

# Info-Flash 4/2002

August 2002

## Inhalt/Rubriken:

### Geschäftsstelle, Vorstand

- Soeben frisch aufgelegt Seite 2
- Zusätzliche Mandatsübernahme Seite 2
- Wichtige Termine Seite 3
- Mutationen in unseren Reihen Seite 3

### Berichte aus der ASW

- Rückblick X'02 Seite 4
- Neue ASW-Inter-Mitglieder Seite 4
- Resultate der Agentur-Umfrage Seite 5
- Unklarheiten bei MWSt-Revision Seite 5
- Gratis-Weiterbildung Seite 6
- Branchenkurs für KV-Lehrlinge Seite 6

### Berichte aus dem ASW-Umfeld

- Fairplay in unhaltbaren Dimensionen Seite 7
- ASW-Mitglieder sollten es wissen Seite 8
- Impressum/Vorstandsmitglieder Seite 8
- Teilrevision des RTVG Seite 9
- Zugang zu öffentlichen Budgets Seite 9
- Computer schafft neue Berufe Seite 10
- GfM-Marketingpreis 2002 Seite 10

### Hinweise

- „EinBlick ins Werk“ v. Jürg Bally Seite 11
- Radioday 2002 Seite 11
- Revolution oder Türöffner Seite 12
- Praktikumstellen Tagesschüler Seite 12
- Bestätigung des Bundesgerichts Seite 12
- Weiterbildungsnetzwerk Seite 13

**Beilagen** Seite 13

## Alles nur warme Luft?

Die vergangenen Wochen und Monate haben es an den Tag gebracht: Das System der optionsabhängigen CEOs, der uneingeschränkten Shareholder Value und der vielgepriesenen Globalisierung ist krank. Im Fall von bilanzfälschenden Energie- und Telekom-Konzernen, von nunmehr visionslosen Bankern, von Pensionskassen und von anderen börsenkotierten Firmen sogar todkrank.

Das System der höheren Eigenkapitalrendite hat seine eigenen Kinder gefressen. Denn es hat vergessen, dass die Börse nur der Spiegel der Unternehmensbewertung ist, nicht aber ihr Ursprung. Und es hat vergessen, dass Eigenkapital nicht aus eingetauschten Aktien oder Bankkrediten, sondern aus Eigenkapital bestehen sollte!

Markenwerte von unmessbarem Wert wurden über Jahre vernachlässigt und in den letzten Monaten erfolgreich vernichtet. Und mit ihnen auch das Vertrauen in Unternehmen und Produkte, dem grössten Aktivum eines Unternehmens, das weiter denkt als bis zur Bekanntgabe der nächsten Quartalszahlen.

Die Bereinigung ist in vollem Gang und wird im Lauf dieses Herbstes auch die Agenturszene Schweiz nicht unberührt lassen, damit müssen wir leider rechnen.

Doch die nächsten paar Jahre werden wieder den „Small Caps“ gehören, den überschaubaren Einheiten, wo die Chefs nicht die eigene Bereicherung, sondern die Freude an solider und ehrlicher Arbeit vor Augen haben. Und wo das Potenzial für neues Vertrauen am grössten ist.

So gesehen sind wir für die Zukunft bestens gerüstet. Vorausgesetzt wir haben den Willen, aus den Fehlern anderer zu lernen. Und den Mut, auch dann eine neue Qualität der Ehrlichkeit vorzuleben, wenn gewisse Medien, Lieferanten und Kunden noch „in alten Dimensionen“ denken! Gehen wir als gute Beispiele voran. Wir können nur gewinnen. In jeder Beziehung.

Benno Frick, ASW Past President, mailbox@frick-partner.ch

## Geschäftsstelle, Vorstand



## Soeben frisch aufgelegt

Das neue **ASW-Mitgliederverzeichnis 2002/03** ist da. Auch wieder im handlichen A5-Hochformat, aber total neu und übersichtlicher gestaltet. Die Aktivmitglieder sind nach Landesteilen aufgeteilt, resp. geografischen Regionen zugeordnet. Ausserdem findet sich darin eine alphabetische Agenturübersicht sowie eine Inhaber-Namensliste. Ein Exemplar liegt bei.

