

Info-Flash 4/2003

Oktober 2003

Inhalt/Rubriken:

Geschäftsstelle, Vorstand

- Resultate aus der Agentur-Umfrage Seite 2
- Werbeleistungsvertrag (WLV) anerkannt durch Weko Seite 2
- Ein herzliches Dankeschön Seite 2
- Neuheiten auf www.asw.ch Seite 3
- Wichtige Termine Seite 3
- Neue Bücher in der Bibliothek Seite 4

Impressum/Vorstandsmitglieder Seite 5

Berichte aus der ASW

- Wenn aus Werbung Campaigning wird Seite 5
- 10 Jahre WERBAL Seite 6

Berichte aus dem ASW-Umfeld

- Erfolg für effiziente Werbung Seite 6
- Mediaplanung: fast gratis – fast brauchbar Seite 7
- Effizienzsteigerung in der Zielgruppendefinition Seite 7
- www.stopp-werbeverbote.ch Seite 8
- Publimedia-Forum Seite 8
- GfM-Marketingpreis 2003 Seite 9
- Alles Wissenswerte um die Marke Seite 9

Hinweise

- Verleihung 'Edi.03 Seite 10
- Qualität in der Fach- und Spezialpresse Seite 10
- Einladung zur ADC-Jurierung Seite 10
- scriptERFA fördert und fordert Seite 11
- Interessante Vorträge zum Nulltarif Seite 11
- Kreatives Gipfeltreffen beim XAVER 03 Seite 11

Beilagen Seite 11

Aktive ASW

Es tut sich viel – mit und bei der ASW. Das intensivierte Lobbying zu den anderen Verbänden und Institutionen, das aktive Mitwirken in verschiedenen Gremien und das gemeinsame Auftreten in der Allianz gegen Werbeverbote festigen das Image der ASW stetig. Wir spüren auf den verschiedensten Ebenen, dass unsere Anstrengungen wahrgenommen werden und mancherorts versucht wird, mit uns zu kooperieren.

Innerhalb der ASW finden diesen Herbst zwei eintägige Fachseminare mit aktiven Workshops statt. Während Business Campaigning, ein hochaktuelles Trendthema, bereits erfolgreich durchgeführt wurde, soll am kommenden 4. November Umberto Saxer in einem Intensiv-Verkaufstraining den über sechzig Teilnehmern näher bringen „Wie wir als Werber mehr Aufträge holen“.

Auch die traditionelle ASW-Gala generiert jährlich mehr Gäste. Die Jahresend-Veranstaltung findet am 21. November in einer ehemaligen – zu einem stimmigen Restaurant umgenutzten – Fabrikhalle in Basel statt.

Aktiv sind auch unsere Mitglieder, die mit ihren Leistungen immer wieder positiv in die Öffentlichkeit treten. Aktiv ist unser Vorstand, der im Milizsystem an vielen neuen Projekten arbeitet, die schlussendlich Mehrwert für die Mitglieder bedeuten sollen.

Aktiv arbeitet aber auch die Geschäftsstelle an neuen Serviceleistungen auf der ASW-Homepage und nicht zuletzt bestätigt das Präsidium aktiv in einem Interview mit der Chefredaktion des DRUCKMARKT's wie es sich zukünftig eine mögliche Kooperation mit interessierten Druckereien vorstellen könnte.

In diesem Sinne herzliche Grüsse

Peter Grob

Geschäftsstelle,
Vorstand

Resultate aus der Agentur-Umfrage

Mit dem Aussand des Info-Flash 3/2003 haben wir bei den Aktivmitgliedern auch eine Umfrage gestartet. Obwohl wir noch nie ein Agenturranking erstellt haben, interessierte uns von den **ASW-Agenturen** wie es hinsichtlich **durchschnittlicher Kundentreue** aussieht. Nicht ganz die Hälfte unserer Mitglieder hat die Anfrage beantwortet. Dafür danken wir allen Teilnehmenden. Gemäss Auswertung liegt zur Zeit die Verweildauer eines Kunden einer ASW-Agentur bei **6,11 Jahren**. Verglichen mit anderen Kommunikationsagenturen liegt dieselbe anscheinend um einiges höher als bei manchem Mitbewerber.

