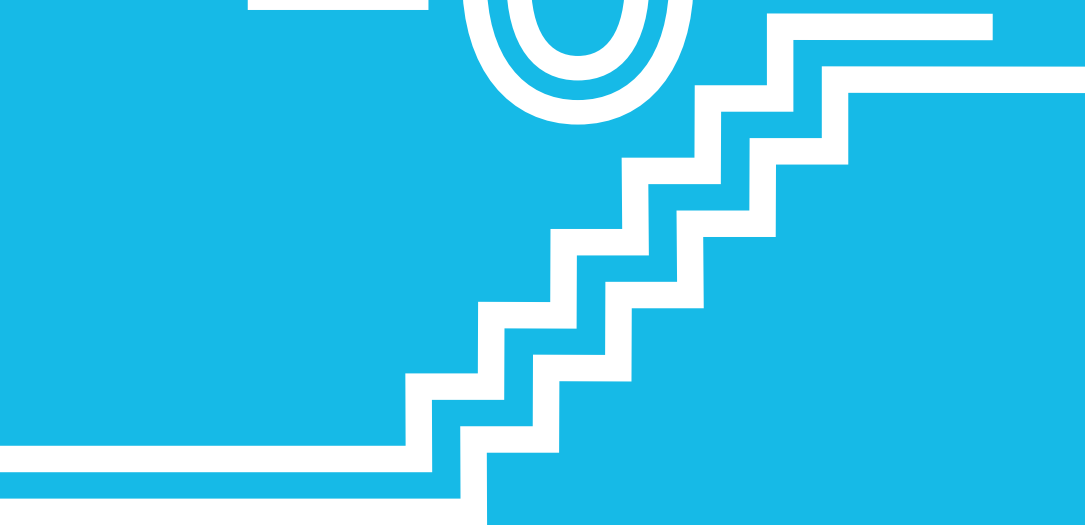


2021



Geschäftsbericht 2021

VORWORT

Das letzte Jahr war noch immer stark geprägt von der Pandemie. Dennoch konnte sich die Agenturbranche in den vergangenen zwölf Monaten weiter erholen und die Umsätze gegenüber dem Vorjahr erfreulicherweise bereits wieder steigern. Auch der LSA ist in diesem zweiten Pandemiejahr wieder zum Courant normal zurückgekehrt und hat wichtige Unterstützungsarbeit geleistet. Trotz Einschränkungen konnten zahlreiche Workshops und Gespräche vor Ort abgehalten werden, die sich verstärkt mit der Nachwuchsförderung befassen haben.

Dass die Kommunikationsbranche den Fachkräftemangel immer stärker zu spüren bekommt, ist kein Novum. Wir befinden uns im Kampf um Talente in einem Marathonlauf – auf den ersten Kilometern. Der LSA hat sich dieser Challenge schon länger angenommen und mit viel Einsatz Aus- und Weiterbildungsangebote für den Agenturnachwuchs entwickelt. Neben den bewährten Formaten wie dem LSA-Bootcamp oder der Netzwerk- und Dialogplattform «Young LSA» sowie der erfolgreichen Ad School hat der LSA mit dem Junior Agency Award den ersten Hochschulwettbewerb für Kommunikation und Marketing in der Schweiz lanciert und verschafft der Kommunikationsbranche mit einer Employer-Branding-Kampagne in der breiten Öffentlichkeit die nötige Aufmerksamkeit.

Während wir im «War for Talents» noch einiges zu tun haben, trägt die Arbeit des LSA im Bereich der Agenturevaluation bereits erste Früchte. Denn der LSA/SWA-Branchenindikator 2022 zeigt: Im Vergleich zur letzten Erhebung sind die aufwändigen Wettbewerbspräsentationen stark zurückgegangen. Alternative Evaluationsverfahren – insbesondere Chemistry Meetings – gewinnen an Bedeutung. Diese erfreuliche Entwicklung beweist, dass die Kunden der Wichtigkeit des kulturellen Fits immer mehr Beachtung schenken. Der LSA hat in diesem Zusammenhang mit «The Perfect Match»

ein unterhaltsames Branded-Content-Format lanciert, das aufzeigt, wie eine starke Kunden-Agentur-Beziehung langfristig erfolgreich gestaltet werden kann. Der LSA liefert mit The Perfect Match, das 2022 weiterentwickelt wird, Inspiration für alle, die in Zukunft das Zwischenmenschliche in den Vordergrund stellen möchten.

Auch beim Thema Agenturarbeit der Zukunft schreitet der LSA mit seinem Leading-Anspruch weiter voran und begleitet die Mitgliedsagenturen im Transformationsprozess. Veränderungen der Kommunikation, Kundenbeziehungen und Arbeitsorganisation stellen herkömmliche Strukturen und Modelle der Agenturarbeit immer stärker in Frage. Dabei ist es wichtig, dass wir unseren Blick auf verwandte Branchen und deren Erfolgsrezepte richten, die zeigen, wie Transformation funktionieren kann. In mehreren Seminaren hat der Verband deshalb wichtige Diskussionen dazu angestoßen, wie sich Agenturen künftig organisieren, positionieren und verkaufen sollten, um früher im Businessprozess als Gesprächspartner aufzutreten, die Themenagenda der Kunden mitzugestalten und das Neukundengeschäft proaktiv und erfolgreich zu führen.

