

# Info-Flash 3/2002

Juni 2002

## Inhalt/Rubriken:

### Geschäftsstelle, Vorstand

- ASW-GV im Rückblick Seite 2

### Berichte aus der ASW

- In Gedenken an Edi Doswald Seite 3
- ASW Agenturen glänzen Seite 4
- Zusammenarbeit mit ARGUS Seite 4
- Partner gesucht! Seite 5

### Berichte aus dem ASW-Umfeld

- Tag der Werbung in Bern Seite 6
- X'02: Die Messe für Marketing, Kommunikation und Event Seite 6
- Enttäuschende Leistungen Seite 7
- Reform der kaufmännischen Grundausbildung (RKG) Seite 7
- KMU: wichtigste Auftraggeber Seite 8
- Wirkungsvolle Fernsehwerbung Seite 8
- Sechstgrösster Plakatanbieter Seite 9
- Wettbewerb: Plakat des Jahres Seite 9
- Verabschiedung aus dem Teenager-Alter Seite 10
- E-Business: Wer belästigt wen? Seite 10
- Unbeliebte Urheberabgaben Seite 11
- Design oder Nichtsein Seite 11

### Hinweise

- Gehörlos wird sichtbar Seite 12
- SMC-GV auch in Bern Seite 12
- 14. WEMAR Symposium Seite 13
- MPR5 in Lugano Seite 13

### Beilagen

- Impressum Seite 13

### Wichtige Agentur-Umfrage

## Wer hat sie nicht verdient – die kommenden Sommerferien?

Die verrückten Monate der General- und Mitgliederversammlungen liegen hinter uns. Die grösseren Projekte sind weitgehend aufgegleist, die Vorbereitungen für die Herbstkampagnen in die Wege geleitet. **Der Sommer mag kommen, wir ASW-Werber sind bereit.**

Über die eigene GV wurde bis ins Detail berichtet, der Vorstand hat sich selbst konstituiert, die Ressortverteilung wurde bestätigt. Heiko Drewanowski widmet sich vordergründig der X'02 und danach verstärkt Marketingaufgaben, Claude Hitz, der neue Beisitzer, wird sich ins Ressort Veranstaltungen einarbeiten, damit Jürg Metz an der nächsten GV beruhigt zurücktreten kann. Diego Bally, unser neuer Präsident, hat den Verlust seines Vaters zu beklagen und muss sich gleichzeitig über ungeahnt grosse Probleme beim Umbau seiner Geschäftsliegenschaft ärgern. Benno Frick entlastet ihn bei den Aktivitäten der Mitgliederwerbung und der Überarbeitung des Mitgliederverzeichnisses. Carmelo A. Buffoli betreibt griffige PR mit Sandra Bonsels, während Markus Diener Prüfungsberichte über ASW-interessierte Agenturen erstellt.

Aber auch **viele Aktivmitglieder** werden kurz vor den Sommerferien nochmals ASW-aktiv. Auf unseren letzten, nachhaltigen Aufruf zur Werbeleistungsvertrag-Schulung haben sich erfreulicherweise nochmals 26 Teilnehmer gemeldet. Auf Grund der vielen Nachfragen – auch auftraggeberseits – müssen wir annehmen, dass von unserem Vertragswerk mehr Kommunikationsverantwortliche Kenntnis genommen haben, als wir ahnten.

Bevor wir allen Leserinnen und Lesern genussvolle Ferien und erholsamen Urlaub wünschen, möchten wir unsere Aktivmitglieder unbedingt noch auf die **beigelegte Umfrage** hinweisen. Für eine umgehende Beantwortung danken wir im Voraus.

Mit kollegialen Grüssen aus der ASW-Geschäftsstelle

## Geschäftsstelle, Vorstand



## ASW Generalversammlung in Rothrist

Das Gasthaus Rössli in Rothrist „beherbergte“ am **26. April 2002** die **39. ordentliche Generalversammlung der ASW**. Nach einem Begrüssungs-Apéro hiess der zurücktretende Präsident, Benno Frick, über 110 Mitglieder und Gäste willkommen. Die Versammlung verlief ohne unprogrammierte Anträge oder Überraschungsvorstösse. Die Stimmberechtigten wählten **Diego Bally zum neuen Präsidenten**. Neuer Vizepräsident wurde Carmelo A. Buffoli und Benno Frick amtet fürs laufende Jahr als Past President. Neu in den Vorstand aufgenommen wurde Heiko Drewanowski und Claude Hitz wird sich seine Sporen als Beisitzer abverdienen.