Gleichzeitig erhoben wir wieder einmal **Bandbreiten für aktuelle Monatslöhne** in der Branche. Die Auswertung veröffentlichen wir hier nicht. Interessierte Aktivmitglieder können diese aber bei der Geschäftsstelle individuell erfragen.

Werbeleistungsvertrag (WLV) anerkannt durch Weko

Mit Schreiben vom 22.10.2003 teilt uns nach Einreichung des **Werbeleistungsvertrags** das Sekretariat der Wettbewerbskommission (Weko) mit: «Nach Durchsicht der von Ihnen zugestellten Unterlagen möchten wir Ihnen mitteilen, dass **keine Gründe bestehen**, in dieser Angelegenheit ein formelles Verfahren nach Artikel 26 ff des **Kartellgesetzes** zu eröffnen.»

Natürlich freut uns dieser Bescheid, der uns auch bestätigt, dass wir mit unserem Vertragswerk ein Papier geschaffen haben, das tatsächlich eine Grundlage für die **umfassende und faire Regelung** auf allen Ebenen in der Zusammenarbeit zwischen Werbeauftraggebern und Auftragnehmern bildet.

Ein herzliches Dankeschön

Wir bedanken uns bei unserem ASW-Inter-Mitglied **RÜESCH KUVERT AG**, Rheineck, für ihr Entgegenkommen beim Druck unserer Versandkuverts. Nur dank entsprechenden Unterstützungen sind wir in der Lage, alle unseren kostenintensiven Aufwendungen zu verkraften.

Bei dieser Gelegenheit verweisen wir auch wieder einmal auf das beigelegte **«ASW-Inter Bezugsquellenverzeichnis»**. Unsere assoziierten Mitglieder freuen sich, wenn sie bei einer nächsten Auftragsvergabe in die Evaluation miteinbezogen werden.

Geschäftsstelle, Vorstand

Neuheiten auf www.asw.ch

In wenigen Tagen wird unsere, schon heute reich befrachtete Verbandshomepage www.asw.ch nochmals mit verschiedenen neuen „Gefässen“ erweitert.

Unter den neuen Navigationsbegriffen

- **Aus- und Weiterbildung**
- **Pressecorner**
- **ASW-Veranstaltungen, Rückblick**

findet der Besucher eine umfassende Orientierung über Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in der kommerziellen Kommunikation mit vielen direkten Verlinkungen, ausserdem eine Übersicht über erschienene Presseberichte von der ASW und nicht zuletzt Rückschauen auf vergangene ASW-Veranstaltungen.

Ebenfalls neu ist unter „Agenturen“ ein „**Tagesaktuelles Mitgliederverzeichnis**“ einzusehen. Mit dieser zusätzlichen Auflistung versuchen wir die von den Mitgliedern selbst upzudatenden Porträts unserer Agenturen wenigstens adressmässig immer auf dem aktuellsten Stand zu haben.

Wichtige Termine zum Vormerken

- ▶ **Dienstag, 4. November 2003** (ganzer Tag)
ASW-Fachseminar mit Umberto Saxer
„Als Werbeagentur im Verdrängungsmarkt
erfolgreich agieren“
- ▶ **Donnerstag/Freitag, 13./14. November 2003**
15. WEMAR-Symposium in Interlaken
- ▶ **Freitag, 21. November 2003**
ASW-Gala 2003 in Basel
- ▶ **Donnerstag, 29. April 2004**
Tag der Werbung in Zürich
- ▶ **Freitag, 7. Mai 2004**
ASW-GV

**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.

Das Gesamtangebot unserer Bibliothek findet sich unter www.asw.ch > Services > Bibliothek

