

# Info-Flash 3/2004

September 2004

## Inhalt/Rubriken:

### Geschäftsstelle, Vorstand

- Herzlich willkommen Seite 2
- Wichtige Termine Seite 2

### Berichte aus der ASW

- Fête de Noël Seite 3
- „Say Cheese“ Seite 3
- Saluti a tutti Seite 4
- Nachschulung WLV Seite 4
- Gelungener Weltrekordversuch Seite 5
- ASW-Media-Fachseminar Seite 5
- NDK Marketing mit ZHW Seite 6
- Kooperation mit spri bringt Kostenvorteile Seite 6
- Der neue Lohnausweis Seite 7
- Mediaplanung leichter gemacht Seite 7

### Berichte aus dem ASW-Umfeld

- Gewinner des Media Trend Award 2004 Seite 8
- X'04: Erwartungen erfüllt Seite 8
- RadioDay ein Erfolg Seite 8
- SMC mit neuen Statuten Seite 9
- Perfekte Planung möglich Seite 9
- Herbst-Zertifizierung auch für Nicht-Mitglieder Seite 10
- Das Goldene Ohr Seite 10
- Startschuss zum XAVER-Sprint Seite 10
- Marketing Trophy Seite 11

### Hinweise

- Weiterbildung mit «gib»Zürich und GFZ Seite 11
- Mehr Informationssicherheit für KMU Seite 12
- Gesunde Unternehmen produzieren gesunde Resultate Seite 12

**Beilagen** Seite 13

**Impressum/Vorstandsmitglieder** Seite 13

## Ohne klare Haltung wird man positioniert...

Entweder über den Preis oder über die Leistung. Die klassische Werbeagentur hat in naher Zukunft kaum eine Chance. Von vielen Werbeauftraggebern wird sie durch Unternehmensberater und Kreativteams ersetzt. Funktion und Aufgabe wird sich grundsätzlich verändern. Agenturen werden ihre Kreativität für sich selber umsetzen müssen, so dass sie zur Marke werden. Es folgen neue Organisationsformen, muss neues Ideenreichtum entstehen und vertiefte schöpferische Produktivität wird sich durchsetzen. Die Umsetzung witziger Gags reicht nirgends mehr hin. Fundiertes Marketing-Know-how, strategisches Denken und profunde Marktkenntnisse sowie Verständnis für deren Mechanismen gehören heute schon ins Repertoire einer Kommunikationsagentur. Darüber hinaus sind zielgruppen-gerechte Kreativität und effiziente, nachweislich erfolgreiche Lösungen im gesamten Kommunikationsmix gefragt. Natürlich darf gewisse Leistung auch eingekauft werden, doch sollte man über sämtliche Medien Bescheid wissen. Dies erfordert nebst guter Grundausbildung dauernde Information und stetige Weiterbildung.

Prof. Peter Wippermann, Universität Duisburg, prophezeite am diesjährigen publimedia Forum die Zweiklassengesellschaft der Werber: Discounter und Ideenbroker. Das heisst, die Werbeagenturen haben drei Möglichkeiten: Kosten senken, Qualität steigern, Innovation anbieten. Kosten senken bedeutet Downtrading: Reklame (Information nur über Preise) statt Werbung. In unserer Welt des Überflusses an Produkten zu leben, zwingt zum Verdrängungswettbewerb. Qualität steigern bedeutet Uptrading: Image statt Werbung. Die Vermarktung von Ideen wird profitabler als die Produktion von klassischen Kampagnen. Innovation anbieten bedeutet Programming: Kommunikation statt Information. Die Werbung folgt dem Strukturwandel der Medien. Gestern hiess es noch: Wie muss ich verkaufen, was ich produziert habe? Morgen heisst es: Wie muss ich kommunizieren, um zu verkaufen?

In diesem Sinne freuen wir uns auf die nächste gemeinsame Weiterbildungsmöglichkeit.

Die Geschäftsstelle

## Geschäftsstelle, Vorstand

## Herzlich willkommen...

Wir freuen uns, unseren Lesern in der nächsten Info-Flash-Ausgabe **verschiedene neue ASW-Aktivmitglieder** vorstellen zu können. Zur Zeit läuft noch die statutarisch bedingte Ausschreibung.