Die Zeichen stehen gut, dass es für die Agenturbranche im Jahr 2022 weiter bergauf geht. Das macht unsere Anstrengungen vor allem im Bereich der Nachwuchsförderung noch wichtiger! Ich freue mich besonders auf den Junior Agency Award, der die vielen interessierten Student*innen hoffentlich zu einem Berufseinstieg in unsere abwechslungsreiche und spannende Branche motivieren wird. Und wenn wir im Herbst erstmals seit einer gefühlten Ewigkeit den Effie Award wieder gemeinsam feiern dürfen, wäre dies das Tüpfelchen auf dem i.

Beat Krebs, Präsident LSA

	Verband	9
		14
	Kommunikation	
71		
	Geschäftsstelle	
	Facts & Figures	

INHALT

4 **Vorwort**

Jahresrückblick

67

Kooperationen und Partnerschaften

75

79

Finanzen

83





Verband



DIE VORSTANDS- MITGLIEDER 2021

Die neun Vorstandsmitglieder tagten 2021 an sechs regulären Sitzungen. An der Mitgliederversammlung vom 1. Juni 2021 wurden die Vorstandsmitglieder bestätigt.



Von links: Catherine Purgly, Geschäftsführerin LSA, Walter Stulzer, Futureworks, Tobias Zehnder, Webrepublic, Beat Krebs, OMD, Präsident, Pam Hügli, Serviceplan, Matthias Koller, Publicis Zürich, Mark Burow, Merkle, Petra Dreyfus, Wirz, Andreas Hugli, furrerhugi, Vizepräsident, David Schärer, Rod Kommunikation.

EIN GROSSES DANKESCHÖN

**an alle Personen in den Arbeitsgruppen
für ihr Engagement, damit die Drehscheibe LSA
auch wirklich dreht.**

PROFIL

LEADING AGENCIES

Beat Krebs, OMD
Pam Hügli, Serviceplan Suisse
Irène Messerli, Bernet Consulting
Reto Wilhelm, Pantarhei

SICHTBARKEIT VERBAND UND MITGLIEDER

Mark Burow, Merkle
David Schärer, Rod Kommunikation

FOKUS

NACHWUCHS

Petra Dreyfus, Wirz
Matthias Kiess, TBWA Switzerland
Raul Serrat, Serviceplan Suisse

SERVICES UND WEITERBILDUNG

Matthias Koller, Publicis Zürich
Walter Stulzer, Futureworks
Bernhard Herzig, Maxomedia

DIALOG

«THE PERFECT MATCH»

Andreas Hugli, furrerhugi
Simon Rehsche, Heimat
Bala Trachsel, Republica
Sandro Tschuur, Wunderman
Thompson

PUBLIC AFFAIRS

Andreas Hugli, furrerhugi
Tim Frey, Farner Consulting

MEDIA

Beat Krebs, OMD
Jonas Eliassen, Dentsu Switzerland
Monica Jäggi, Konnex
Benjamin Moser, Mediacom
Thorsten Schön, mmb media
Oliver Schönfeld, TW Media

DIGITAL

Mark Burow, Merkle
Tobias Zehnder, Webrepublic
Benjamin Adler, Merkle
Christoph Hess, Kuble
Wim Roelfs, Accenture Interactive
Gustavo Salami, Kuble

YOUNG LSA

Terence Fuchs, Serviceplan Suisse
Dominik Furrer, furrerhugi
Geraldine Neeser, CRK
Janine Paumann, Farner Consulting
Gvozden Milosevic, Publicis Zürich
Stefanie Probst, CRK
Nina Rafaniello, Panta Rhei PR

SUISSE ROMANDE

ACQUISITION

Diane De Vilморin, Gamned
François Huguenet, ftc



LSA Geschäftsstelle

Büro Zürich
Catherine Purgly
Annette Truniger
Kathrin Leder
Ilan Olstein

Büro Westschweiz
Charlène Guillaume

FORMATION

Guillaume DeGrave, Publicis Media
Lausanne
Carole Massanes, Publicis Lausanne
Greg Prager, IPG DXTRA Switzerland
Vincent Remlinger, Publicis Lausanne
Laura Scorza Wade, PRfact
Mélina Vigliotta, ftc
Jooske Welten, Publicis Lausanne

JAHRESRÜCKBLICK

APRIL

OKTOBER

2021

Virtueller Schnuppertag

Seminarreihe «Agentur-
geschäft» der Zukunft», Teil 1

MAI

LSA Bootcamp 2021

LSA Lunch Time Folge 3

JULI

LSA Live-Talk «Brand Safety»

Infoveranstaltung
zu CMS III

Neumitglied
Mediaplus

LSA Lunch Time Folge 4

LSA Junior Agency Award
2021 – Pilotprojekt

LSA-Café Westschweiz

Young LSA Event #1

Mitgliederversammlung 2021

Le meilleur de la Pub,
Lausanne

JUNI

AUGUST

Ad School Ehrung
Gewinner-Teams

Neumitglied WNG

SEPTEMBER

Leadergespräch
«Collaboration & Leading»

Neumitglied Kuble

NOVEMBER

LSA Branded Content-Format
«The Perfect Match»

LSA Ranking 2021

LSA/SWA
Media-Preis-Leistungs-Index 2022

LSA Lunch Time Folge 5

Seminarreihe «Agentur-
geschäft der Zukunft», Teil 3

Young LSA Event #2

Young LSA Academy –
Workshop #1

Seminarreihe «Agentur-
geschäft der Zukunft», Teil 2

LSA LOOK BOOK 2022 –
«The Perfect Match»