Die Realisation des Mitgliederverzeichnisses verdanken wir unseren **grosszügigen Sponsoren**, ohne deren Engagement dieses Mitgliederverzeichnis in der vorliegenden Form nicht möglich gewesen wäre.

Für die Datenübernahme, den Druck und die Ausrüstung zeichnet unser ASW-Inter-Mitglied, **Schellenberg Druck AG**, Druckkommunikation, Pfäffikon ZH, verantwortlich.

Das Papier für den Umschlag und den Inhalt stellte uns entgegenkommenderweise die **Sihl + Eika Papier AG**, Thalwil, zur Verfügung. Wir danken beiden herzlich.

**Adressänderungen** sollten unbedingt frühzeitig der Geschäftsstelle per E-Mail [info@asw.ch](mailto:info@asw.ch) oder Fax (01 831 14 24) mitgeteilt werden.

## Zusätzliche Mandatsübernahme

Wie seinerzeit im ASW Flash Extra vom 20.9.2001 publiziert, übernahm **Peter Grob**, Inhaber der Kommunikationsagentur PETER GROB + Partner, Wallisellen, auf Mandatsbasis, per 1.11.2001, als **Geschäftsführer** die **Geschäftsstelle der ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen**.

Nebst einigen wenigen Agenturkunden, die nach wie vor betreut werden, hat Peter Grob (langjähriges Mitglied der Idée-VfW) nun auch auf Mandatsbasis, per 2.5.2002, mit seinem Team zusätzlich noch die weit weniger aufwändige **Geschäftsführung** der **Idée-VfW Vereinigung für Werbekommunikation** übernommen. (Wurde in den einschlägigen Fachmedien seinerzeit veröffentlicht.)

Damit ist die Geschäftsstelle der Idée-VfW gegenüber früher, zukünftig auch fünf Tage in der Woche erreichbar, und gleichzeitig erhoffen sich die beiden Verbände in gewissen Bereichen eine vertiefte Zusammenarbeit durch die Förderung beidseitig nutzbarer Synergien, insbesondere bei Veranstaltungen und der Weiterbildung.

## Geschäftsstelle, Vorstand

## Wichtige Termine zum Vormerken

- ▶ **Dienstag, 22. Oktober 2002**  
Informationsveranstaltung  
„TV-Werbung von der Idee bis zur Mediaplanung“
- ▶ **Freitag, 29. November 2002**  
ASW-Gala/Endjahresessen
- ▶ **Freitag/Samstag, 27./28. Juni 2003**  
ASW-Jubiläums-GV

## Mutationen in unseren Reihen

Mit Bedauern müssen wir die **Austritte** folgender, teilweise langjähriger Aktivmitglieder per 31. Dezember 2002, bekannt geben:

- GFS Communications AG, Bruno Giordano, 9000 St. Gallen
- Stier Communications AG, Manuela Stier, 8104 Weiningen
- Werbeberatung Valcanover AG, Guido Valcanover, 4800 Zofingen
- MOSAIC, Priska Ziegler, 9000 St. Gallen.

Gleichzeitig publizieren wir gemäss ASW-Statuten, Art. 13, Abs. 1, den **Ausschluss mit sofortiger Wirkung** des Aktivmitgliedes

- **Peng & Partner GmbH**, Werner Peng, Kasernenstrasse 90, **7007 Chur**.

Unter Hinweis auf Art. 15, Abs. 2, darf die betroffene Agentur spätestens ab 30.9.2002 die Bezeichnung ASW im geschäftlichen Verkehr unter Strafandrohung nicht mehr verwenden.

Dagegen freuen wir uns, veröffentlichen zu dürfen, dass die Kommunikationsagentur

- **atelier heinzelmann**, André Heinzelmann, Hermann Götz-Strasse 21, **8402 Winterthur**,

vom Vorstand **zur Aufnahme in die ASW** empfohlen wird. Sofern gegen diesen Beschluss nicht innerhalb von 20 Tagen von einem Aktivmitglied schriftlich und begründet bei der Geschäftsstelle Einsprache erhoben wird (ASW-Statuten, Art. 5, Abs. 1), gilt die Aufnahme als rechtskräftig.