Willkommen heissen dürfen wir aber bereits heute als **neues ASW-Inter-Mitglied** die **Mayerthaler AG, 5432 Neuenhof**. Das neue Mitglied ist Spezialist für PDF Workflow-Entwicklung und Digital-Proofsysteme und deren Vertrieb, gleichzeitig GU für Planung und Realisation von allen Print-Produkten.

Unserem Flash beigelegt findet sich auch das **«ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis»**. Unsere Inter-Mitglieder freuen sich, wenn sie bei einer nächsten Auftragsvergabe mit in die Evaluation einbezogen werden.

## Wichtige Termine zum Vormerken

- ▶ **Dienstag, 26. Oktober 2004**  
GfM SWISSMARKETING: 63. Generalversammlung in Zürich
- ▶ **Donnerstag, 28. Oktober 2004**  
ASW-Media-Fachseminar in Zürich
- ▶ **Freitag, 19. November 2004**  
ASW-Gala, Jahresendveranstaltung in Zürich
- ▶ **Mittwoch, 8. Dezember 2004**  
ASW/BSW Informationsveranstaltung „Neuer Lohnausweis“ in Zürich
- ▶ **Mittwoch, 2. Februar 2005**  
Swiss Marketing (SMC): 8. Marketing Trophy in Luzern
- ▶ **Donnerstag, 7. April 2005**  
SWA: Jahresmeeting 2005 in Zürich
- ▶ **Mittwoch, 20. April 2005**  
GfM SWISSMARKETING: Trendtagung 2005 in Zürich
- ▶ **Freitag, 29. April 2005**  
Tag der Werbung (SW, SAWI, SDV, Idée-VfW) in Appenzell
- ▶ **Freitag, 6. Mai 2005**  
ASW: 42. ordentliche Generalversammlung

## Berichte aus der ASW



## Fête de Noël de la Müllerei

Die **traditionelle Weihnachtsfeier** der ASW-Agentur **Müller & Partner AG, Aarau**, fand auch dieses Jahr wieder **im Sommer** statt. Ohne bittere Kälte und ohne Stress, dafür unter der Maxime „*Bien français!*“. Die Gastgeber empfingen die über 50 Gäste im Landgasthof Hirschen in Obererlinsbach, wo in den Gewölben des gepflegten Weinkellers der Apéro kredenzt wurde. Beschenkt wurden die Geladenen später mit dem **„Weihnachtsmenü der besonderen Art“**, das als delikater Fünfgänger mit edlen französischen Weinen serviert wurde.

Als Überraschung, und wie sich herausstellte als Geheimtipp, begeisterte eine Harmonium spielende junge Französin mit ihren **Chansons** und ihrem **Charme** restlos alle. Und als Urs Müller namentlich sein Team vorstellte, spürten die Anwesenden die gute – fast familiäre – Agenturatmosphäre, die unter anderem zum nachhaltigen Erfolg der Agentur beiträgt. Ein Soirée, der von Klasse und Stimmungen geprägt war – merci beaucoup Müllerei.

## “Say Cheese” bei Diego Bally



Wenn die **Diego Bally AG, Identity Branding ASW/SDA, Zürich**, **zum 20. Agenturjubiläum** einlädt, können die Geladenen einiges erwarten. – Was die Gäste aber am 23./24. September an der Weinbergstrasse vorfanden, war schlichtweg überwältigend. Diego Bally und sein Team spielten ihre Design-Lust voll aus. Bezeichnend war die überdimensionierte Käseglocke, unter der die Eingeladenen vorerst – getreu **dem Motto „Say Cheese“** – fotografiert wurden. Die Gäste erfreuten sich an den geschossenen Bildern nicht nur in der Lounge, wo sie mittels Handscanner auf eine Leinwand projiziert wurden, sondern auch am Give-away, das am Schluss als Print nach Hause mitgenommen werden konnte.



