer schafft es wie kein anderer, die Workshop-Teilnehmer für das aktive Verkaufen zu begeistern. **Leitende Agenturverantwortliche** sollten sich den Termin unbedingt vormerken. Die Besucherzahl ist auf 60 – 80 Teilnehmer beschränkt. Ein Agenturmitglied ist gratis, für weitere Teilnehmer muss ein Unkostenbeitrag von Fr. 450.-- verrechnet werden.

Einzelauftrag Version 1.02 zum Werbeleistungsvertrag

Der Einzelauftrag zum Werbeleistungsvertrag liegt ab sofort in der Version 1.02 vor. Er unterscheidet sich inhaltlich nicht von seinen Vorgängerversionen, ist aber als **frei editierbares PDF-Formular** angelegt. Der Einzelauftrag muss also zukünftig nicht mehr von Hand oder mit der Schreibmaschine ausgefüllt werden, Acrobat Reader genügt!

Das File ist – samt erklärendem Kurzhinweis – ab sofort auf der Homepage im passwortgeschützten Bereich **downloadbar**.

Berichte aus der ASW

Wir gratulieren

Bereits zum zweiten Mal in Folge hat **Flavian Kurth, Marketing & Communications ASW, Basel**, am Worldmediafestival einen **Gold-Award** gewonnen. Diesmal für die Siemens Schweiz AG mit „Ein Tag im Jahr 2050“. Das Worldmediafestival ist ein globaler Wettbewerb für neue Medien und Film.

Ausserdem wurde dieselbe Agentur am **Comprix 2003**, dem bedeutendsten Kreativ-Award für innovative Pharmakommunikation im deutschsprachigen Raum (D, A, CH), mit zwei Einreichungen der Spirig Pharma AG als Finalist ausgezeichnet. Der witzige, für Pharmakommunikation unübliche Ansatz überzeugte die Jury in den Kategorien „Pharma ethisch/Anzeigenstrecke neu“ und „Pharma ethisch/Mailing“. – Wir freuen uns mit dem Preisträger und gratulieren zu seinen Erfolgen.

Kaum ASW-Mitglieder am «Tag der Werbung»

Obwohl sämtliche ASW-Agenturen gleichzeitig Mitglied der Schweizer Werbung sind, waren leider am 9. Mai 2003 nur zwei Vertreter aus unseren Reihen am diesjährigen «Tag der Werbung». **Lausanne** scheint für Deutschschweizer anscheinend doch etwas zu weit entfernt.

Vor der SW-Mitgliederversammlung fanden auch die Mitgliederversammlung des SAWI sowie die Generalversammlungen des SDV und der Idée-VfW statt. **Das SAWI brillierte** mit einem hervorragendem Geschäftsergebnis und orientierte über seine strategische Ausrichtung in der Zukunft.

An der **SW-Mitgliederversammlung** erfolgte ein grösserer Wechsel bei den Vorstands-Erneuerungswahlen. Gleichzeitig wurden nach einer angekündigten Statutenänderung zusätzliche Neumitglieder in den Vorstand gewählt.

Schwergewichtig aber stand die Präsentation der **Kampagne «www.stopp-werbeverbote.ch»** im Vordergrund, die – getragen von der Allianz gegen Werbeverbote und unterstützt von zahlreichen Medien – in der Hauptstadt des Waadtlands lanciert wurde.

Der versammlungsintensive «**Tag der Werbung**» fand unter einem herrlichen Regenbogen an Bord des Raddampfers Simplon auf dem Genfersee einen genüsslichen Ausklang.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Für Nachwuchs ist gesorgt

Am Freitag, 27. Juni 2003, dürfen auf dem Gurten bei Bern **140 PMKs Planer/innen Marketingkommunikation** (vielleicht schon bald „Kommunikationsplaner/innen“) ihre Fachausweise der Eidg. Berufsprüfung entgegennehmen. Wir gratulieren herzlich.