## Berichte aus der ASW

## Rückblick X'02

Zum fünften Mal in Folge hat sich die **ASW** an der diesjährigen **X'02 in Zürich**, der Messe für Marketing, Kommunikation und Event vom 20. bis 22. August 2002 am **Point X** zusammen mit der SW Schweizer Werbung, dem SDV Schweizer Direktmarketing Verband und der Idée-VfW Vereinigung für Werbekommunikation, dem interessierten Publikum vorgestellt.

Damit ist auch das im Jahr 2000 eingegangene, auf drei Jahre befristete Engagement der ASW am Point X vorläufig beendet, und eine Teilnahme für die Folgejahre muss im Vorstand noch eingehend diskutiert werden.

Mit über 11 000 Besucherinnen und Besuchern sowie 700 Teilnehmenden an den Kongressen (Xongress'02) war der Publikumszustrom zwar grösser als erwartet, doch die Qualität der Kontakte war **aus der Sicht der ASW** mit derjenigen aus den Vorjahren nicht mehr vergleichbar – offenbar haben es viele Unternehmen vorgezogen, Entscheider an die Vorträge und die Assistentinnen und Assistenten in die Messehallen zu schicken.

Die X'03 findet vom 26. bis 28. August 2003 wiederum in der Messe Zürich statt.

## Neue ASW-Inter-Mitglieder

Diesem Flash beigelegt ist auch wieder ein **aktuelles ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis**. Neu darin finden sich drei weitere assoziierte Mitglieder, die sich zukünftig ebenfalls freuen würden, wo immer möglich in eine Evaluation bei Auftragsvergaben miteinbezogen zu werden.

Als **neue Inter-Mitglieder** heissen wir herzlich willkommen:

- **Birkhäuser+GBC Spezialprodukte AG**, Erich Läubli, **4153 Reinach BL 1**, Spezialist für Formulare und Garnituren, Direct Mailings, Sicherheitsdruck, flexible Verpackungen und Selbstklebeetiketten
- **S + C Unternehmensberatung AG**, Jürg Kihm, Trollstrasse 19, **8402 Winterthur**, Anbieter der Agentursoftware advertizer
- **webstyle GmbH Internet/ISP**, Alain Martinet, Lyssachstrasse 27, **3400 Burgdorf**, Spezialist für Business-Hosting, Datenbankapplikationen, dynamische Content-Lösungen, Standleitungen.

## Berichte aus der ASW

### Resultate aus der letzten Agentur-Umfrage

Dem Info-Flash 3/2002 lag wiederum eine Agentur-Umfrage bei. Damit sollte das Interesse für mögliche Informationsseminare „Mehrwert für Agenturen“ und „Medienclipping ARGUS“ bei unseren Mitgliedern „ertastet“ werden. Ausserdem konnten sich die Mitglieder zur Art und Weise der Durchführung der ASW-Jahresendveranstaltung äussern (=keine Eindeutigkeit).

Von den 88 angeschriebenen Agenturen haben leider nur deren 35 (knapp 40%) geantwortet. Besten Dank allen Agenturen, die sich an der Umfrage beteiligten.

Der Trend zeigte jedoch klar, dass das „Versicherungsangebot“ entweder bereits genutzt wird oder dafür kein Interesse besteht. Noch eindeutiger verworfen wurde das „Kundenmonitoring“. Selbstverständlich steht die Geschäftsstelle allen Aktivmitgliedern jederzeit zur direkten Vermittlung dieser Serviceleistungen gerne zur Verfügung.

Weiter hätten rund 21 Mitglieder gern mehr über das „Medienclipping der ARGUS“ erfahren. Doch auch dies wären sicher zuwenig Interessenten für eine Informationsveranstaltung. Der Vorstand wird sich eine andere Orientierungsmöglichkeit einfallen lassen.

### Unklarheiten bei MWSt-Revisionen

In letzter Zeit haben uns verschiedene Anfragen von Mitgliedern zum Thema Mehrwertsteuer erreicht. Dies in Zusammenhang mit MWSt-Revisionen.

Offenbar ist nicht allen Revisorinnen und Revisoren der Umgang mit Lieferantenrechnungen und dem direkten Weiterleiten derselben an unsere Kunden im Detail bekannt.