Die **Ziele** für die weitere Geschäftstätigkeit der ASW sieht Präsident Bally ganz klar in der Weiterentwicklung, sowohl qualitativ als auch quantitativ. Zu erwähnen sind hier vor allem die Bemühungen, den Werbeleistungsvertrag als Standardvertrag zu verankern und das Ziel, die Öffentlichkeitsarbeit der Allianz vertieft zu verstärken.



Die **Jahresrechnung** präsentierte sich auch dieses Jahr erneut mit einem bescheidenen Gewinn. Das Eigenkapital hat sich seit 1997 gut verdoppelt und wird durch erhebliche Rückstellungen für kommende Projekte abgesichert.

Im Anschluss an den offiziellen Teil nutzte die **Rivella AG**, einer der beiden Hauptsponsoren, den Anlass, um in einer Weltpremiere ihre neuste Innovation vorzustellen. Die Kollektion der Michel-Linie wurde mit dem fruchtigen Schönheitselixier „Beauty Colada“, einem bekömmlichen Erfrischungsgetränk, erweitert und hat anscheinend gemundet.



Im restaurierten Jugendstilsaal des Gasthauses erwartete die Teilnehmer anschliessend ein rustikales Farmer-Buffer, welches vor dem Dessert durch das Highlight des Abends unterbrochen wurde. Der Männer-Gesangsverein Rothrist amüsierte die Zuhörer mit „Oh Heimatland“ und wurde von **WAM Walter Andres Müller** (anteilig gesponsert durch den zweiten Hauptsponsor **publisuisse**) auf der Bühne abgelöst. Dieser parodierte in einem über zwanzigminütigen Auftritt dank seiner Wandlungsfähigkeit und Mimik verschiedenste Polit-Grössen und nahm gezielt und pointiert die Werbebranche auf die Schippe.

Mehr Bilder dazu auf [www.asw.ch](http://www.asw.ch).

## Berichte aus der ASW



Edi Doswald,  
17.4.1935–2.5.2002

## In Gedenken an Edi Doswald

Edi Doswald wurde am 17. April 1935 in Neuheim ZG geboren. Zusammen mit neun Geschwistern in einer Grossfamilie aufwachsend, lernte er schon früh seine Individualität, seine Wünsche und Fähigkeiten durchzusetzen. So wurde er, entgegenesetzt elterlicher Erwartungen, nicht Ladeninhaber, sondern verwirklichte seinen Traumberuf als Grafiker, Werber und Künstler.

Grafisches Gestalten war für ihn mehr Berufung als nur Beruf. Dies unterstreicht auch sein enormes Engagement an der Schule für Gestaltung in Luzern, wo er über mehr als 30 Jahre als Fachlehrer für Werbung, Konzept und Grafik Design tätig war.

Im Jahre 1968 beschloss er, sich mit einem eigenen Atelier selbstständig zu machen. Mit seinen professionellen, stets bis zur Perfektion verfeinerten Grafik- und Werbearbeiten machte sich Edi Doswald in wenigen Jahren einen veritablen Namen. So wuchs der Stamm seiner Kunden schnell an und der Einmann-Betrieb wurde zur achtköpfigen Fullservice-Agentur WAD, welche bis dato für eine stolze Zahl namhafter Kunden verschiedenster Branchen tätig war.

Edi Doswald war seit 1978 engagiertes Aktivmitglied der ASW. Sein stetiger Drang zu Vollständigkeit und Perfektion schlugen sich entsprechend in einer reichen Fülle und Dichte von Konzepten, Kampagnen, Firmenleitbildern, Logos usw. nieder. Die aus dem Hause Doswald kommenden Arbeiten sind Zeugen von Edi's grosser Liebe und Leidenschaft zu seinem Beruf und dementsprechend stets vollstem Engagement für die Sache.

Denselben Einsatz und ein rastloses Bemühen steckte er nicht nur in Berufliches – es war in allen Dingen des Lebens sein Credo; sei's innerhalb der geliebten Familie, bei den unzähligen sozialen Engagements oder bei der Ausübung seiner diversen Sport- und Freizeit-Passionen.

So wird uns, der am 4. Mai 2002 durch einen tragischen Unfall verstorbene Edi Doswald, in bester Erinnerung bleiben als überaus interessierter, umtriebiger, aber auch umsichtiger Mensch und vor Kreativität und Tatendrang stets sprudelnder, sympathischer Werberkollege und Freund.