Rubrik: Führung/Management

Betreibung und Konkurs

Der praktische Ratgeber mit Checklisten, Mustervorlagen und Arbeitshilfen

Autor: Hans Schoch, Hans-Peter Frei

Verlag: TiZio Verlag GmbH, Pfäffikon

ISBN-Nr.: 3-908137-00-4, Jahrgang: 1996, 188 Seiten

Business Campaigning

Was Unternehmen von Greenpeace und amerikanischen Wahlkämpfern lernen können

Autor: Peter Metzinger

Verlag: Springer-Verlag, Berlin

ISBN-Nr.: 3-540-40667-0, Jahrgang: 2003, 313 Seiten

Rubrik: Marketing

Bildmarken –

Meilensteine der Markengeschichte

Autor: Rene Lüchinger

Verlag: Orell Füssli Verlag Zürich

ISBN-Nr.: 3-280-05077-4, Jahrgang: 2003, 84 Seiten

Rubrik: Werbung/Kommunikation

EINFALL ODER ABFALL

Was Werbung warum erfolgreicher macht

Autor: Jean Etienne Aebi

Verlag: Hermann Schmidt, Mainz

ISBN-Nr.: 3-87439-638, Jahrgang: 2003, 432 Seiten

Berichte aus der ASW



Wenn aus Werbung Campaigning wird

Das am 23. September 2003 mit 28 Teilnehmenden durchgeführte **ASW-Fachseminar** stand unter der Leitung von **Peter Metzinger**, Autor des soeben im Springer Verlag erschienenen Buches «Business Campaigning». Metzinger wusste wovon er sprach. 13 Jahre Campaigning-Erfahrung bei Greenpeace haben ihn geprägt und geben ihm die Kompetenz, diese Thematik auch auf höchstem fachlichem Niveau weiter zu vermitteln. In seinem einleitenden Referat hat er deutlich aufgezeigt, weshalb **Business Campaigning** die Zukunft der Unternehmenskommunikation sein könnte und wie die Kommunikations- und Managementdisziplinen den Campaigning-Disziplinen unterordnet werden können.

Bei der Zielsetzung und der strategischen Planung wurden **verschiedene Grundsätze** vermittelt, welche uns Werberinnen und Werbern vielleicht schon lange bekannt sind, nach welchen wir uns sogar schon lange orientieren. Aber sie wurden **in einem neuen Kontext vermittelt** und erhalten so eine andere Dimension und vielleicht auch einen höheren Wahrnehmungswert. Anhand von Beispielen wie Apple, Benetton, Greenpeace oder Plenaxx wurde analysiert, wo die Business Campaigning-Instrumente richtig eingesetzt wurden und wo eben nicht.

Nach der theoretischen Erklärung und Definition der verschiedenen Instrumente, stand der Nachmittag im Zeichen eines Workshops mit vier Arbeitsgruppen. Dabei zeigte sich, dass das Thema rundum **eine spannende Sache mit sehr viel Potential** für die Auseinandersetzung mit der Zukunft ist.

Sämtliche Teilnehmer erhielten zusätzlich das neu erschienene Buch. (Das Buch ist auch in der ASW-Bibliothek ausleihbar.) Ob die ASW von nun an versucht zu polarisieren wie Benetton, oder zu agieren wie Greenpeace sei dahingestellt. Sicher wird das Gelernte aber nachhaltige Wirkung zeigen.

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

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

(*=Präsidium)

Berichte aus der ASW



10 Jahre WERBAL

Bereits die Einladung der WERBAL in Bern zu „10 Jahre Traumagentur“ war spannend und vielversprechend gestaltet.

Und so wurden die Geladenen am Freitag, 5. September 2003, am Domizil der Agentur, **zur Gartenparty** empfangen: Fackeln und ein ausgelegter roter Teppich säumten den Weg für die Gäste in die wunderschöne, alte Parkanlage.

Noch konnte der Apéro trockenen Hauptes genossen werden, doch als die Besucher ins grosse Zelt gebeten wurden, begann es zu regnen.

Die Gastgeber, **Sandra Bonsels** und **Thomas Bollinger** mit ihrem Team, liessen in einer witzigen Ansprache die letzten „10 Jahre im Doppelpack“ Revue passieren. Claudio Zuccolini führte in seiner eigenen spritzigen Art durch den Abend, an dem auch weitere Auslegungen und Würdigungen von Agenturfreunden dargeboten wurden. Natürlich kam auch der Gaumen nicht zu kurz. Verschiedene kulinarische Köstlichkeiten und eine irische Liveband trugen zur guten Stimmung der über siebzig Gäste bei.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Erfolg für effiziente Werbung

Am 15. September 2003 wurden zum 10. Mal durch den BSW Branchenverband Schweizer Werbe- und Kommunikationsagenturen **EFFIE-Preise** verliehen.

In seinem Eröffnungsreferat setzte sich der BSW-Präsident vehement für **Mut, Innovation und Qualität in der Werbung** ein und wies darauf hin, dass sich alle nominierten Kampagnen einen Platz im Olymp der Werbeeffizienz erkämpft haben.