Die zweite, nicht mindere Attraktion war das **gigantische Käsebuffet** mit den vielen Käsesorten aus der Region. Käse aller Art, „Gschwelli“ mit dazupassenden Beilagen sowie auserlesene Weine, liessen keine Gaumenwünsche offen. Beim Armbrust-Schiessen wurden die Erwachsenen gefordert, die Kinder hatten ihren Spiel- und Videobereich und Kennern stand eine beachtliche Auswahl an feinsten Whiskysorten zur Verfügung. Die **rund 200 Gäste** vergnügten sich teilweise bis in die Morgenstunden in den verschiedenen Agenturräumen und vor allem auf dem gedeckten Gartensitzplatz, unbeeindruckt von der Kühle und dem auffrischenden Wind. Im Gegenteil: das Ganze gab dem Anlass einen weiteren **Hauch von Exklusivität**. Wir gratulieren der Agentur ganz herzlich zu ihrem 20-jährigen Jubiläum und zur gelungenen Jubiläumsfeier.



## Berichte aus der ASW



## Saluti a tutti!

### Zu Besuch beim Tessiner ASW-Mitglied

In unbestimmter Regelmässigkeit besuchen Mitglieder des Präsidiums oder der Geschäftsstelle unsere Aktivmitglieder in der Deutschschweiz. Diese Zeilen sollen bestätigen, dass auch unser einziges Mitglied im Tessin nicht vernachlässigt wird.

Die „Sonnenstube“ zeigte sich von ihrer schönen Seite, als wir am 4. September 2004 die **MB Advertising ASW in Agno** aufsuchten. Das Agenturhaberehepaar Jolanda und Mauro Bernasconi empfangen uns aufs Herzlichste.

Das prächtige Anwesen erinnert zwar eher an Ferien, doch in den hauseigenen Büroräumen im „Pianterreno“ und im daneben liegenden ehemaligen „Grotto“ wird ebenso **werbewirksam und erfolgreich** gearbeitet wie an vielen Orten im kühleren Norden. Zu den langjährigen Kunden gehören unter anderem die regionalen Verkehrsbetriebe TPL, die Funiculare Monte Bré, NEW ROCK-Sportartikel, die lokale Hotellerie oder die Grappa-Destillerie La Gudesa.

Da das Tessin von internationalen und global arbeitenden Unternehmen eher stiefmütterlich behandelt wird, **sucht Mauro Bernasconi mit feinem Gespür** immer wieder lukrative Nischenprodukte. Mit seinen eigenen Gestaltern und einem Team von Redaktoren und Journalisten erstellt er zum Beispiel **in Eigenregie** kostenmässig selbsttragende, kalendarisch gestaltete Jahrbücher verschiedenster Regionen des Tessins.

Sie fühlen sich zwar manchmal schon etwas ASW-abseits – meinen Jolanda und Mauro Bernasconi – und **freuen sich** deshalb **über jeden Besuch** aus den Deutschschweizer-ASW-Reihen. Ein kurzer Besuch lohnt sich: MB Advertising hat auf ihrem Grundstück nebst beachtlicher „Piscina“ den grössten Palmenhain, den wir je bei einer Agentur gesehen haben!

## Nachschulung „Werbeleistungsvertrag WLV“

Am Donnerstagnachmittag, 9. September 2004, war es wieder soweit. Acht interessierte Teilnehmer liessen sich in den Räumen des SAWI, Dübendorf, vom Referenten Benno Frick, ASW-Vorstandsmitglied und Autor des Vertragswerks, in die komplexe Materie des **Werbeleistungsvertrags** einführen.

Seit **Lancierung des WLV im 2001** wurde bereits **der 9. Kurs** durchgeführt. ASW-Neumitglieder oder Verantwortliche aus ASW-Agenturen, die noch nie an einer WLV-Schulung

## Berichte aus der ASW

(Fortsetzung) Nachschulung „Werbeleistungsvertrag“

teilgenommen haben, stuften die Nachschulung als sehr gut und informativ ein. Den Teilnehmenden wurde der Rahmen-/Basisvertrag (ehemalige Arbeitsgrundsätze und Honorarordnung) sowie seine peripheren Papiere vorgestellt und der Umgang mit dem Vertragswerk eingehend erklärt.