Forum SAWI Westschweiz

Neumitglied Accenture
Interactive

FEBRUAR

Young LSA –
Neuland-Event «Umwelt-
kommunikation»

Lancierung
LSA Junior Agency Award

MÄRZ

Employer-Branding-
Kampagne

Allmédia-Kongress, Genf

LSA/SWA
Branchenindikator 2022

DEZEMBER

LSA-Café Westschweiz

LSA-Merkblatt
Jahresarbeitszeitmodell

JANUAR

2022



APRIL

2021

Virtueller Schnuppertag

MAI

LSA Lunch Time Folge 3

LSA Live-Talk «Brand Safety»

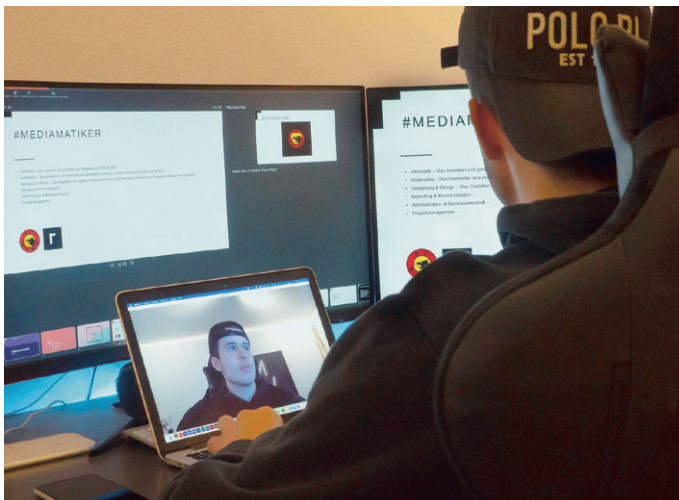
LSA Junior Agency Award
2021 – Pilotprojekt

VIRTUELLER SCHNUPPER- TAG MIT LERNENDEN AUS LSA-AGENTUREN

20. APRIL 2021

Die Pandemie kennt viele Verlierer*innen. Dazu gehören vor allem auch Lehrstellensuchende.

Viele Jugendliche, die 2021 auf der Suche nach einer Schnupperlehre waren, standen vor verschlossenen Türen. LSA-Agenturen mussten auf Homeoffice umstellen und Anfragen von potenziellen Schnupperlehrlingen gezwungenermassen ablehnen. LEADING SWISS AGENCIES hat deshalb gemeinsam mit Mitgliedern diesen Jugendlichen einen virtuellen Schnuppertag ermöglicht, bei dem über 60 Interessierte einen Einblick in verschiedene Berufe in der Kommunikationswelt erhielten. Die Berufsbilder wurden von Lernenden aus LSA-Agenturen präsentiert, die auch Fragen der Teilnehmer*innen beantworteten.



LSA LUNCH TIME MIT JONAS ELIASSEN UND WEI PHUNG

5. MAI 2021

In der dritten Folge der verbandseigenen Podcast-Serie, die der LSA 2020 lanciert hat, bespricht Gastgeber Jonas Eliassen (CEO Dentsu Switzerland) mit Wei Phung (Managing Director Resolution / Omnicom Media Group Schweiz), wie sich das digitale Marketing nach dem Ende der Third-Party Cookies verändert und mit welchen Alternativen die Branche auf die gesetzlichen Bestimmungen reagieren kann.

Wie wird sich die Rolle von Mediaagenturen in Zukunft verändern, welche Alternativen zu Third-Party Cookies gibt es und wie geht der chinesische Markt mit diesem Thema um? Diesen Fragen sind Jonas Eliassen in der dritten Folge der Podcast-Serie des LSA nachgegangen.

Mehr im Podcast LSA LUNCH TIME unter:
leadingswissagencies.ch/podcast



LSA LIVE-TALK «BRAND SAFETY»

12. MAI 2021

Die tägliche Konsumation von Online-Inhalten steigt jährlich und digitale Werbetreibende auf der ganzen Welt investieren grosse Summen, um ihr Zielpublikum zu erreichen. Die Sicherstellung einer transparenten, qualitativ hochwertigen Umgebung für den Mediaeinkauf ist daher entscheidend für die Erzielung effektiver Resultate.

In einem einstündigen Live-Talk sprach Silvana Imperiali, CEO Gamned, mit Talk-Gast Jack Smith, Chief Product Officer von DoubleVerify, New York, zum Thema Brand Safety.



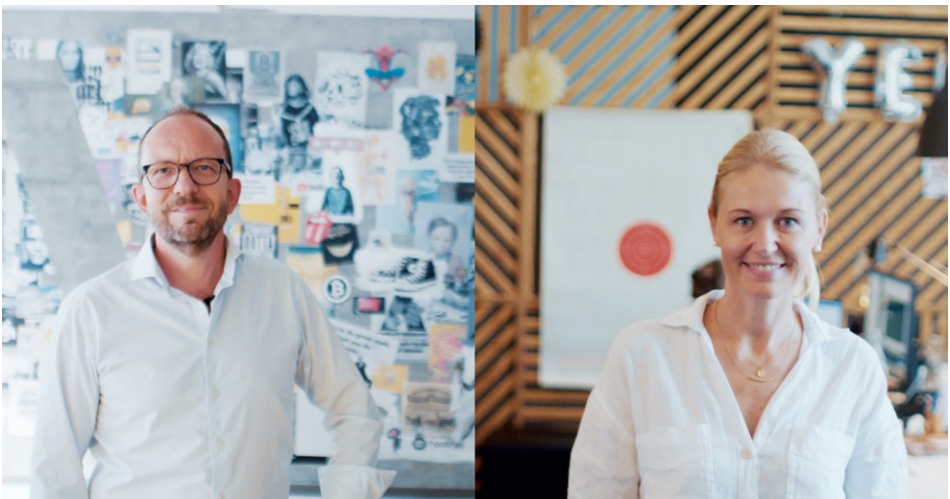
Jack Smith, Chief Product Officer von DoubleVerify (New York)