Wir empfehlen deshalb, auf den Bordereaux folgende Bemerkung anzubringen:

*Dieser/diesen Lieferantenrechnung/en liegt ein blosser Vermittlungsauftrag gemäss MWSTG (Bundesgesetz über die Mehrwertsteuer) Art. 192 ff. sowie u.U. OR Art. 418 zu Grunde, weshalb sie im Namen und für Rechnung des/der Lieferanten lautet/lauten und diesem Begleitschein im Original beiliegt/beiliegen.  
Dieser Begleitschein ist keine Rechnungsstellung im Sinn von MWSTG Art. 751 ff.*

Benno Frick, mailbox@frick-partner.ch

## Berichte aus der ASW

### Gratis-Weiterbildung bei Inter-Mitgliedern

Kontinuierliche Weiterbildung auch im Produktionsbereich ist zwingend. Gleich zweimal lädt die **Neidhart + Schön Group** in Zürich-Wipkingen ASW-Aktivmitglieder zu verschiedenen **Workshops** (17.00-19.30 Uhr) ein:

#### **Thema 1: Interaktive Bilddatenbanken und Crossmedia Publishing.**

Das Ziel besteht darin, Prozessoptimierungen in der Medienproduktion zu erzielen, durch zentrale Datenablage, Datenmehrfachnutzung und ausgereiftes Workflow-System Komplexität und Informationsfülle bei der Medienerstellung inhaltlich und aufwandmässig unter Kontrolle zu behalten.

Daten: 18. September 2002/5. November 2002,  
Anmeldungen über [crossmedia@nsgroup.ch](mailto:crossmedia@nsgroup.ch).

#### **Thema 2: One-to-One-Marketingpublikationen im Digitaldruck.**

Wird das Potenzial der vorhandenen Kundendaten richtig genutzt? Oft kann mehr daraus gemacht werden. Der Workshop führt durch den Entstehungsprozess von Direct-Marketing-Ideen – für einmal aus der Sicht der Produktion – und soll vermitteln, was alles beim Personalisieren möglich ist.

Daten: 22. Oktober 2002/27. November 2002,  
Anmeldungen über [info@aaa.ch](mailto:info@aaa.ch).

### Mündlicher Branchenkurs für KV-Lehrlinge

Um den kaufmännischen Lehrlingen von Werbeagenturen eine optimale Voraussetzung für die **mündliche Prüfung in der Branchenkunde Werbung** zu ermöglichen, organisiert der **BSW** Branchenverband Schweizer Werbe- und Kommunikationsagenturen für **Lehrlinge im 3. Lehrjahr**, welche im Sommer 2003 ihre Lehrabschlussprüfung absolvieren, wiederum einen Vorbereitungskurs.

Die Kurse finden ab Ende Oktober bis Ende Januar 2003 jeden Dienstagabend bei der Publimedia in Zürich statt.

Anmeldungen werden per Telefon (01 361 37 60) noch bis 15. September 2002 entgegengenommen.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

## Fairplay in unhaltbaren Dimensionen...

Der BSW Branchenverband Schweizer Werbe- und Kommunikationsagenturen stellt in einer öffentlichen Medieninformation mit zunehmender Besorgnis fest, dass einzelne Auftraggeber die ungünstigen wirtschaftlichen Bedingungen rigoros ausnützen und Konkurrenzpräsentationen veranstalten, die sowohl hinsichtlich der **Anzahl eingeladenen Agenturen** als auch der **relativen Grösse der Präsentationshonorare** weder sinnvoll noch fair sind.

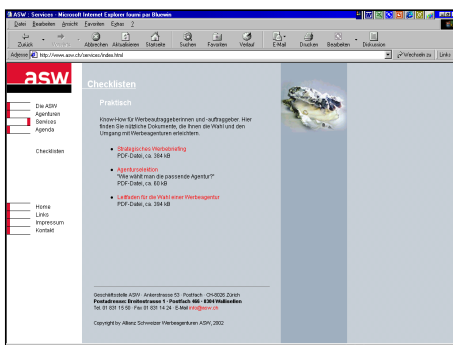
So fanden in jüngster Zeit Wettbewerbspräsentationen statt, zu denen bis zu zwölf Agenturen eingeladen wurden. (Ob darunter auch ASW-Agenturen zu finden waren, ist nicht bekannt. Anm. Red.) Die Entschädigungen für die Aufwendungen der Agenturen verhielten sich dabei selbstverständlich proportional im umgekehrten Verhältnis.