*Barbara Bünter-Elsener, ehem. Werbeassistentin WAD*

## Berichte aus der ASW

### National Geographic



#### ■ Die Aufgabe

Nach der erfolgreichen Klimakonferenz im Juli 2001 wurde National Geographic mit dem thematischen Angebot – ein zentrales Schicksal – im Anzeigemarkt wieder verfügbar. Die Kunde wünschte eine neue Anzeige mit einem starken Aufbau und prägnanten Textkomponenten.

#### ■ Die Lösung

Einzelne und strategische Anzeigen über einen längeren Zeitraum. Die Aufmerksamkeitsdauer des Lesers wurde durch die Anzeigen, die jeweils eine entsprechende Bild mit Text passen, gerecht. Teilweise sind die Anzeigen über längere Zeiträume, die die Hauptaufgabe von National Geographic auch zu tragen und zu lösen.

Factum AG für Marketing, ASW – Chriesweg 2, 8050 Zürich, Tel: 01 366 99 11, Fax: 01 366 99 43

## ASW-Agenturen glänzen an Wettbewerben

Gleich zwei ASW-Agenturen wurden letzthin bei Wettbewerbs-Veranstaltungen ausgezeichnet:

### 2x Bronze für Factum AG für Marketing ASW, Zürich

Am 26. April 2002 wurde die Factum AG beim **Schweizer Dialogmarketing-Preis 2002** ausgezeichnet. Die Anzeigenkampagne National Geographic brachte 1 Auszeichnung, das E-Mailing für easyjet 1 Award. Beide Arbeiten haben der Jury so gut gefallen, dass sie zwei Mal mit Bronze belohnt wurden. **Die ersten Auszeichnungen** in der Geschichte der Agentur haben eitel Freude ausgelöst und werden für das Team Ansporn für weitere Taten sein.

### 1x Gold und 1x Silber für Flavian Kurth, Basel

29. April 2002/Preisverleihung, 15. Mai 2002, in Hamburg: Das **Worldmediafestival**, ein globaler Wettbewerb für moderne Medien, zeichnete Flavian Kurth, Basel, Marketing & Communications ASW, als **einzigste Schweizer Agentur** im Umfeld anderer klingender Namen wie OgilvyInteractive, J. Walter Thompson oder Springer & Jacoby sowie einiger Fernsehsender wie ZDF, VOX oder CBS News, mit ihren beiden eingereichten Arbeiten aus. In der Kategorie Sales Promotions holte sie sich für „105 Classics“ für den Radiosender 105 einmal Gold und in der Kategorie International Communications einmal Silber mit „Mobile Heimat“ für Swisscom Mobile. Mit der Goldauszeichnung gewann die Agentur auch gleich noch **den inter-media-globe Grand Award** (Bester der Kategorie)!

**Wir gratulieren den beiden Gewinnern herzlich.**



## Zusammenarbeit mit ARGUS der Presse

Die ASW hat seit dem letzten Jahr ihre Öffentlichkeitsarbeit mit fest platzierten, monatlichen Beiträgen in der Fachpresse verstärkt. Neu hat **ARGUS der Presse und die ASW eine Zusammenarbeit** vereinbart: Ab 1. Mai übernimmt ARGUS, vorerst für 1 Jahr, die **Medienbeobachtung der ASW und ASW-Agenturen**. Diese umfasst die aktuelle Informationssuche in allen relevanten Medien (Fach- und Tagespresse). Sie liefert direkt Informationen über die Medienpräsenz und über den Erfolg von PR- und Marketingmassnahmen. ASW-Mitglieder können bei Interesse ab sofort die Clippings (Ausschnitte) bei der Geschäftsstelle anfordern.

**Beachten Sie unbedingt auch unsere beigelegte Aktivmitglieder-Umfrage!**

## Berichte aus der ASW

### Partner gesucht!

Welche Agentur aus unseren Reihen interessiert sich für einen Anschluss an ein internationales Agenturnetz von unabhängigen Werbeagenturen?