LSA JUNIOR AGENCY AWARD

19. MAI 2021

Pilotprojekt Hochschulwettbewerb mit ZHAW

Der Pilot unseres neuen Hochschulwettbewerbs zur Förderung des Nachwuchses in der Branche geht mit den Präsentationen der beiden ZHAW-Teams zu Ende. Vor einer Jury aus Kunde, Hochschulvertreter*innen, dem LSA sowie den beiden LSA-Agenturen TBWA Switzerland und Wirz, die je ein Team betreut und durch den Prozess begleitet haben, präsentieren die beiden Teams ihre Kampagnen für Securitas Bern.



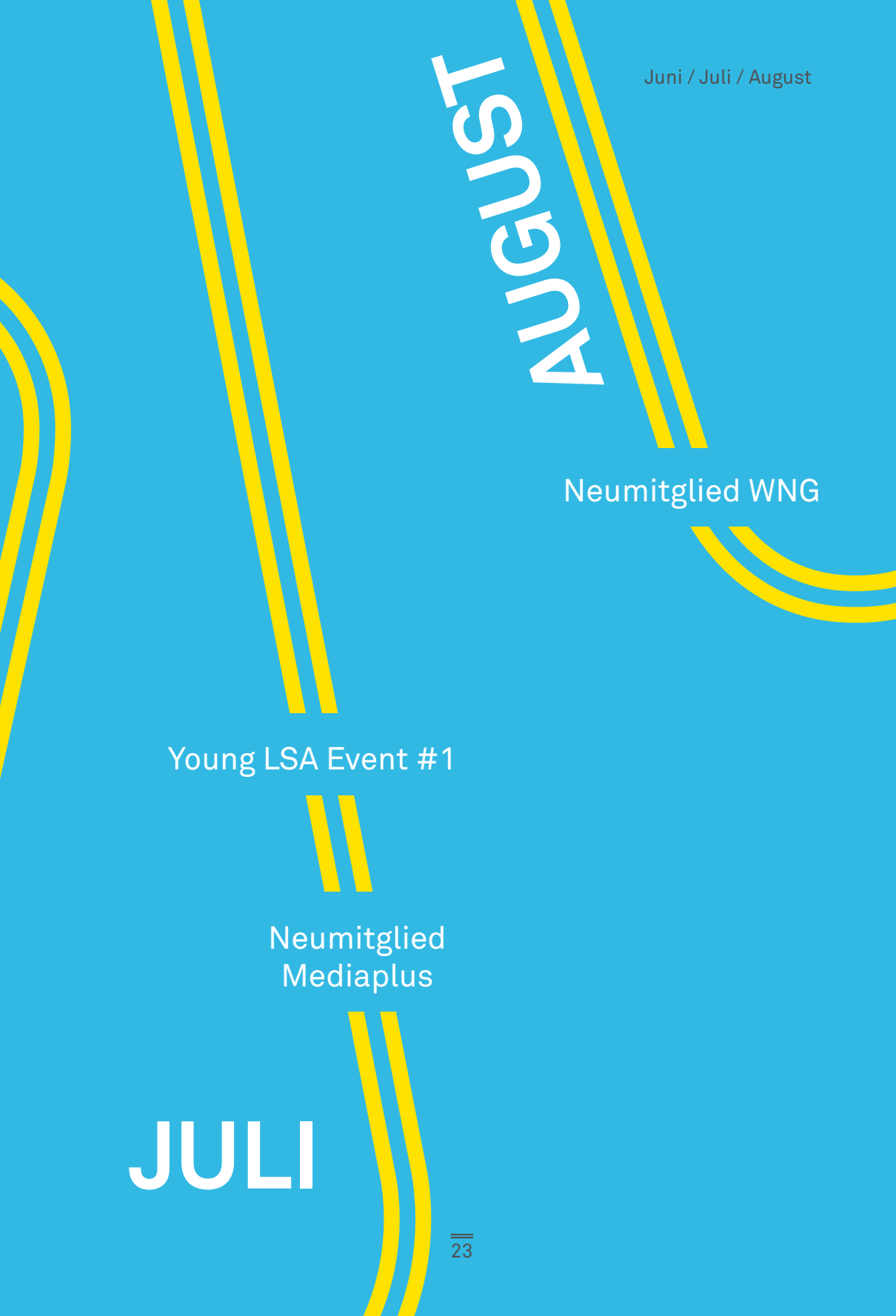
Matthias Kiess, TBWA, und Petra Dreyfus, Wirz

Infoveranstaltung
zu CMS III

LSA-Café
Westschweiz

Mitglieder-
versammlung 2021

JUNI

The background is a solid blue color. It is decorated with several thick, parallel yellow lines that curve and flow across the page. Some lines are straight, while others are curved, creating a dynamic, abstract pattern.