## Gelungener Weltrekordversuch

Zu Präventions- und Informationszwecken wurde in Zusammenarbeit mit dem Blindenbund und der Klinik Pallas in Olten ein **Sehtest-Weltrekord** lanciert. Auf der **weltgrössten Sehtafel**, die in einer Entfernung von 730 Meter aufgehängt wurde, konnte eine Sehleistung von bis zu 320% gemessen werden. Zusätzlich wurde an diesem Anlass die **bestsehendste Person** gesucht. Der Gewinner erreichte eine Sehleistung von 250%, was der Lesbarkeit einer 9-Punkt-Schrift entspricht, die aus fünf Meter Entfernung gelesen werden kann.

Die Arbeiten rund um den gelungenen Sehtest-Weltrekord wurden von der **Ruf Werbung ASW, Eglisau**, geleistet. Sie umfassten die gesamte Konzeption und Organisation sowie die Erstellung der Sehtafel, deren Bewerbung über Radio, mit Flyer und Presstexten, die Suche des Medienpartners, Organisation des Hauptpreises und Durchführung des Events.

## ASW-Media-Fachseminar

In Zusammenarbeit mit der **publisuisse**, der **WEMF**, der **Publimedia** und **Publimag** organisieren wir am 28. Oktober 2004 ein ganztägiges **Media-Fachseminar** in Zürich.

Das Seminar sollte von sämtlichen Kommunikationsverantwortlichen mit entsprechendem Kundenverantwortungs-Bewusstsein unbedingt besucht werden. Es verspricht mit seinen **Markt- und Trendforschungsansätzen** sowie den hilfreichen **Planungstools** ein hochkarätiges, informatives Media-Fachseminar zu werden.

Das **kostenlose Tagesseminar** wendet sich an Agenturhaberrinnen und -inhaber, Beratende in leitenden Funktionen, Planerinnen und Planer Marketingkommunikation und Übrige mit Verantwortung in der Werbeassistenz, an Mediaberatende, aber auch an mediaverantwortliche Kreative wie Konzepter, Gestalter und Texter und nicht zuletzt an PR-Fachleute, die etwas von Media-Verständnis halten.

Die Ausschreibung des Seminars erfolgt mit separater Post. Gerne werden auch Mehrfachbuchungen vorgemerkt.

## Berichte aus der ASW

### NDK Marketing mit dem ZMM der ZHW

Weiterbildung wird bei der ASW gross geschrieben. In diesem Sinne lanciert die ASW zusammen mit dem Zentrum für Marketing Management (ZMM) der Zürcher Hochschule Winterthur (ZHW) einen **Nachdiplomkurs «Marketing- & Corporate Communications»**.

Der Kurs richtet sich an **Agenturverantwortliche und Führungskräfte** sowie kundenverantwortliche Mitarbeiter der gesamten kommerziellen Kommunikation. Die Lernziele sind entsprechend hoch gesetzt und vielfältig. Die Teilnehmer erhalten nach dem Kurs ein offizielles Weiterbildungs-Zertifikat oder im Anschluss an eine bereits erfolgte höhere Ausbildung (z.B. WerbeleiterIn, KommunikationsleiterIn, MarketingleiterIn) ein **Nachdiplomkurs-Zertifikat**. Für 4 Module à je 2x2 Tage mit total 128 Lektionen bezahlen die Teilnehmer aus ASW-Agenturen lediglich Fr. 5 850.-.

**Vorabklärungen betreffend definitiver Durchführung** werden mit separater Post an die Agenturen versandt.

### Kooperation bringt Kostenvorteile

Wie im letzten Flash angekündigt, werden die **ASW** und das **spri Schweizerisches Public Relations Institut** stärker miteinander kooperieren. Nachstehend stellen wir erste Projekte vor, wo es sich doppelt lohnt zu profitieren.

**Nachdiplomkurs (NDK) Event-Kommunikation** in Zürich, 16 Tage in 7 Blöcken innerhalb von 5 Monaten, inkl. Dokumentation, anstatt Fr. 7 800.- für **ASW-Mitglieder nur Fr. 6 800.-**. Der Nachdiplomkurs vermittelt umfassende Kompetenz zur Event-Kommunikation und zum Event-Management. Teilnehmende erwerben das Know-how, um Events aller Art für verschiedenste Zielgruppen effizient und zielgerichtet zu konzipieren, planen und realisieren.