**MAP INTERNATIONAL NETWORK**, Mitglied der IAA, mit Sitz in Paris und Verbindungen nach Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Grossbritannien, Holland, Italien, Korea, Portugal, Schweden, Spanien, Tschechien, Türkei und die USA **sucht neuen Partner in der Schweiz**. Zuständiger Kontaktmann in Paris ist Christian Duriaud, [contact@map-advertising.com](mailto:contact@map-advertising.com). Mehr über das Agenturnetz ist unter [www.map-advertising.com](http://www.map-advertising.com) zu finden.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### Tag der Werbung in Bern

Um zehn Uhr trafen sich die Mitglieder des **SAWI** Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing, Werbung und Kommunikation im **Museum für Kommunikation in Bern** zu ihrer Mitgliederversammlung. Top: Nach andauernden Verlustergebnissen ist es im Jahre 2001 dem SAWI erstmals gelungen, einen ansprechenden Jahresgewinn zu erwirtschaften. Flop: Das Zusammengehen mit dem SPRI ist definitiv gescheitert.

Nachmittags um zwei Uhr begann im In-Lokal des **Medienhauses der Berner Zeitung in Bern** die 42. Generalversammlung der **Idée-VfW** Vereinigung für Werbekommunikation. Als Nachfolger von Heinz Egli wurde neu Beat Fritsch zum Präsidenten gewählt. Top: Dieses Frühjahr konnten anlässlich des Idée-Repetitoriums zur PMK-Prüfungsvorbereitung 31 Neumitglieder angeworben werden. Flop: Nach wie vor wurde auch dieses Jahr erneut ein minimaler Verlust ausgewiesen. Mehr über die dem SW angegliederte Fachvereinigung ist auf [www.idee-vfw.ch](http://www.idee-vfw.ch) zu lesen.

Genau um 15.00 Uhr eröffnete Carlo Schmid-Sutter, Präsident Schweizer Werbung **SW** die 77. ordentliche Mitgliederversammlung im frisch renovierten **Kornhauskeller am Kornhausplatz in Bern**. Top: Über 200 Personen, darunter auch 9 ASW-Vertreter, waren in Bern anwesend und Bundesrat Moritz Leuenberger hielt mit seinem Gastreferat das, was der SW-Präsident seinerzeit in der Einladung versprochen hatte. Flop: Keiner, ausser dass aus Platzgründen der hoch über den Köpfen inszenierte Musikbeitrag in den weiten Räumlichkeiten und dem anschwellenden Stimmengewirr weitgehend unterging.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### X'02: Die Messe für Marketing, Kommunikation und Event

Vom **20.–22. August 2002** kreuzen sich in der Messe Zürich am **Point X** auch an der diesjährigen Messe für Marketing, Kommunikation und Event die Wege. Das heisst, mitten drin in der Messe stehen die Wegweiser, hier sagen wichtige Branchenverbände, die wissen, wo es lang geht, wo es lang geht. Vielseitiger kann sich Werbung kaum präsentieren.

Neutrale Beobachter nutzen den **Point X** als neutrale Plattform für Branchenbegegnungen. Die **ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen** nutzt ihn für unverbindliches und unverkrampftes Annähern von Werbeauftraggebern – und anderen, noch nicht organisierten, inhabergeführten Werbeagenturen **im Rahmen unserer Neumitgliederwerbung.**

Am Mittwoch, 21.8., begrüsst die **Schellenberg Druck AG**, Pfäffikon, ASW-Inter-Mitglied und Drucksponsor des ASW-Mitgliederverzeichnisses, alle ASW-Mitglieder zu einer aussergewöhnlichen Demonstration (Näheres folgt).

Der **SDV Schweizer Direktmarketing Verband** informiert über sein umfassendes Ausbildungsangebot und seine Mitglieder plaudern aus der Praxis. Und die **SW Schweizer Werbung** präsentiert den Dachverband der Kommunikationswirtschaft in allen Facetten und offeriert am 21.8., ab 17.00 Uhr einmal mehr **einen Kommunikations-Apéro.**

Nicht zuletzt ist auch die **Idée-VfW Vereinigung für Werbekommunikation** am Stand vertreten, wo sich wie erwähnt, am Mittwochabend zum gemeinsamen Anstossen die Kommunikationsfachleute der Auftragnehmer, Auftraggeber und Vermittler treffen.

Doch mit Reden allein ist Werbung kaum zu begreifen. Deshalb verdreht den Besuchern **die Cannes Rolle** in Hot Rotation den Kopf: **Am Point X der X'02** sind während den drei Tagen die **heissesten Werbefilme der Welt** auf der Leinwand zu sehen.