AUGUST

Juni / Juli / August

Neumitglied WNG

Young LSA Event #1

Neumitglied
Mediaplus

JULI

LSA-MITGLIEDER- VERSAMMLUNG

KOSMOS, ZÜRICH
1. JUNI 2021

Die diesjährige Mitgliederversammlung im Kosmos Zürich fand wegen der Pandemie hybrid statt. Anwesende waren der LSA-Vorstand, der LSA-Präsident, die LSA-Geschäftsstelle sowie Jürg Bachmann, Präsident KS/CS.

Die wichtigsten Themen:

LQA – der neue LSA Leading Quality Audit

Im stets komplexer werdenden Kommunikationsmarkt sind Orientierung, Glaubwürdigkeit und qualifizierte Partner Schlüsselfaktoren für den Erfolg. Der LSA will mit dem LQA Hilfe leisten. LSA-Mitglied zu sein, ist ein Qualitätssiegel, das Auftraggebern Qualität und Investitionssicherheit garantiert. Daher prüft der LSA seine Mitgliedsagenturen ab 2021 durch ein überarbeitetes, mehrstufiges Aufnahmeverfahren auf ihre Leading Qualities – mit der Ambition, einen Qualitätsnachweis für die Branche zu schaffen.

LSA-Präsenz in der Westschweiz

Durch die Fusion mit dem BPRA im Sommer 2020 durfte der LSA zahlreiche Kommunikationsagenturen aus der Westschweiz begrüßen. Um die Präsenz in der Romandie zu stärken und attraktive Angebote für die Westschweizer Mitglieder zu entwickeln, eröffnet der LSA im April 2021 eine Geschäftsstelle in der Romandie, die von Charlene Guillaume geführt wird. Wir heissen Charlene herzlich willkommen!

Nachwuchsförderung – weiterhin ein grosses Thema im Verband

Mit der ersten Dialogplattform für junge und jung gebliebene Mitarbeitende aus LSA-Agenturen (Young LSA) stellt der Verband die Anliegen des Nachwuchses stärker in den Fokus und fördert den Austausch und die aktive Mitgestaltung des Verbandsangebots bei jungen Mitarbeitenden.



Beat Krebs, OMD, Präsident LEADING SWISS AGENCIES

LSA-CAFE WESTSCHWEIZ

15. JUNI 2021

«Homeoffice-Regelung»

Um den Dialog zwischen den Westschweizer Mitgliedern zu fördern, hat der LSA im Juni das LSA-Café lanciert. Eine virtuelle Austauschplattform, an der die Mitglieder die Möglichkeit haben, aktuelle Themen zu diskutieren und die neuesten Aktivitäten des Verbandes kennenzulernen. Zum Auftakt wurde über verschiedene Homeoffice-Regelungen gesprochen. Die Mitglieder konnten in diesem Zusammenhang rechtliche Fragen mit einer anwesenden Anwältin aus einer Mitgliedsagentur klären.

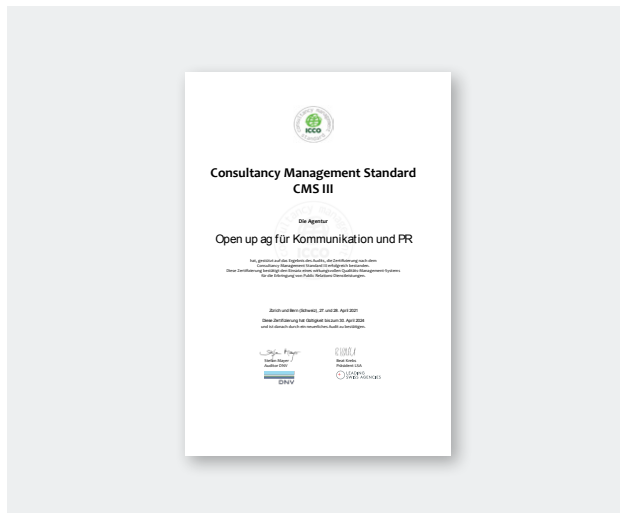
INFOVERANSTALTUNG CMS III

18. JUNI 2021

CMS-III-Zertifizierung für LSA-Mitglieder

Seit der Fusion mit dem BPRA 2020 steht LSA-Agenturen die Zertifizierung mit dem international anerkannten Consultancy Management Standard (CMS) offen. Das Zertifikat bescheinigt den Agenturen die Einhaltung höchster fachlicher, wirtschaftlicher und ethischer Standards. Dieser ist exklusiv für die Mitgliederverbände des internationalen Dachverbandes ICCO verfügbar. In der Schweiz führt LEADING SWISS AGENCIES die Zertifizierung.

Anita Mohl von Agency Experts und Auditorin für die CMS-III-Zertifizierung aus Wien hat uns die Zertifizierung in einem Webinar im Detail erklärt.



BEGRÜSSUNG LSA-NEUMITGLIED

MEDIAPLUS

1. JULI 2021

Mediplus ist neues Mitglied von LEADING SWISS AGENCIES

Mediplus ist eine inhabergeführte Full-Service-Mediaagentur, die 2009 von Rolf Suter und Pascal Fröhli gegründet wurde. Heute zählt die Agentur 22 Mitarbeiter*innen. Mediplus versteht sich als «kreative Mediaagentur» und verfolgt einen 360-Grad-Ansatz. Sie konzipiert nicht nur den Mediaeinsatz, sondern realisiert auch ganze Kommunikationskampagnen inkl. Kreation.