Von den 29 ursprünglich nominierten Kampagnen wurden drei mit Gold und je vier mit Silber und Bronze ausgezeichnet.

Die **Besonderheit und der Reiz von EFFIE** ist der Anspruch an die **Gesamt-Kommunikationsleistung** einer Kampagne: sie muss nicht nur hohen gestalterischen Anforderungen genügen, sondern ebenso erfolgreich sein in Bezug auf das Erreichen von klar definierten und beweisbaren Marketing- und Werbezielen.

Schön wäre es, wenn sich in Zukunft auch wieder vermehrt **ASW-Agenturen** um eine Nomination bewerben würden.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

Mediaplanung: fast gratis – fast brauchbar

Mit diesem sarkastischen Titel laden der **SWA Schweizer Werbe-Auftraggeberverband** und **IAA Swiss Chapter** zum gemeinsamen Cocktail in Zürich ein. Am 11. November 2003 trifft man sich zu einem Referat von Klaus-Peter Schulz, Politologe und CEO von OMD Germany und einem voraussichtlich vielversprechendem Round table unter der Moderation von Peter Döbeli, Konnex AG.

Wer weiss, vielleicht werden im Podiumsgespräch auch die in Vorbereitung stehenden «**Branchengrundsätze für Mediaagenturen im BSW**» zur Diskussion gestellt. Wir sind gespannt. Anmeldeschluss ist der 5.11.2003.

Effizienzsteigerung in der Zielgruppendefinition

Gegen 300 Personen liessen sich am 16. September 2003 die von der **publisuisse** durchgeführte TeleVision über die **Einführung der Sinus-Milieus in der Schweiz** nicht entgehen. Namhafte Referenten aus dem In- und Ausland präsentierten die Vorzüge des Sinus-Milieus-Modell im Vergleich zu den bisher in der Schweiz genutzten Planungsinstrumenten.

Erfolgreiche Kommunikation setzt umfassendes Wissen über die Konsumenten voraus. **Falsche Zielgruppendefinitionen** führen zu **Streu- und Effizienzverlusten**. Klassische soziodemografische Merkmale wie Alter, Bildung und Einkommen reichen bei der heutigen Individualgesellschaft zur Charakterisierung von Zielgruppen oft nicht mehr aus. Qualitative Kriterien wie soziales Umfeld, Werte und Einstellungen erlauben hingegen eine **fokussiertere Zielgruppenbestimmung**.

Mit den **Sinus-Milieus** von Sinus Sociovision steht dem Markt und insbesondere der Mediaplanung ein Ansatz zur Zielgruppenbestimmung zur Verfügung, der auf Lebenswelten und Lebensstilen der Verbraucher basiert. Dabei gehen **grundlegende Werteorientierungen** ebenso in die Analyse ein wie Einstellungen zum Alltagsleben, zur Arbeit, zu Familie, Freizeit, Geld, Konsum und Medien. Insgesamt bieten die Sinus-Milieus greifbarere Informationen und Entscheidungshilfen über einzelne Zielgruppen als herkömmliche Segmentierungsansätze.

Der **beigelegte Poster** über «**Die Sinus-Milieus® in der Schweiz**» informiert in übersichtlicher und umfassender Art über die verschiedenen Milieus-Typologien.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

www.stopp-werbeverbote.ch online

Die Homepage der **Allianz gegen Werbeverbote** www.stopp-werbeverbote.ch ist seit Ende September in den Sprachen deutsch, französisch und italienisch auf dem Internet – und wird rege besucht.

Sie bildet das Rückgrat einer Kampagne, welche die Öffentlichkeit informieren und auf die **Nutz- und Sinnlosigkeit von Werbeverböten** aufmerksam machen will.

Ergänzt wird die Homepage durch eine **weitreichende Werbekampagne**, die demnächst mit einer breit angelegten Anzeigenkampagne in den Printmedien sowie Kinowerbung, TV- und Radiospots startet.

Im Dezember wird eine **Plakataktion** im Wert von 2 Mio. Franken lanciert.

www.stopp-werbeverbote.ch

Publimedia-Forum bestätigt: der Aufschwung kommt

Wie ein Mantra (magische Formel der Inder) zog sich die Aussage „der Aufschwung kommt“ durch die Voten am Publimedia-Forum vom 24. September 2003. **Uneinig** war man sich aber naturgemäss **über Ausmass und Zeitpunkt**.