**spri-Vertiefungsmodul „Produkt-PR“** in Zürich, 2-tägiges Spezialseminar mit spri-Attest, anstatt Fr. 1900.- für **ASW-Mitglieder nur Fr. 1500.-**. Die Teilnehmenden sollen sich nach dem Seminar im gesamten Bereich der Produkt-PR – der wohl am meisten unterschätzten PR-Disziplin und Marketing-Ressource – zuhause fühlen und die Potenziale bei ihren Kunden sicher und zielgerecht nutzen können.

Nähere Informationen und Anmeldemöglichkeiten sind direkt über [www.spri.ch](http://www.spri.ch) abrufbar. ASW-Mitglieder müssen sich ausweisen. Im Gegenzug werden PR-Fachleute kostenlos zum ASW-Media-Fachseminar vom 28.10.2004 eingeladen.

## Berichte aus der ASW

### Der neue Lohnausweis

Der Lohnausweis, grundsätzlich eine Urkunde, auf der der Arbeitgeber die Pflicht hat, **sämtliche Bezüge und Leistungen** des einzelnen Mitarbeitenden festzuhalten. Der neue Lohnausweis – gültig ab Steuerperiode 2005 und obligatorisch ab 2006 – setzt genau hier an: Firmenparkplätze, Geschäftsauto oder Autopauschalen, Abonnemente, Spesen, Reka-Checks, Einkaufsvergünstigungen, Weiterbildungen und vieles andere mehr muss zukünftig detailliert ausgewiesen werden.

Aus diesem Grund lädt auf Mittwoch, 8. Dezember 2004, der **Branchenverband Schweizer Werbe- und Kommunikationsagenturen BSW** und die **ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen** zur gemeinsamen **Informationsveranstaltung «Neuer Lohnausweis»** im Hotel Krone Unterstrass, Zürich, ein.

Monika Spirig, Inhaberin der KMU Personaldienste, Zürich sowie Kurt Schmutz von der S+C Unternehmensberatung AG, Winterthur (ASW-Inter-Mitglied) informieren über **Konsequenzen und Auswirkungen** auf Mitarbeitende und Unternehmen sowie erforderliche betriebliche und softwaretechnische Anpassungen.

### Mediaplanung leichter gemacht

Zur Optimierung der Mediaberatung findet das **ASW-Aktivmitglied** im passwortgeschützten Memberbereich unserer Website eine „**Checkliste für Mediaplanung**“.

In Ergänzung dazu bietet die **WEMF AG für Werbemittelforschung** die Möglichkeit, mit bescheidener Tagespauschale von 120 Franken **uneingeschränkte Online-Auswertungen** zu erarbeiten. Damit erhält der Nutzer Zugang zu der Studie MA Strategy 2003, Studie für den Mediamix-Entscheid (ab November: 2004); MACH Basic 2004, schweizerische Leserschafts- und Kinostudie; MACH Consumer 2004, schweizerische Konsum-Mediastudie; MA Leader 2003, Media-Analyse Führungskräfte; MA Comis 2004, Studie über die Internet-Nutzer. Über [www.wemf.ch](http://www.wemf.ch) > Campi Online, kann der User für seine Kunden individuelle Medialäufe ausarbeiten lassen.

Zwecks optimalerer **Printmediaplanung** hat die **publimedia** neu das «**client center**» lanciert. Dieses gestattet ein noch einfacheres und übersichtlicheres Planen und Abwickeln sowie Controlling von **Printkampagnen**. Das «client center» steht exklusiv den Kunden der publimedia – kostenlos, mit passwortgeschütztem Zugang – zur Verfügung und erlaubt gleichzeitig den Zugriff auf die lizenzierten Applikationen wie MACH, MedienRadar-Online, MediaDispo oder MediaPerformance.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### Gewinner des Media Trend Award 2004

Auf die Fragen „Wie beurteilen Sie die Service-Leistungen, die Bratungskompetenz sowie das Preis-Leistungs-Verhältnis des Medienangebots“ erhielten von den befragten Media- und Werbeagenturen bei den **Medienvermarktern** erstmals die **publisuisse** knapp vor der zurückgestuften Radiotele und bei den **Medienanbietern** die **Neue Zürcher Zeitung** vor der ewigen Zweiten Clear Channel Plakanda die besten Bewertungen und gewannen den diesjährigen **Media Trend Award**.