Diesem Flash liegt **1 Gratis-Eintrittskarte** bei. Weitere können bei der Geschäftsstelle bestellt werden.



## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### Enttäuschende Leistungen

Diesen Frühling wurden, nach erfolgter Revision des Prüfungsreglements, 192 Kandidatinnen und Kandidaten an die ehemalige Werbeassistenten-Prüfung, die heutige **Abschlussprüfung der Planer/in Marketingkommunikation**, zugelassen.

Nur **112 Teilnehmer**, weit unter den Erwartungen, **haben die Prüfung bestanden**, was einer **Erfolgsquote** von lediglich **58,3 Prozent** entspricht. Das ergibt, obwohl die Erfolgsquote nahezu derjenigen im Vorjahr entspricht, gegenüber früheren Abschlussprüfungen erheblich weniger Fachausweisempfänger. Der Grund liegt wohl darin, dass nach neuem Reglement die drei Hauptfächer Kommunikationsplanung, Media und Produktion „genügend“ sein müssen, um die Prüfung zu bestehen. Die Prüfungsleitung ist jedoch überzeugt, dass sich die Erfolgsquoten in Zukunft wieder zwischen 60 und 75% einpendeln werden.

### Reform der kaufmännischen Grundausbildung (RKG)

Seit rund vier Jahren arbeiten Vertreterinnen und Vertreter von Bund, vertreten durch das Bundesamt für Berufsbildung und Technologie (BBT), Kantonen und Organisationen der Arbeitswelt in einem Grossprojekt an der **Reform der kaufmännischen Grundausbildung**. Diese Reform bezweckt zur Hauptsache die längerfristige, qualitative und quantitative Sicherstellung des beruflichen Nachwuchses im kaufmännischen Bereich.

Zusammen mit verschiedenen Verbänden aus der **Branchengruppe Verlag/Werbung/Vorstufe/Druck** haben wir seit kurzem aktiv an den Projektarbeiten teilgenommen. Bereits seit 1998 stellte sich die Publicitas Basel als Pilotprojekt zur Verfügung und hat diesen Frühsommer zum ersten Mal die Prüfungen im Reformationssog durchgeführt.

Die weiteren Umsetzungsarbeiten in der **Branchengruppe Kommunikation** stehen durch die Vorgaben des BBT unter einem erheblichen Zeitdruck. Ende August läuft die Frist zur Einreichung der Vernehmlassung zu den Ausbildungsvorschriften für Kaufleute ab. Gleichzeitig muss das Reglement über die Ausbildung und die Lehrabschlussprüfung inkl. Rahmenlehrplan BMS sowie die Ausbildungsziele für den betrieblichen und schulischen Teil der Lehre verabschiedet sein. Mehr Infos unter [www.rkg.ch](http://www.rkg.ch) oder [www.igkg.ch](http://www.igkg.ch)

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### KMU bleiben wichtigste Arbeitgeber

Die ersten provisorischen Ergebnisse der Betriebszählung 2001 beweisen es: **die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU)** bleiben mit Abstand die **wichtigsten Arbeitgeber** in der Schweiz. Gut 30% der Erwerbstätigen (1,1 Mio.) unseres Landes sind in Klein- und Kleinstbetrieben mit weniger als 10 Beschäftigten tätig, knapp 60% (1,9 Mio.) in Betrieben mit bis zu 49 Beschäftigten. Ein unwahrscheinliches Potenzial für **ASW-Agenturen**: weit über 200 000 mögliche Kunden.

Die **Grossbetriebe** (ab 250 Mitarbeitende), von denen es in der Schweiz rund 900 gibt, beschäftigen demgegenüber nur rund jeden sechsten Erwerbstätigen (570 000).

### Wirkungsvolle Fernsehwerbung für KMU

Klein und Mittelbetriebe der Markenartikelbranche haben es immer schwerer sich auf nationaler Ebene gegen grössere Mitkonkurrenten durchzusetzen, da oft die Mittel für eine landesweite Werbekampagne fehlen.

Falsch, meint Ueli Siegenthaler, Key Account Manager der **publisuisse** in Zürich, anlässlich eines ERFA-Meetings von Kommunikationsspezialisten. KMU mit einem Jahresbudget zwischen Franken 500 000 und 1 Million haben eine gute Chance für weniger als Fr. 500 000.-- eine wirkungsvolle Fernsehwerbung zu machen. Als Beispiel nennt er Pneu Mäder und verschiedene Firmen der Getränke- und Kosmetikbranche.