Damit haben von den 221 Kandidatinnen und Kandidaten, die sich der Prüfung gestellt haben, **63,3 Prozent** dieselbe mit Erfolg bestanden. Mit diesem Ergebnis hat sich die PMK-Prüfung im dritten Jahr nach dem neuen Reglement wieder an die Erfolgsquoten der ehemaligen Werbeassistenten-Prüfung angenähert.

SCHWEIZER PRESSE mit OneStopShop

Plan gemäss startete anfangs Mai der Verband SCHWEIZER PRESSE mit ihrer angekündigten Suchmaschine www.mediasearch.ch. Im Gegensatz zu anderen Suchmaschinen wird mediasearch profimässig redaktionell betreut.

Zur Zeit sind über 400 Links, die für die Werbe- und Media-Planung von Bedeutung sind, aufgeschaltet. Bei der Auswahl der Links kam **Qualität vor Quantität**. Es wurden nur Sites verlinkt, die auch wirklich relevante Informationen bieten. So erschliesst zum Beispiel der Link auf die VSW-Datenbank auf einen Klick die Tarife von über 3000 Printmedien. Andererseits gelangt man mit Mausclick auch unverzüglich zu www.asw.ch. Die Linksammlung wird regelmässig gepflegt, ergänzt, angepasst und ausgebaut.

«Abenteuer Kommunikation»

Vor knapp einem Monat hat das **Museum für Kommunikation (MfK)** in Bern auf rund 1000 Quadratmetern eine neue Dauer-ausstellung erstellt. In einer ungewöhnlich vielseitigen, erlebnisorientierten und spielerischen Entdeckungsreise wird der Besucher durch das Reich der Kommunikation geführt.

Aus dem traditionsreichen PTT-Museum mit aktuellen Trendausstellungen ist in den letzten Jahren ein modernes Haus geworden, in dem Kommunikation in all ihren Facetten gezeigt werden soll. Dabei steht heute **der kommunizierende Mensch im Zentrum** der ganzen Ausstellung, die von der Körpersprache über die interkulturelle Kommunikation bis hin zum **Informationsaustausch** mittels Medien reicht. Mehr darüber unter www.mfk.ch.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Frühlings-Zertifizierungsrunde abgeschlossen

Vor kurzem hat die Kommission **BR (Berufs-Register)** von **script**, dem Schweizerischen Texterverband, wieder verschiedene Bewerbungsdossier geprüft. Zwei Bewerberinnen haben durch ihre Arbeitsproben überzeugt und sind ins zur Zeit 19-köpfige BR aufgenommen worden. Die eingesandten Arbeiten stammen jeweils aus verschiedenen Textkategorien wie Mailings, Anzeigen, Funk und Film, Broschüren und Aussenwerbung oder POS.

Leider sind im BR kaum **Texterinnen und Texter aus Werbeagenturen** vertreten, dabei wäre doch auch für diese Zielgruppe eine Qualitätsprüfung äusserst sinnvoll, denn TexterInnen können sich alle nennen – texten jedoch können längst nicht alle.

Informationen rund um das BR: www.scriptweb.ch – der kürzeste Weg zu einer Texterin oder einem Texter über den **Freelancer-Pool**: www.scriptJOB.ch.

Neue Sanktionspartner bei der SLK

Die **Schweizerische Lauterkeitskommission SLK** setzt sich als paritätische Organisation gegen unlautere Werbung ein. Sie ist dabei auf die Zusammenarbeit mit Mediapartnern angewiesen, welche die Grundsätze des Lauterkeitsrechts anerkennen.

Als **Sanktionspartner neu** mit dabei sind der Verband der Schweizer Regionalfernsehen, Telesuisse, StarTV, die beiden Privatradi-Verbände VSP und RRR, Cinecom AG, IP Multimedia (Schweiz) AG und Radiotele AG.

Der Stiftungsrat der SLK hat für die nächsten drei Jahre als **neue Präsidentin**, Nationalrätin Doris Leuthard, gewählt. Dr. iur. Marc Schwenninger übernimmt ab 1.7.2003 das Amt des Sekretärs.