### X'04: Erwartungen erfüllt

Die 7. Austragung der Messe war angeblich ein Erfolg. Die Ausstellungsfläche konnte mit insgesamt 340 Ausstellern um knapp 10% vergrössert werden. Gegen 12 000 Besucher informierten sich während der drei Messtage auf der **Branchenplattform für Marketing, Kommunikation und Event**. Einer der Höhepunkte war zweifellos wieder der Xongress mit internationalen Topreferenten und Praxis-Workshops.

Die von **search.ch** mit dem Marktforscher Dr. Pascal Sieber durchgeführte Umfrage: **Was Werber und Werbeauftraggeber über Online-Werbung denken**, zeigte unmissverständlich, dass Auftraggeber Werbung übers Internet positiver beurteilen als eine grosse Mehrheit der Werbeauftragnehmer. Hier braucht es anscheinend noch zusätzliche Überzeugungskraft, um die Effizienz der Online-Werbung glaubhaft rüber zu bringen.

### RadioDay ein Erfolg

Mit über 600 Besucherinnen und Besuchern kann der **Radio-Day** als voller Erfolg gewertet werden. Spannende Diskussionen, attraktive Workshops und die Verleihung des „Radio of the Years“ (je an einen Sender der romanischen und der Deutschschweiz) waren sicher die Höhepunkte der diesjährigen Veranstaltung für die Schweizer Radio-Szene. Der Verleger-Verbandspräsident Hanspeter Lebrument zeigte in seiner Rede die zahlreichen **Vorteile des RTVG für die Privatradios** auf und prognostizierte der PUBLIgruppe einen steinigen Weg beim Einstieg ins mögliche Radiogeschäft. In einer interessanten, achtköpfigen Gesprächsrunde mit jungen **Hörerinnen und Hörer „von der Strasse“** konnten sich die Macher anhören, was von einem Radioprogramm erwartet wird. Mehrfach bemängelt wurde dabei der täglich wiederkehrende **moderne musikalische Einheitsbrei**, den die Privatradiostationen unentwegt von sich geben.



## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### SMC mit neuen Statuten und neuem Namen

Am 25. September 2005 fand unter Anwesenheit von über zweihundert Mitgliedern im Flughafen Zürich-Kloten die **49. Generalversammlung des SMC** Schweizerischer Marketing Club statt.

Der Morgen begann mit einem Brunch im Balsberg, begleitet von Interviews, moderiert von Jana Caniga, mit interessanten Gesprächspartnern aus Wirtschaft, Kultur und Sport zum **Tagesthema „move“**.

An der anschliessenden effektiven Generalversammlung hat sich der SMC mit neuen Statuten auch gleich einen neuen Namen gegeben. Der Verein firmiert neu unter dem Namen **Swiss Marketing (SMC)**. Gemäss Otto Ineichen, Nationalrat und Präsident des Zentralvorstands, hat sich damit der Verband Grundlagen gegeben, **auf soliden Schienen in die Zukunft** zu steuern.

### Perfekte Planung möglich

Einfacher in der **Publikums-, Spezial- und Fachpresse** inserieren – ein Wunsch, der von verschiedensten Agenturen immer wieder geäussert wurde. Die **Publimag** hat parallel zu ihren klassischen Dienstleistungen ihre Beratungskompetenz mit drei spezifischen Online-Tools ausgebaut.

Die E-Services [www.magtools](http://www.magtools) sind kostenlos und rund um die Uhr im Einsatz.

Der **Mag-Index** ist ein Selektionstool: die Applikation umfasst über 2000 Publikums-, Spezial- und Fachzeitschriften und enthält alle relevanten Basisinformationen. **Mag-Calc** ist ein Planungs- und Berechnungstool, welches stetig weiterentwickelt wurde und genaue Berechnungen mit diversen Kostenkomponenten gestattet. Mit **Mag-Dispo** können schlussendlich sämtliche Organe in gewünschte Streupläne eingebunden und auf Wunsch per Mausclick zur Weiterverarbeitung an die Publimag übermittelt werden.