Es gibt heute Firmen, welche **ansprechende Spots** für 20 000 Franken produzieren, sagt Ueli Siegenthaler. Die Spots können dann vor allem kurzfristig bei unvorhergesehenen Sendungen (z.B. im Sport) auf **SF2 mit hohen Einschaltquoten** zu günstigen Bedingungen geschaltet werden.

Zum Erfolg gehört 1. eine gute Idee, 2. eine längerfristige Kampagne (mind. 3-5 Jahre) und 3. eine erfolgreiche KMU-Werbeagentur (wenn möglich ASW-Mitglied).

Wo kriegt der geneigte Leser **mehr Informationen**: Bei Ueli Siegenthaler direkt (Bezug nehmen auf ERFA-Beitrag vom 26.3.02 im Efficiency Club ([u.siegenthaler@publisuisse.ch](mailto:u.siegenthaler@publisuisse.ch), Tel. 01 298 22 22) oder beim ASW-Aktivmitglied Hans-Ruedi Tanner, Tanner Werbung ASW, Zürich (Tel. 01 383 41 11, ([info@tannerwerbung.ch](mailto:info@tannerwerbung.ch))). Er war auch dabei. Nicht zuletzt beim Informanten: Erik Sörensen ([soerenen@freesurf.ch](mailto:soerenen@freesurf.ch)) zur Zeit bis Oktober in den USA tätig (General Delivery, Lake Yellowstone, Yellowstone National Park, WY 82190, USA).



## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### Weltweit sechstgrösster Plakat-Anbieter

Das Medienunternehmen **Affichage Holding** (u.a. APG) meldet, dass es ihr gelungen ist, sich als weltweit sechstgrösster Anbieter im „Out-of-home“-Bereich zu etablieren. Dabei ist es ihr erklärtes Ziel, die heute **führende Position im Schweizer Markt** zu verstärken und im Ausland mit der Europlakat International weiter zu wachsen.

In einem international wie national schwieriger gewordenen wirtschaftlichen Umfeld gelang es der Affichage Gruppe, die Verkaufserlöse im Vergleich zum Rekordjahr 2000 nochmals auf 320 Mio. Schweizer Franken zu steigern.

Im harten Substitutionswettbewerb mit den übrigen klassischen Werbemedien liegt das **Plakat** in der Schweiz **im Trend** und ist bei der breiten Bevölkerung sehr beliebt.

Mehr darüber unter [www.affichage.ch](http://www.affichage.ch).

### Wettbewerb im neuen Kleid: Plakat des Jahres

Das Eidgenössische Departement des Innern (EDI) vertreten durch das **Bundesamt für Kultur** (BAK) und die **APG Allgemeine Plakatgesellschaft** freuen sich, dass nach einem zweijährigen Unterbruch der **Wettbewerb „Plakat des Jahres“** in neuer Form wieder aufgenommen wird.

Im Januar 2003 werden die Plakate des Jahrgangs 2002 erstmals gemäss dem neuen Wettbewerbsreglement beurteilt. Das neue Reglement lässt alle im Wettbewerbs-Jahrgang in der Schweiz öffentlich ausgehängten Plakate zu. Dabei ist es unerheblich, ob das Plakat in der Schweiz oder im Ausland entworfen, gestaltet, gedruckt oder in Auftrag gegeben wurde. Die Teilnahme ist kostenlos.

Die entsprechende Medienmitteilung, das **Anmeldeformular** zur Teilnahme und das Reglement des EDI ist unter [www.apg.ch/kultur/aufruf-de.htm](http://www.apg.ch/kultur/aufruf-de.htm) oder [www.asw.ch](http://www.asw.ch) (Agenda) zu finden.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### Verabschiedung aus dem Teenager-Alter

Mit einer tollen Jubiläumsfeier hat sich der **Schweizerische Texterverband „script“** von seiner Jugendzeit verabschiedet. 1982 gründeten eine Handvoll ADC-Mitglieder im legendären „Weissen Wind“ im Zürcher Oberdorf den Schweizerischen Texterverband.