Die Erfahrung zeigt, dass der Aufwand für eine Präsentation pro Agentur schnell in Grössenordnungen von mehreren zehntausend Franken geht. Dass der Agenturbranche durch solche **unverständlichen Mammut-Präsentationsrunden** enormer wirtschaftlicher Schaden zugefügt wird, lässt sich auf diese Weise einfach errechnen.

Oft ist für die einzelne teilnehmende Agentur nicht genügend transparent, welche und wie viele Mitstreiter an einer Mitbewerberpräsentation teilnehmen. Dadurch lassen sich für die Agentur auch die Chancen und Risiken schlecht einkalkulieren.

Um dieser unhaltbaren Entwicklung Einhalt zu gebieten, führt der BSW neu eine sogenannte „Pitchliste“. Die Mitglieder des Verbandes melden künftig ihrer Geschäftsstelle die Konkurrenzpräsentationen, zu denen sie eingeladen werden. Selbstverständlich werden alle Angaben streng vertraulich behandelt. Der BSW will damit weder Wettbewerb verhindern, noch Wettbewerb beeinflussen. Es geht unserem Partnerverband einzig darum, unfeine Missbräuche zu verhindern und Schaden von ihren Agenturen abzuwenden.

Wie man eine Wettbewerbspräsentation erfolgreich und fair durchführt, erfahren **Auftraggeber** im «Leitfaden für die Wahl einer Werbeagentur», welcher von den Agenturverbänden ASW und BSW sowie vom SWA Schweizer Werbe-Auftraggeberverband gemeinsam entwickelt und als Empfehlung verabschiedet wurde ([www.asw.ch](http://www.asw.ch) > Services > Checklisten).

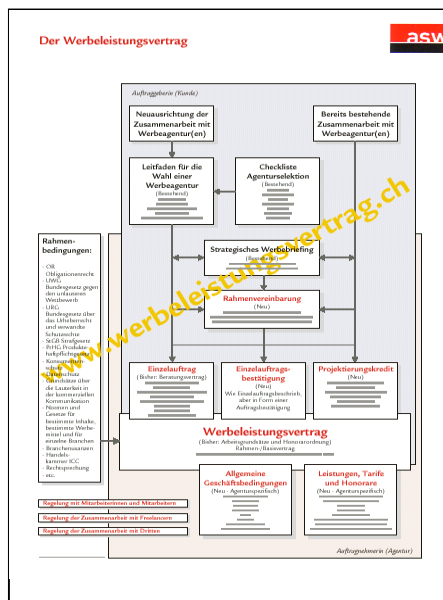


## Berichte aus dem ASW-Umfeld

## ... übrigens ASW-Mitglieder sollten es wissen!

In Zusammenhang mit der aktuellen Diskussion über Sinn und Unsinn von Präsentationsrunden mit zum Teil mehr als zehn geladenen Agenturen verweisen wir einmal mehr auf folgende drei Punkte, die im Vorfeld einer Präsentationsteilnahme zu klären sind:

- 1. Die Aufgabenstellung**  
 Sind die Ziele der Präsentation, eine allfällige Etappierung der späteren Umsetzung, das Briefing, das Budget, der rechtliche Rahmen (Verträge) und allenfalls bereits festgelegte Partner der Auftraggeberin (Mediaagentur, Hausdrucker, Saunakollegen etc.) umfassend schriftlich definiert?
- 2. Die Mitbewerber**  
 Welche/wieviele Mitbewerber sind zur Präsentation eingeladen? Ist sichergestellt, dass alle Teilnehmenden mit derselben Aufgabenstellung betraut und nach denselben Kriterien beurteilt werden? Wer steht persönlich für ein faires Verfahren ein?
- 3. Die Entschädigung**  
 Steht die angebotene/benötigte Entschädigung im Verhältnis zur geforderten Arbeit und in einem gesunden Verhältnis zur Anzahl der geladenen Agenturen?