Die in Zürich an der Heinrichstrasse 269 beheimatete Agentur vereint Kernkompetenzen in den Bereichen Integrierte Mediaplanung, SEA, Digital Performance, Social Media und Interactive Media Design.

mediaplus.ch



Die Partner von links: Rolf Suter und Pascal Fröhli

YOUNG LSA EVENT #1

1. JULI 2021

Wenn David Schärer (Rod Kommunikation) und Adrian Kammer (BAG) hinter die Kulissen der wohl meistdiskutierten und beachteten Kampagne des Landes blicken lassen, dabei das Wetter auch noch mitspielt und der Agenturnachwuchs bei Bier und Sushi sich endlich mal abseits des Bildschirms sieht, dann ergibt sich ein gelungener Abend – wie am ersten Live-Event des «Young LSA» – der Dialogplattform für junge und jung gebliebene Mitarbeitende von LSA-Agenturen.



BEGRÜSSUNG LSA-NEUMITGLIED

WNG

1. AUGUST 2021

Mediaplus ist neues Mitglied von LEADING SWISS AGENCIES

WNG ist ein Pionier im Digital Marketing und hat sich darauf spezialisiert, Kunden bei der digitalen Transformation zu beraten und im Prozess zu begleiten. Die von Stéphane Grivat und Jérôme Curchod geleitete Agentur kann auf fast 20 Jahre Erfahrung in der Genfersee-Region zurückblicken. Sie beschäftigt 22 Personen und hat mehr als 200 aktive Kunden, darunter die Waadtländer Kantonalbank, Fachhochschule Westschweiz, Hirslanden, QoQa Onlineshop und Vaudoise Assurances. Mit einem modernen Prozessmanagement und 360-Grad-Ansatz arbeitet WNG eng mit ihrer Kundschaft zusammen und ermöglicht ihr, mit dem nötigen Fachwissen und den passenden Tools die Digitalisierung effizient und schnell voranzutreiben. Stéphane Grivat, der Gründer von WNG, betont: «Die DNA von WNG basiert auf der Leidenschaft für das Digitale und dem Wunsch, den Menschen in den Mittelpunkt unserer Bemühungen zu stellen.

WNG.ch





SEPTEMBER

Neumitglied Kuble



Leadergespräch
«Collaboration & Leading»



Ad School Ehrung
Gewinner-Teams



Le meilleur de la Pub,
Lausanne



LSA Lunch Time Folge 4

Seminarreihe
«Agenturgeschäft der
Zukunft», Teil 1



LSA Bootcamp 2021

September / Oktober

OKTOBER

Young LSA Academy –
Workshop #1

Seminarreihe
«Agenturgeschäft
der Zukunft», Teil 2

LSA LOOK BOOK 2022 –
«The Perfect Match»

Neumitglied
Accenture Interactive

Forum SAWI Westschweiz

BEGRÜSSUNG LSA-NEUMITGLIED

KUBLE

1. SEPTEMBER 2021

Kuble ist neues Mitglied von LEADING SWISS AGENCIES

Kuble wurde 2009 von Gustavo Salami gegründet und beschäftigt heute knapp 20 Mitarbeiter*innen. Die inhabergeführte Digitalagentur mit vier Partnern (Olivia Schiffmann, Gustavo Salami, Christoph Hess und Christian Aichhorn) positioniert sich als innovativ, kreativ, datenfokussiert, effizient und prozessorientiert. Das Team betreut nationale und internationale Kunden mit B2B- und B2C-Ausrichtung, die Kuble als Sparring Partner sichtbar, glaubwürdig und leistungsstark machen.

Kuble ist Google- und Facebook-zertifiziert und verfügt über zahlreiche Dozenten-Mandate sowie eine Inhouse-Entwicklungsabteilung. Zu den Kernkompetenzen der Digitalagentur gehören Consulting, Creation und Data Analysis für Social Media und Digital Marketing. Zum Dienstleistungsportfolio hinzu kommt die Eigenentwicklung von Tools und Dashboards. Diese steigern die Effizienz auf Kundenseite und garantieren ihnen eine transparente Einsicht in die umgesetzten Massnahmen.

kuble.ch



Die Partner von links: Gustavo Salami, Christoph Hess, Olivia Schiffmann, Christian Aichhorn

LEADERGESPRÄCH «COLLABORATION & LEADING»

1. SEPTEMBER 2021

Nach der Fusion mit dem BPRA konnten sich die Westschweizer Mitgliedsagenturen erstmals physisch treffen. Stéphane Grivat, Managing Partner WNG, und François Huguenet, CEO ftc communication, diskutierten über Kollaborationsmöglichkeiten und Leadership in ihrem Markt.



AD SCHOOL EHRUNG GEWINNER-TEAMS ABSCHLUSSARBEIT

4. SEPTEMBER 2021

Beim dritten Lehrgang an der Ad School wurden 39 Studierende diplomiert. Sie erhalten das Ad-School-Zertifikat und das «Certificate of Advanced Studies Strategische Planung und Kreation» der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich.

Für die Abschlussarbeit konnte die CSS-Versicherungsgesellschaft als Sponsor gewonnen werden. Im Briefing wurden die Studierenden aufgefordert, eine Kampagne für «myCSS» zu entwickeln. Die Teams präsentierten der Jury des Ad-School-Schulrates und Vertretern der CSS-Versicherungsgesellschaft ihre Abschlussarbeiten. Die Gewinnerteams werden an der ADC-Gala mit den begehrten Würfeln ausgezeichnet.