Im Anschluss an die **ordentliche Generalversammlung**, nach Apéro und Nachtessen, feierten am 7. Juni script-Mitglieder, darunter verschiedene Gründungsmitglieder, geladene Gäste, Vertreterinnen und Vertreter befreundeter Verbände sowie Sponsoren **den 20. Geburtstag**. Jürg Ramspeck (Klavier) und Helmut-Maria Glogger (Klarinette) bestätigten, dass sie auch virtuos mit Musikinstrumenten umgehen können, Paul Girard fand mit den Barbershop-Jazzern die richtigen Töne und ein A-cappella-Chor gab ebenfalls sein Bestes. Robi Weber und Beat Gloor griffen zur Begeisterung des Publikums ebenso in die Tasten und brillierten mit dem einmaligen Schreibmaschinenklavier. Mehr unter [www.scriptweb.ch](http://www.scriptweb.ch).

### E-Business: Wer belästigt wen?

Die **Stiftung für die Lauterkeit in der Werbung** musste erstmals seit 36 Jahren selber vor den Richter. Nachdem bei der Kommission wiederholt Klagen gegen eine **Zürcher E-Marketingfirma** wegen Belästigung durch E-Mails eingingen, führte die Kommission verschiedene Verfahren durch und forderte dabei den Besitzer auf, Stellung zu den Vorwürfen zu nehmen. Dieser fühlte sich nun anscheinend seinerseits belästigt und in seiner Persönlichkeit verletzt. Er **gelangte an den Richter** – und verlangte, es sei der Stiftung mit einer vorsorglichen Massnahme zu verbieten, weiterhin „Pseudoverfahren“ gegen ihn zu eröffnen.

Wäre dem Begehren stattgegeben worden, hätte dies „wohl das Ende der privatwirtschaftlichen Selbstkontrolle in der Schweiz zur Folge gehabt“, wie einem Stiftungsbrief zu entnehmen ist. Laut Mitteilung der Stiftung hat der Richter dem Begehren aber nicht stattgegeben, worauf der Firmeninhaber seine Klage zurückzog.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### Unbeliebte Urheberabgaben

Unter dem Titel „Wir setzen uns zur Wehr“ machten wir im Info-Flash 1/2002 eine Umfrage des sgv/usam Schweizerischen Gewerbeverbandes bei unseren Mitgliedern.

Der **Rücklauf auf diese Umfrage** war sehr gross. Die Swico (Schweizerischer Wirtschaftsverband der Informations-, Kommunikations- und Organisationstechnik) hat die Auswertung vorgenommen. Von total 1599 Antworten haben 32 Prozent angegeben, CD-Rohlinge in ihren Unternehmen zu benutzen. 68% beziehen diese im Detailhandel, 32% bei Grossisten. 70% kauften im Jahre 2000 weniger als 50, 15% mehr als 100 Stück. 90% brauchen sie für die Speicherung eigener Daten, nämlich 48% für die Datensicherung und Unternehmensdokumentation, 27% für die Speicherung von technischen Daten und 18% für Fotos und eigenes Bildmaterial.

Die Auswertung der Daten hat damit klar aufgezeigt, dass bei diesen Unternehmen über **93 Prozent der CD-Rohlinge für urheberrechtlich unerhebliche Firmendaten** verwendet werden und dass daher eine Pauschalabgabe auf keinen Fall gerechtfertigt ist. Der sgv/usam wird sich gemeinsam mit der Swico weiterhin mit aller Kraft **gegen eine solche Urhebergebühr** einsetzen.

### Design oder Nichtsein...

...so lautet heute auf dem Markt die entscheidende Frage. Erst durch Design erhalten Dinge ein Gesicht, einen spezifischen Charakter; Design macht schön, Design belebt. Es verleiht schlichtesten Alltagsobjekten einen Mehrwert, weil es sie unverwechselbar macht.

**Ab 1. Juli 2002** tritt ein neues **Bundesgesetz über den Schutz von Design** (Designgesetz, DesG) und eine neue Verordnung über den Schutz von Design (DesV) in Kraft. Die **beigelegte Broschüre „Designschutz“** vom Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum orientiert eingehend über die Schutzmöglichkeiten und enthält gleichzeitig ein Eintragungsgesuch für Design sowie ein Gebührenverzeichnis Designschutz.

## Hinweise

### Gehörlos wird sichtbar

Gehörlose möchten auf sich aufmerksam machen. Dazu veranstalten sie einen Wettbewerb mit einer Foto- und Video-Wanderausstellung unter dem Titel „**Gehörlos wird sichtbar**“.