Gleichermassen bestätigt wurde der Glaube an das gedruckte Medium. Nachhaltig zeigte aber die Baromedia-Studie, dass ergänzend zur stetig steigenden Zahl „Stopp Werbung“-Kleber an den Briefkästen, auch adressierte Werbung nicht allzu beliebt ist. Die effizienteste und angeblich am wenigsten störende Alternative scheint **Print- und Plakatwerbung** zu sein.

Die verschiedenen interessanten Referate schlossen mit einer Podiumsdiskussion, welche zeigte, dass einerseits bei manchen Verlegern der Abbau bis zur offensichtlichen Schmerzgrenze vorangetrieben werden musste, andererseits ein **Mangel an qualitativen Studien** zu beklagen ist und nach wie vor Kreativität das wichtigste Kriterium für erfolgreiche Werbung sei. Die Auftraggeber werden zu **mehr Mut** ermuntert.

Berichte aus dem ASW-Umfeld

GfM-Marketingpreis 2003 gewinnt UBS

Am 28. Oktober 2003 fand im Grand Hotel Dolder in Zürich die 62. Generalversammlung der **GfM Schweizerische Gesellschaft für Marketing** statt. Im Anschluss an die GV erfuhren die Anwesenden, dass die HWZ Hochschule für Wirtschaft und Verwaltung Zürich in Zusammenarbeit mit der GfM einen eineinhalb Jahre dauernden Studienlehrgang für ein **Nachdiplomstudium „Executive-MBA-Marketing“** ins Leben rufen wird.

Diesjähriger Gastredner war Fernsehdirektor Peter Schellenberg. An Stelle eines effektiven Reinemachens versuchte er in seinem Referat nochmals alles auszubreiten, was er eigentlich schon immer sagen wollte respektive wie er Wege fand seine eigenen Zielvorstellungen durchzusetzen.

Zwischen dem Diner wurde der **UBS** in Anerkennung ihrer Leistungen (Fokussierung auf das integrierte Business-Modell, nachhaltigen Geschäftserfolg der Single-Brand-Strategie sowie ausgezeichnetes Marketing im Heimmarkt Schweiz) der diesjährige **GfM-Marketingpreis** verliehen. Der Preis, der mit zwanzig Tausend Franken dotiert ist, wurde vom UBS-Verwaltungsratspräsidenten spontan verdoppelt und wird der UBS Operativ Foundation zugute kommen.

Alles Wissenswerte um die Marke

Unter dem Titel «**Markenschutz**» hat die **Promarca** eine interessante Broschüre über Markenaufbau, Markenerhalt und Markenschutz veröffentlicht. Autor ist kein geringerer als der bekannte Markenschützer Rechtsanwalt **Dr. Michael Ritscher**, Zürich.

In der – **diesem Flash beigelegten** – Broschüre spricht er über die Bedeutung von **Marken und Design**, deren Schutzmöglichkeiten, über Konfliktvermeidungen und Massnahmen bei Verletzung von Immaterialgüterrechten.

Ergänzt werden Ritschers Ausführungen mit **nützlichen Checklisten** über die Einführung einer neuen Marke, Pflege bestehender Marken und Abwehr von Piraterie oder Nachahmung.

Hinweise

Verleihung 'Edi.03 im Schiffbau

Das EDI Eidgenössische Departement des Innern und die **SWISSFILM ASSOCIATION** laden am 6. November 2003 zum «'Edi.03 Der Schweizer Auftrags- und Werbefilmpreis» in den Schiffbau in Zürich ein.

Ab 15.00 Uhr startet die Vorführung der Shortlists und damit ein interessanter Überblick über die Branche **Auftrags- und Werbefilme**, welche zu oft im Schatten der internationalen Spielfilmproduktion steht. Ab 19.00 Uhr erfolgt die effektive Preisverleihung. **Anmeldungen** zur Abendveranstaltung sind über www.edinet.ch vorzunehmen.