Weitere Informationen zur Ad School und Impressionen zum Lehrgang 2021:
adschool.ch



LE MEILLEUR DE LA PUB

LAUSANNE
8. SEPTEMBER 2021

Der Verein «Le Meilleur de» organisiert seit 2011 den Award «Le Meilleur de la Pub», der die besten Arbeiten der Westschweizer Agenturen auszeichnet. Der LSA engagiert sich zusammen mit KS/CS und dem SWA für die Sichtbarmachung der Westschweizer Kommunikationsagenturen und ist Silber-Sponsor. Die Awardverleihung fand virtuell statt.

events.lemeilleurde.ch/LeMeilleurdelaPub2021



LANCIERUNG LSA LUNCH TIME IN DER WESTSCHWEIZ

9. SEPTEMBER 2021

Im September 2021 startete der LSA die 4. Folge des LSA Lunch Time – zum ersten Mal in der Westschweiz. Verwischen das stetige Wachstum der Branche und die geografischen Veränderungen des Marktes die Unterschiede zwischen dem deutsch- und dem französischsprachigen Raum? Kann man in einem sich verändernden Markt noch von einem «Rösti-Graben» sprechen? Michael Kamm (CEO Trio) und Chris Flückiger (CEO mediatonic) unterhalten sich über die verschiedenen Herausforderungen, denen sich die Westschweizer Agenturen auf dem nationalen Markt stellen müssen, über die Notwendigkeit einer engen Beziehung zum deutschsprachigen Markt und über das Know-how einer Region, die eine wichtige Rolle auf dem nationalen Markt spielt.

Mehr im Podcast LSA LUNCH TIME unter: leadingswissagencies.ch/podcast



LSA BOOTCAMP 2021

20.–24. SEPTEMBER 2021

Agenturtalente helfen den SBB zurück in die Spur

Die Teilnehmer*innen des diesjährigen LSA Bootcamp werden mit einem brandaktuellen Case beauftragt:

Die Steigerung der Frequenzen im öffentlichen Verkehr, namentlich bei den SBB. Während die Auslastung auf den Strassen wieder das Niveau vor Corona erreicht hat, dümpelt sie im ÖV um die 65 % herum. Wie kann hier Gegensteuer gegeben werden? Wie lässt sich die Nachfrage für Angebote der SBB steigern? Mit diesen Fragen beschäftigen sich die 26 LSA-Youngsters am vollbesetzten Bootcamp während einer intensiven Bildungswoche.

Gastgeber des LSA Bootcamp 2021 ist erneut die Goldbach Group in Küsnacht. Wie bereits im Jahr 2017 dürfen wir von den grosszügigen Räumlichkeiten und einer modernen Infrastruktur profitieren. Neu ist, dass uns der hauseigene Koch täglich mit einem frisch zubereiteten leckeren Essen verwöhnt. Dieser tolle Service motiviert die Teilnehmer*innen zu Höchstleistungen und macht unser Bootcamp einmal mehr zu einem geschätzten Weiterbildungsangebot für die jungen Talente aus LSA-Agenturen.



SEMINARREIHE «AGENTURGESCHÄFT DER ZUKUNFT» TEIL 1

20. SEPTEMBER 2021

Leadergespräch «Sparringpartner auf C-Level: lernen vom strategischen Berater»

Wie schafft es die Unternehmensbranche, auf C-Level eine strategisch beratende Funktion einzunehmen? Mit welchen Themen, Prozessen und Inhalten begleiten Consultingfirmen die oberste Führungsebene in Unternehmen? Welche Tools funktionieren? Wie führen sie erfolgreiche Kollaborationen, um ihr Kompetenzfeld zu erweitern? Gastreferent Benjamin Tück, CEO von Accenture Interactive Schweiz, erklärt, wie er ins Relevant Set seiner Kunden vordringt.



BEGRÜSSUNG LSA-NEUMITGLIED

ACCENTURE INTERACTIVE

1. OKTOBER 2021

Accenture Interactive ist neues Mitglied von LEADING SWISS AGENCIES

Accenture Interactive ist Teil von Accenture und eine der führenden Agenturen im Bereich Customer Experience. Accenture Interactive kombiniert Kreativität und digitales Service-Design mit ausgeprägter Erfahrung in den Bereichen Beratung, Digitalisierung, Technologie, Development, Marketing und Kommunikation. Dabei definiert Accenture Interactive Marken durch Kundenerlebnisse in allen Branchen, Ländern und Unternehmen neu und fördert nachhaltiges Wachstum durch Erfahrungen, die an der Schnittstelle von Purpose und Innovation entstehen. Indem ein tiefes Verständnis von Menschen und Märkten mit technologischer Expertise kombiniert wird, entwickelt, vermittelt und realisiert Accenture Interactive Kundenerlebnisse – für eine bessere, wertstiftende und bedeutungsvolle Kundenerfahrung. In der Schweiz hat Accenture Interactive Büros an den Standorten Basel, Bern, Genf, Lugano sowie Zürich.

accenture.com



Von links: Hartmund Heinrich (Fjord), Wim Roelfs (Sinner Schrader Swipe), Benjamin Tüch (Accenture Interactive)

FORUM SAWI WESTSCHWEIZ

5. OKTOBER 2021

Der LSA durfte am SAWI-Forum der Romandie mit einem virtuellen Stand teilnehmen, an dem die verschiedenen Berufe, Zukunftsmöglichkeiten und Profile der Kommunikationsbranche vorgestellt wurden. Neben der Unterstützung der Schüler bei der Planung ihrer beruflichen Zukunft hatten die LSA-Agenturen Gelegenheit, sich als attraktive Arbeitgeber zu positionieren und ihre Jobmöglichkeiten zu präsentieren.