In der Schweiz leben schätzungsweise 8 000–10 000 gehörlose und über 500 000 schwerhörige Menschen. **Diese unsichtbare Behinderung** wird heute kaum wahrgenommen. Die Tragweite und die Folgen werden unterschätzt. Gehörlosigkeit ist eine Kommunikationsbehinderung. Informationsdefizite und Isolation gehören bei den Betroffenen zu den schwerwiegendsten Auswirkungen.

Die **Zürcher Gehörlosenorganisationen** (Stiftung, Beratungsstelle, Selbsthilfe u.a.) haben sich zusammengeschlossen, um mit dem angekündigten Projekt an die Öffentlichkeit zu treten. Sie möchten das Gehörlos-Sein sichtbar werden lassen, andererseits die Öffentlichkeit auf die Anliegen der Betroffenen aufmerksam machen. Dieses Ziel kann mit einer **kreativen Foto- und Videoausstellung** erreicht werden.

Mitmachen können Profis, Amateure, Schulen, Schulen für Gestaltung, aber auch **Werbeagenturen**. Der Wettbewerb fördert die Auseinandersetzung mit der Behinderung. Der visuelle Aspekt kommt zur Geltung. Die von einer namhaften Jury ausgewählten Bilder und Videos werden prämiert, an einer Wanderausstellung während 3 Monaten an 5–8 ausgewählten Orten, einer breiten Öffentlichkeit bis max. 2 Wochen gezeigt.

Interessierte **ASW-Agenturen** bestellen Wettbewerbsunterlagen direkt bei Anna Leutwyler, Gehörlosenzentrum Zürich, per E-Mail unter [leutwyler.gl-beratung@swissonline.ch](mailto:leutwyler.gl-beratung@swissonline.ch)

### GV des SMC dieses Jahr auch in Bern

Nachdem dieses Jahr bereits der Tag der Werbung in Bern stattgefunden hat, trifft sich der **SMC Schweizerischer Marketing Club** zu seiner 47. Generalversammlung am **Samstag, 14. September 2002**, ebenfalls in Bern.

Die Mitglieder erwartet **rund um den offiziellen Teil** (16.00 h GV im ehrwürdigen Berner Rathaus) ein attraktives Rahmenprogramm. Nach Begrüssung durch die Berner Regierung berichtet Evelyne Binsack, erste Schweizerin auf dem Mount Everest, über ihre Eindrücke vom Dach der Welt. Der anschließende Rundgang durch Bern führt durch eine der schönsten Altstädte Europas. Schliesslich endet der vielversprechende Tag mit einem gemeinsamen Nachtessen im Zunftsaal zu Webern.

## Hinweise

## 14. WEMAR Symposium

Das 14. WEMAR Symposium **für Kommunikation im Business-to-Business-Bereich** findet am **21./22. November 2002** im Grand-Hotel «Victoria-Jungfrau» in Interlaken statt.

**Von Praktikern für Praktiker** organisiert, treffen sich Marketing-, Werbe- und PR-Spezialisten mit hochkarätigen Referenten zu effizienter Weiterbildung, regem Erfahrungsaustausch und informellen Kontakten. Das Symposium bezweckt eine jährliche Standortbestimmung, den Erfahrungsaustausch, Ausblicke auf kommende Entwicklungen, die Präsentation von Fallbeispielen erfolgreicher Unternehmen und die Beziehungspflege – das Networking. Mehr Information über [www.wemar.com](http://www.wemar.com) oder direkt bei [maerking@access.ch](mailto:maerking@access.ch).

## MPR5 in Lugano

Im Januar 2003 startet das **SPRI** Schweizerisches Public Relations Institut und das **SAWI** Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing, Werbung und Kommunikation gemeinsam mit der **Universität Lugano** erneut die berufsbegleitende, zu oberst angesiedelte, PR-lastige Weiterbildung für Kommunikationsverantwortliche, **MPR5 Master of Science in Communications Management**.

Die wissenschaftlichen Hochschulstudiengänge dauern vom Januar 2003 bis September 2004 und umfassen vier Module. Ein erstes Informationsseminar findet am 24. Juni in Zürich statt. Mehr Informationen unter [www.mpr.unisi.ch](http://www.mpr.unisi.ch).

## Beilagen

- Agentur-Umfrage bei ASW-Aktivmitgliedern
- X'02 Prospekt und Eintrittskarte
- ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis 3/2002
- Broschüre „Designschutz“

## 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](mailto:info@asw.ch), [www.asw.ch](http://www.asw.ch)

## ASW-Vorstandsmitglieder

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

(\* = Präsidium)