Mehr über den Einsatz und die Handhabung dieser Tools wird am kommenden **ASW-Media-Fachseminar** vom 28. Oktober 2004 in Zürich gezeigt.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### Herbst-Zertifizierung auch für Nicht-Mitglieder

Das Berufsregister der Schreibenden (Journalisten ausgenommen) führt in der Schweiz **script, der Schweizer Texterinnen und Texterverband**. Wer sich „Texterin BR“ oder „Texter BR“ nennen darf, beweist seine überdurchschnittliche Professionalität und garantiert für Qualitätstexte. Seit der vergangenen GV von script ist die Aufnahme ins Berufsregister nicht mehr zwingend mit der script-Mitgliedschaft verknüpft. Somit können ab diesem Herbst **erstmalig alle Texterinnen und Texter** einen Aufnahmeantrag stellen. Eingabefrist ist der 15. Oktober 2004, Antragsunterlagen inklusive Bewertungsraster sind unter [kontakt@scriptweb.ch](mailto:kontakt@scriptweb.ch) erhältlich.

In der Schweiz gibt es einige Hundert Texterinnen und Texter, rund 150 sind script-Mitglieder, 21 davon mit BR-Eintrag. script erhofft sich, dass nach der Zertifizierungsrunde im November insbesondere die Zahl der **zertifizierten Agentur- und Firmen-TexterInnen** respektabel erhöht wird.

### Das Goldene Ohr

Einladungen an die **Kreativen aus den Werbeagenturen** sowie an Entscheider aus Wirtschaft und Werbung werden demnächst verschickt. Die Veranstalter von **Das Goldene Ohr** erwarten zur Preisverleihung in der Nacht des 4. Novembers 2004 gegen dreihundert Gäste im Mascotte, Zürich.

Die Goldene Ohr Nacht geht dieses Jahr **zum 7. Mal** über die Bühne. Top-Referenten werden gemeinsam mit den stärksten Schweizer Radiospots für gute Unterhaltung sorgen. Im Anschluss findet die **Goldene Ohr-Party** statt, auf die in diesem Jahr der Fokus gelegt wird. Hierzu werden zum ersten Mal DJs für den richtigen Ton sorgen.

### Startschuss zum XAVER-Sprint

Ab sofort und spätestens bis 15. Dezember 2004, läuft die Anmeldephase für auszeichnungsbewusste „Branchenathleten“ aus dem Event- und Expobusiness. Überdurchschnittliches, Kreativität und Innovation ist von den besten Inszenierenden der Branche gefragt.

Der **XAVER Expo & Event Award** bietet jedes Jahr die Plattform für ambitionierte Projekte, die sich durch Einzigartigkeit auszeichnen. Im März 2005 werden die Gewinner ausgezeichnet. Mehr Informationen finden sich unter [www.xaveraward.ch](http://www.xaveraward.ch).

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### Marketing Trophy neu in der Zentralschweiz

Bereits zum 8. Mal findet am 2. Februar 2005 der Schweizerische Marketing Tag mit der Verleihung der **Marketing Trophy** statt. Zentraler gelegen als in den vergangenen Jahren, neu und voraussichtlich noch professioneller aufgelegt, findet die Veranstaltung im kommenden Jahr im KKL Kultur- und Kongresszentrum in Luzern statt.

Die Marketing Trophy wird an **Unternehmen verliehen, die Erfolge** mit einem einzelnen Produkt oder einer ganzen Angebotspalette haben, die Teile der Marketinginstrumente erfolgreich eingesetzt, Markttrends frühzeitig erkannt und Marktanteile gewonnen oder neue Märkte erschlossen haben.

Für die kommende Verleihung werden noch erfolgreiche und innovative Marketingprojekte gesucht. Mehr darüber auf [www.marketingtag.ch](http://www.marketingtag.ch)

## Hinweise

### Weiterbildung mit «gib»Zürich und GFZ

Bedauerlicherweise zu selten werden die **günstigen Weiterbildungsmöglichkeiten** der beiden Anbieter genutzt, obwohl der grafischen Industrie grosse Herausforderungen bevorstehen, die nur mit „kollektiver Intelligenz“ bewältigt werden kann.