Falls mindestens einer dieser drei Punkte unklar bleibt oder nur ausweichend beantwortet wird, hat jede geladene Agentur die Möglichkeit, von einer Wettbewerbsteilnahme abzusehen.

Benno Frick, mailbox@frick-partner.ch

## 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\*), mailbox@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, claude.hitz@ergoasw.ch

(\*=Präsidium)



## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### Initiative für vorgezogene Teilrevision des RTVG

Noch vor den Sommerferien behandelte der **Ständerat** die Initiative für eine vorgezogene Teilrevision des Radio-TV-Gesetzes. Mit 22 zu 11 Stimmen ebnete mit dieser Entscheidung die kleine Kammer den Weg für **Wein- und Bierwerbung auf privaten Fernseh- und Radiostationen**. Gleichzeitig sprach man sich für das Zulassen von sogenannter Unterbrecherwerbung aus.

Die **Initiative stammt von Ständerat Carlo Schmid**, dem Präsidenten der SW Schweizer Werbung, und bezweckte eine rasche und wirksame Unterstützung der notleidenden, privaten elektronischen Medien, ohne auf die Totalrevision des RTVG warten zu müssen. Die Vorlage wird voraussichtlich in der Herbstsession (16.9.–4.10.2002) im Nationalrat behandelt.

### Zugang zu öffentlichen Budgets

Mit dem Titel „Werbepudgets von gesamthaft 100 Millionen zu vergeben!“ köderte Ende Juni die **SW Schweizer Werbung** gegen 100 Teilnehmer – darunter auch verschiedene ASW-Mitglieder – an ihren traditionellen Nachmittags-Workshop.

Die allzu grossen Erwartungen wurden jedoch gleich zu Beginn vom ersten Referenten, einem bekannten PR-Mann, der bereits verschiedene Mandate des Bundes betreuen konnte, relativiert. Er erläuterte seine Erfahrungen im Umgang mit den Ämtern und hielt auch mit gewisser Kritik hinsichtlich mangelnder Koordination unter den Departementen nicht zurück.

Der Leiter des **Kompetenzzentrums für das öffentliche Beschaffungswesen des Bundes** referierte anschliessend über das Vergabeverfahren und die entsprechenden Rechtsgrundlagen (WTO und bilaterale Abkommen mit der EU). Im Gegensatz zur Vergabe im privaten Bereich ist bei öffentlichen Etats ein ausgesprochen strenges Auswahlverfahren vorgegeben. Wer Formfehler begeht, Fristen versäumt oder nötige Eignungskriterien nicht erfüllt, wird sofort ausgeschieden.

Grundsätzlich erhält *die* Agentur den Zuschlag, die gemäss geforderten Kriterien das **wirtschaftlich günstigste Angebot** unterbreitet.

Danach wurde präsentiert wie man von einer Ausschreibung erfährt (SHAB, kant. Amtsblätter), sich erfolgreich beteiligt und welche Rechtsmittel der Agentur zur Verfügung stehen. Die interessantesten Ausführungen wurden mit einer umfassenden Dokumentation und verschiedenen Checklisten unterlegt.

## Berichte aus dem ASW-Umfeld

### Der Computer schafft neue Berufe

Was der Polygraf im Bereich Printmedien, ist der Beruf des **Multimediagestalters** in den Anwendungsfeldern CD-ROM, Videoanimation und Internet. Zu den klassischen Elementen Text, Grafik und Bild kommen in diesem Beruf die Fotografie, Video, Ton sowie die Interaktivität zwischen diesen Medien hinzu. Zu den Aufgaben des Multimediagestalters gehört die Betreuung von Multimediaprojekten von der Entwurfs- bis zur Realisierungsphase. Als mögliche Ausbildungsunternehmen eignen sich Firmen wie Werbeagenturen, Druckereien, Verlage, Grafikateliers, Film- und Multimediaproduktionsbetriebe.