Qualität in der Fach- und Spezialpresse

Die Fach- und Spezialpresse erfüllen im professionellen Umfeld wichtige Funktionen als Informations-, Kommunikations- und Werbemedien. Dank ihrer inhaltlichen **Fokussierung auf Fachbereiche**, ihrer **redaktionellen Kompetenz** und Glaubwürdigkeit sowie ihrer Rolle als Meinungsführer und nicht zuletzt der **hohen Leserbindung** sind sie wichtiges Bindeglied zu den Teilnehmern ihres spezifischen Marktes.

Die **publimag** lädt auf den 19. November 2003 unter dem Titel «Ideen, Strategien und Massnahmen zur Stärkung der Fachpresse» zu ihrer **Verlagstagung** ein. **ASW-Mitglieder profitieren** von einer Teilnahmevergünstigung (Fr. 80.— anstatt Fr. 120.—) Anmeldungen können noch bis 7.11.2003 über verlagstagung@publimag.ch vorgenommen werden.

Einladung zur ADC-Jurierung 2004

Soeben wurden die Einladungen zur **Einreichung von Arbeiten** an die ADC-Jurierung versandt. Wer nicht nur Lob und Anerkennung von Kunden, Mitbewerbern und Kollegen sucht, sollte **bis 21. November 2003** unbedingt seine auszeichnungswürdigen Werke der ADC zur Beurteilung vorlegen. Es wird in 9 Kategorien juriert.

Die Jurierung findet seit 1975 Jahr für Jahr statt. Der **ADC Art Directors Club Schweiz** will die Werbung verbessern, indem er die besten Arbeiten auszeichnet.

Die Arbeiten müssen aber eingesandt werden, sonst kann sie niemand beurteilen. Den Bewerbern winken begehrte Bronze-, Silber- oder gar Gold-ADC-Würfel. Die Preisverleihung findet im Rahmen eines Festes am 1. Februar 2002 statt.

Hinweise

scriptERFA fördert und fordert

Mit scriptERFA ist beim **Schweizerischen Texterinnen- und Texterverband** eine neue Veranstaltungsart ins Programm aufgenommen worden. Diese steht ausschliesslich Texterinnen und Textern – **egal ob freischaffend, aus Agenturen oder Werbeabteilungen** – offen.

Der Veranstaltungstyp setzt bei den Teilnehmenden eine **aktive Mitarbeit** voraus sowie den Willen, sich mit den Berufskolleginnen und -kollegen auszutauschen. Konkurrenzdenken und eine reine Konsumhaltung sind nicht erwünscht und fehl am Platz. Die ersten Themen dieser neuen Plattform sind auf reges Interesse gestossen. Mehr Informationen zur **scriptERFA** finden sich unter www.scriptweb.ch.

Interessante Vorträge zum Nulltarif

Das **GFZ Grafische Forum Zürich** präsentiert immer wieder Vorträge verschiedenster Themen. Am 27.11.03 freuen wir uns über eine direkte Begegnung mit afro-brasilianischer Tanzkultur mit dem Titel „Candomblé – Tanz der Gottheiten“. Am 8.1.04 erleben wir mehr als nur Bildersprache mit dem Vortrag „Comic Art – Made in Switzerland“. Die **Vorträge sind kostenlos** und für jedermann zugänglich.

Vorher und dazwischen finden aber dauernd interessante **Kurse und Seminare** statt. Entsprechende Informationen sind in der Beilage zu finden. Buchungen können aber auch direkt über www.gfz.ch vorgenommen werden.

Kreatives Gipfeltreffen beim XAVER 03

Nach wie vor haben **Events und Messen** weitgehend Hochkonjunktur. Sie sind für Unternehmen ein effizientes Mittel, um Botschaften und Emotionen an Kunden, Mitarbeitende oder Geschäftspartner zu bringen.

«**Swiss Expo and Event Makers**» verleiht am 8.3.2004 in Zürich den begehrten XAVER Award. Die Anmeldephase läuft ab sofort bis **15. Dezember 2003**. An der Ausschreibung können Agenturen und Kunden teilnehmen, die im laufenden Jahr einen externen oder internen Event veranstaltet oder sich an einem Messeauftritt beteiligt haben. Anmeldeunterlagen können bei www.xaveraward.ch angefordert werden.

Beilagen

ASW-Inter-Bezugsquellenverzeichnis 4/2003,
GFZ-Vorträge und -Kursangebote, DRUCKMARKT,
Poster „Die Sinus-Milieus® in der Schweiz“, Broschüre Markenschutz