Hinweise

Weiterbildung wird zur Norm

Lebenslanges Lernen ist nicht nur einfach ein Schlagwort, sondern Pflicht für alle, die auf dem aktuellsten Stand bleiben wollen.

Das **SAWI** Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing, Werbung und Kommunikation, bietet deshalb bei der Weiterbildung nebst den nebenberuflichen, etablierten Ausbildungsmöglichkeiten in den Bereichen **Marketing und Marketingkommunikation** auch **2- bis 4-tägige Spezialseminare** über Key-Account-Management, Marktleistung/Produktkonzept, Betriebswirtschaftslehre, Verkaufs-/Vertriebsmanagement, Media-Strategie, Businessplan, Angewandte Marktforschung, Strategisch-/politisches Verkaufen, Produktionsmanagement, Branding, Führungstechnik sowie Bewusstseinsverändernde Kommunikation an.

Für Anfragen und Durchführungstermine wenden sich Interessenten direkt an Dagmar Küffer, Organisation Seminare, d.kueffer@sawi.com.

Kommunikations-Architektur

Ökologie verbessert die Print-Effizienz und „grüne Faktoren“ bringen konkrete Vorteile – vermittelt am 3. Juli 2003 ein **Informationsseminar für Werbe-, Kommunikations- und Marketing-Agenturen** des «gib»Zürich.

Konsequent **ökologische Produktion** spart nicht nur Zeit und Geld, sie reduziert auch den Aufwand. Andererseits verbessert sie durch konzeptionelle Intelligenz messbar die Kommunikations- und Medieneffizienz ohne Qualitätsabstriche. Erfolgsorientierte Unternehmer präsentieren im Nachmittagsseminar konkrete ökologische und **ökonomische Bilanzen** und eine Fülle attraktiver Anregungen.

ASW-Mitglieder profitieren von den vergünstigten Mitgliederkonditionen. Mehr darüber oder Anmeldungen direkt über www.gib.ch.

Hinweise

Forschungsergebnisse beweisen es!

Das vor über 50 Jahren im Buch über die Kreativität «Applied Imagination» von **Alex Osborn** publizierte Wundermittel gegen geistige Trägheit, **Brainstorming** genannt, ist anscheinend von der Forschung längst als falsch entlarvt worden, hält sich aber auf der Traktandenliste von Kreativitätssitzungen nach wie vor äusserst hartnäckig.

Gemäss der Finanzzeitschrift «CASH» legten im deutschen Fachmagazin «Gehirn & Geist» der Sozialpsychologe Wolfgang Stroebe, Professor an der Universität Utrecht NL, und der Organisationspsychologe Bernard Nijstad, Dozent an der Universität Amsterdam, Beweise vor, welche belegen, dass **Gruppen-Brainstorming** nicht nur weniger, sondern auch **schlechtere Ideen** hervorbringt, als wenn ein Einzelner in sich geht.

Mit der Mutmassung, dass Brainstormen im Kreis von Kolleginnen und Kollegen einfach mehr Spass macht, will das anscheinend niemand wahrhaben.

Beilagen

- ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis 2/2003
- Reform der kaufmännischen Grundausbildung
- KARL HUG AG, Confiserie, Gratulation zum Jubiläum
- RadioDay 2003, Vorankündigung

Impressum

Redaktion

ASW-Geschäftsstelle
Peter Grob*
Breitestrasse 1, Postfach 466
8304 Wallisellen
Tel. 01 831 15 50
Fax 01 831 14 24
E-Mail info@asw.ch, www.asw.ch

ASW-Vorstandsmitglieder

Diego Bally (Präsident*), dibal@diegobally.ch
Carmelo A. Buffoli (Vizepräsident*), buffoli@buffoli.ch
Benno Frick (Past President*), info@frick-partner.ch
Sandra Bonsels, bonsels@werbal.ch
Markus Diener, md@diener-asw.ch
Heiko Drewanowski, drewanowski@bdwhs.com
Jürg Metz, metz@aie.ch
Andy Ruf, info@rufwerbung.ch
Claude Hitz, claud.hitz@ergoasw.ch

(* =Präsidium)