Angesichts der sich ständig verkürzenden Halbwertszeit von Anwendungsprogrammen, Rechnern und Produktionsmaschinen kann sich niemand auf der **Führungsebene** oder auf **Mitarbeiterstufe** einer adäquaten Weiterbildung verschliessen.

Aktuelles Wissen zum richtigen Zeitpunkt in der richtigen Tiefe bei allen am Prozess Beteiligten ist das Erfordernis unserer Zeit: Nur so können wir erfolgreich bleiben.

Die beigelegte **Weiterbildungsagenda 2004/05** eröffnet ein weitgespanntes Ausbildungsprogramm.

Insbesondere verweisen wir auf das kommende **TalkForum „Dreamteam oder Kain und Abel?“** (Das Verhältnis zwischen Werbeagenturen und Druckereien) vom Donnerstag, 28. Oktober 2004, 20.00 Uhr im Hotel Inter-Continental, Zürich.

## Hinweise

### Mehr Informationssicherheit für KMU

Wer hat sich nicht schon einmal überlegt, ob in seinem Betrieb die Kernleistungen weiter erbracht werden können, wenn das **Computernetzwerk** plötzlich **nicht mehr funktioniert**? Unabhängig davon, ob Dutzende oder bloss drei Rechner im Einsatz stehen, **die Verantwortlichen** sollten sich periodisch mit Fragen dieser Art auseinander setzen.

Wie die Sicherheit und der Bestand des Unternehmens, die Verfügbarkeit der Daten und Informationen nachhaltig verbessert werden und man sich vor böswilligen Angriffen von innen und aussen schützen kann, beschreibt die **Stiftung InfoSurance, Zürich**, in der beigelegten Broschüre «**Mehr Informationssicherheit für KMU**» (Das 10-Punkte-Programm für einen wirkungsvollen IT-Grundschutz) von Dr. Calista Fischer. Berücksichtigung empfehlenswert!

### Gesunde Unternehmen produzieren gesunde Resultate

„Die Mitarbeitenden sind des Unternehmens wichtigstes Kapital“ heisst es oft vollmundig und imageerheischend. Doch während es für die technischen Ressourcen einen eigenen Betriebsunterhalt gibt, wird für die **Gesunderhaltung der Menschen** im einzelnen Unternehmen wenig getan.

Trotzdem, Unternehmen erkennen heute immer mehr die Bedeutung **betrieblicher Gesundheitsförderung (BGF)** und den Wert ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als ein Kapital, dem es Sorge zu tragen gilt.

Aus diesem Grunde wurde im Auftrag von **Gesundheitsförderung Schweiz** die Abteilung für Gesundheitsförderung im **IfA Institut für Arbeitsmedizin** aufgebaut und das **Projekt KMU-vital** lanciert.

**Betriebliche Gesundheitsförderung** ist wichtig und einfach: Wichtig, weil unternehmerischer Erfolg nur mit motivierten und gesunden Mitarbeitenden möglich ist und weil Motivation und Gesundheit weder selbstverständlich sind, noch dem Zufall überlassen werden dürfen. Einfach, weil KMU-vital konkrete, **KMU-gerechte, praxiserprobte Module** für BGF zur Verfügung stellt, welche auch kleineren Firmen eine stufenweise Umsetzung bei einem vernünftigen Aufwand ermöglichen. **Einzige Bedingung** ist: Es müssen auf allen Stufen alle am gleichen Strick ziehen.

## Hinweise

(Fortsetzung)  
Gesunde Unternehmen  
produzieren gesunde Resultate

Mit **KMU-vital** steht verantwortungsbewussten, innovativen Unternehmen ein erprobtes, sofort einsetzbares Programm zur Verfügung, das schon in über 50 verschiedenen Gesundheitsförderungsprojekten mit grossem Erfolg eingesetzt wurde. Mehr darüber unter [www.kmu-vital.ch](http://www.kmu-vital.ch).

## Beilagen

ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis 3/2004  
Broschüre: Mehr Informationssicherheit für KMU  
GFZ: Weiterbildungsagenda 2004/2005

---

## Impressum

Redaktion

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

## ASW-Vorstandsmitglieder

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

\*=Präsidium