Zweifelsohne wird der **Mediamatiker** ebenfalls zum Beruf mit grosser Zukunft. Die moderne Bürokommunikation, das Unterhalten einer Internetplattform oder das Erstellen attraktiver Präsentationen liegt weder in der Kompetenz des Informatikers noch in jener eines KV-Absolventen. Um dieses Vakuum zu füllen gibt es neu die vierjährige Mediamatik-Lehre, welche eine generalistische Ausbildung in den Bereichen Informatik, Gestaltung und Netzwerktechnik sowie Betriebswirtschaft umfasst. Mediamatiker gelten als Bindeglied zwischen Informatikern und Kaufleuten, analysieren Kunden- und Marktbefürfnisse und entwickeln und präsentieren kundenspezifische Unterlagen. Sie erstellen Präsentationen am Bildschirm, betreuen Netzwerke und PCs und sind Profis im Erstellen und Unterhalt von Websites und Intranets.

Die Trägerschaft für die beiden Berufe – welche erfreulicherweise für Frauen und Männer Chancengleichheit bieten – hält **Viscom** Schweizerischer Verband für visuelle Kommunikation inne.

### Verleihung des GfM-Marketingpreises 2002

In gewohntem Rahmen findet die 61. Generalversammlung der **GfM Schweizerische Gesellschaft für Marketing**, bei der auch die ASW Mitglied ist, am 22. Oktober 2002, im Dolder Grand Hotel in Zürich statt.

Nebst der Verleihung des **GfM-Marketingpreises 2002** wird als Gastreferent Dr. Benedikt Weibel, Vorsitzender der Geschäftsleitung der SBB AG, unter dem Titel „Mit den SBB in die nächsten 100 Jahre“ einen vielversprechenden Ausblick darlegen.

## Hinweise

### „EinBlick ins Werk“ von Jürg Bally

Jürg Bally – der Vater unseres ASW-Präsidenten Diego Bally – ist nicht mehr. Er verstarb im Juni nach kurzer Krankheit. Im Sinne einer letzten Ehrerweisung präsentiert die Design-Sammlung in ihrem Schaulager eine **Auswahl aus dem Schaffen des Schweizer Innenarchitekten, Designers, Ladenbesitzers und Galeristen**. Gezeigt werden namhafte Referenzprodukte der Schweizer Designgeschichte, Möbel und verschiedene Gegenstände, die der Verstorbene der Design-Sammlung noch vor kurzem als Donation überlassen hat.

Ins Zentrum stellt die **Ausstellung** aber nicht nur renommierte Highlights, sondern auch weniger Bekanntes, welches die Vielfaltigkeit **von Jürg Bally** insofern am besten illustriert, als sich darin seine ganze Gestalterpersönlichkeit offenbart: den Tüftlergeist, den architektonisch ausgebildeten Innenarchitekten, den Materialjongleur, den Entwicklungshelfer sowie vieles mehr, das sich erst im visuellen Kontakt mit den Objekten offenbart.

Die Ausstellung ist bis 30. September 2002, jeden Mittwoch- und Donnerstag-Nachmittag, 14.00–18.00 Uhr, im **Schaulager der Design-Sammlung** des Museums für Gestaltung Zürich, Sihlquai 125, 8005 Zürich, zu sehen.

### Branchenauszeichnung „Radio of the Year“

Am 5. September 2002 findet im Lake Side Casino in Zürich der **Radioday 2002** statt. Die geladenen Gäste erwartet ein vielseitiges Tagungsprogramm mit interessanten Workshops am Nachmittag. Am Vormittag werden die aktuellsten Hörerzahlen von Radio Control präsentiert und kommentiert und anschliessend folgt eine Podiumsdiskussion zum Thema „Chancen und Entwicklung der Radioszene Schweiz“.

Am Abend wird zum ersten Mal die neu geschaffene **Branchenauszeichnung „Radio of the Year“** verliehen. Die Evaluationskriterien dabei sind Originalität und Programminnovation der Radiostation oder Senderkette, ihre besondere publizistische Leistung zum Thema „Expo 02“, die Begleitprogramme auf den Arteplages oder am Rande der Expo, Dienstleistungen, Begleitung der Besucher usw. Die Preissumme beträgt 10 000 Schweizerfranken.

## Hinweise

### Revolution oder Türöffner für Alleskönner?

„Lassen Sie sich überzeugen, warum auch Sie von *publishline* profitieren können.“ So kündigt die Schellenberg Gruppe, Druckkommunikation, Pfäffikon ZH, ein langjähriges ASW-Inter-Mitglied, seinen **XPress-Publishing-Server, die innovative Art des <Net.DTP>** auf der Website an.

*publishline* revolutioniert die Online-Datenerfassung im Internet. Bei korrektem Vorgehen kann das neue System für Agentur und Auftraggeber aber auch für Direktkunden immense Vorteile bringen. Von grosser Bedeutung dabei ist jedoch, dass Urheber- und Nutzungsrechte zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer sauber entschädigt und fair abgegolten werden. <http://publishline.schellenbergdruck.ch> zeigt mehr über die neue Arbeitsplattform für Drucksachen.

### Praktikumstellen für PMK-SAWI-Tagesschüler

Seit 1969 bildet das **SAWI** an ihrer Tagesschule **Planerinnen und Planer Marketingkommunikation** (ehem. Werbeassistenten) aus. Während der einjährigen Schulausbildung werden die Absolventen theoretisch sehr umfassend geschult. Gemäss Richtlinien des BBT (ehem. BIGA) müssen die Kursteilnehmer danach ein einjähriges Praktikum absolvieren, um den eidgenössischen Fachausweis zu erlangen.

Die langjährige, positive Erfahrung zeigt, dass Tagesschulabsolventen schon nach kurzer Einarbeitungszeit als vollwertige Assistenten eingesetzt werden können.

Die aktuelle Klasse schliesst am 18. März 2003 ab und 31 Studentinnen und Studenten würden auf **1. April 2003** gern ihre **Praktikumstelle** antreten. Die „Stellenbörse“ ist ab Oktober 2002 eröffnet. Interessenten wenden sich per E-Mail direkt an [info@sawi.com](mailto:info@sawi.com).

## Hinweise

### Bestätigung des Bundesgerichts

Das Bundesgericht hat bestätigt, dass **Badezusätze** nicht mit dem Hinweis „Wohltuend bei Erkältungsgefahr“ oder „Wohltuend bei Muskelkater“ angepriesen werden dürfen. Das kantonale Laboratorium Basel-Landschaft hatte im April 2000 die entsprechenden Verpackungstexte für das „Schlechtwetterbad“

## Hinweise (Forts.)

und das „Muskel Vital Bad“ **eines deutschen Herstellers** untersagt. Der Entscheid wurde damit begründet, dass Kosmetika keine Heil- und Gesundheitsanpreisungen enthalten dürften.

Das Bundesgericht ist ebenfalls der Ansicht, dass die gemachten Aussagen unzulässigerweise eine „krankheitslindernde“ Wirkung suggerieren, auch wenn eingeräumt werden müsse, dass die von der Werbung anvisierten Krankheiten im **klinischen Wörterbuch Pschyrembel** sehr vage umschrieben seien. Die gewählten Formulierungen würden dennoch knapp den Rahmen erlaubter gesundheitsbezogener Werbung sprengen, indem die Badezusätze als Mittel gegen die genannten Krankheiten angepriesen würden. Keine Rolle dagegen spiele dabei, dass von den Produkten keine Gefahr für die Gesundheit ausgehe.

## Erweiterung des Weiterbildungsnetzwerkes

Die **ASW** Allianz Schweizer Werbeagenturen ist Partner im attraktiven Weiterbildungsnetzwerk des **GFZ Grafischen Forums Zürich**. Weitere Partner in dieser Ausbildungsorganisation sind die **«gib»**Zürich Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation, das **IRD** Institut für rationale Unternehmensführung in der Druckindustrie sowie **neu die Viscom** Schweizerischer Verband für visuelle Kommunikation.

Das GFZ und «gib»Zürich organisieren kontinuierlich **interessante Kurse und Vorträge** aus den Themenbereichen **Process, Prepress, Press und Postpress**. ASW-Mitglieder profitieren bei den Kurskosten von den vergünstigten Tarifen und werden wie GFZ-Mitglieder behandelt.

Ab Donnerstag, 26. September 2002, wird im Hotel Inter-Continental Zürich auch erneut die monatlich wiederkehrende Vortragserie weitergeführt. Die Teilnahme ist kostenlos und für jedermann zugänglich. Entsprechende Programme liegen dem Aussand bei.

## Beilagen

- Neues ASW-Mitgliederverzeichnis 2002/03
- ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis 4/2002
- GFZ-Kursangebote