LSA LOOK BOOK 2022

26. OKTOBER 2021

Im aktuellen LSA-LOOK BOOK dreht sich alles um den «Perfect Match». Vertreterinnen und Vertreter von Agentur- und Kundenseite erzählen über ihre gemeinsame Beziehung und worauf es bei einer erfolgreichen Zusammenarbeit ankommt. Mit dem neuen Branded-Content-Format «The Perfect Match» setzen wir uns zum Ziel, die Auftraggeberseite dafür zu sensibilisieren, dass erfolgreiche Partnerschaften nicht über aufwändige Wettbewerbspräsentationen gefunden werden. Auftraggeber können sich bei der Suche eines neuen Agenturpartners an besseren Auswahlverfahren orientieren, die mehr Gewicht auf den kulturellen Fit, die Haltung und Arbeitsweise einer Agentur legen. Das Format liefert Inspiration für alle, die in Zukunft das Zwischenmenschliche in den Vordergrund stellen möchten.



SEMINARREIHE «AGENTURGESCHÄFT DER ZUKUNFT» TEIL 2

27. OKTOBER 2021

Impulsseminar «Profilierung über relevante Themen von morgen: lernen vom Zukunftsforscher»

Welches sind die zukünftigen Themen, die eine Agentur nutzen kann, um neue Geschäftsfelder zu entwickeln? In unserem Halbtages-Workshop mit Lars Thomsen von Future Matters fokussieren wir uns auf die Zukunft des Arbeitens, der Kommunikation und der Kundenbeziehungen. Wir entwickeln eine Reihe von Thesen, erfassen Veränderungen und Umbrüche, suchen gemeinsam nach Antworten und machen Handlungsempfehlungen, wie wir den Herausforderungen einer Agenturlandschaft 2030 begegnen könnten.



YOUNG LSA ACADEMY WORKSHOP #1

29. OKTOBER 2021

In den LSA-Agenturen gibt es sehr viel Know-how und Erfahrung. Dieses Wissen soll im Rahmen der Young LSA Academy in Weiterbildungsblöcken zu konkreten Themen an junge Agenturmitarbeitende weitergegeben werden. Agenturübergreifend zu lernen ist wertvoll für die gesamte Branche und besonders für junge Agenturmitarbeitende spannend und lehrreich. In diesem Premieren-Workshop drehte sich alles um die Themen Texten, Schreiben und Storytelling.



LSA – Jahresrückblick

Young LSA Event #2

LSA Branded
Content-Format
«The Perfect Match»

Seminarreihe «Agentur-
geschäft der Zukunft», Teil 3

LSA Lunch Time Folge 5

LSA/SWA-Media-Preis-
Leistungs-Index 2022

LSA-Ranking 2021

NOVEMBER

November / Dezember

LSA-Merkblatt
Jahresarbeits-
zeitmodell

LSA-Café Westschweiz

DEZEMBER

LSA BRANDED-CONTENT-FORMAT

THE PERFECT MATCH

2. NOVEMBER 2021

Wie aus Auftraggebern und Agenturen «The Perfect Match» wird

Mit «The Perfect Match» lanciert der Verband ein unterhaltsames Branded-Content-Format, das zeigt, wie eine starke Kunden-Agentur-Beziehung langfristig erfolgreich gestaltet werden kann.

Die perfekte Agentur finden – eine zentrale Aufgabe, die sowohl Auftraggeber als auch Agenturen regelmässig beschäftigt. Der Markt verändert sich radikal, doch bei der Auswahl einer geeigneten Agentur setzen Unternehmen nach wie vor auf alte Muster. Dabei könnten sich alle an alternativen Auswahlverfahren orientieren, die einen stärkeren Fokus auf den kulturellen Fit, die Haltung und Arbeitsweise legen. Wie man den perfekten Partner findet und wie die Zusammenarbeit erfolgreich bleibt, zeigt jetzt der LSA im neuen Branded-Content-Format «The Perfect Match». In kurzweiligen Videos, inspiriert durch das beliebte Glanz&Gloria-Format «Du oder ich», zeigen echte Matches, wie eine langfristige und starke Agentur-Kunden-Beziehung funktioniert. Und eines wird sofort klar: Zusammenarbeit macht so einfach viel mehr Spass.

Das Branded-Content-Format wird von Catherine Purgly (LSA) und Roland Ehrler (SWA) lanciert. Beiden liegt das Thema Agenturauswahl sehr am Herzen und ist stets ein wichtiges Traktandum bei ihren regelmässigen Gesprächen. In weiteren Folgen erhalten Zuschauer einen amüsanten Einblick in die Zusammenarbeit zwischen Audi Schweiz und Wunderman Thompson, der Axa und Publicis Zürich sowie Futureworks und der Zürich Versicherung. Weitere Folgen sind bereits in Planung.

Alle Folgen gibt's unter leadingswissagencies.ch/the-perfect-match

THE PERFECT MATCH



LEADING SWISS AGENCIES

Ranking 2021

Mediaagenturen

Basis BBE (Bruttobetriebsleistung) 2020

An Kunden versicherte Eigenleistungen der Agentur, inkl. Freelancer: 100 an Kunden versicherte Eigenleistungen der Agentur, inkl. Freelancer: 100 an Kunden versicherte Eigenleistungen der Agentur, inkl. Freelancer: 100

Rang	Agentur	Beitragswert
Kategorie 17,5 - 20,0 Mio.		
1	Dentsu Switzerland AG, Zürich	Dentsu
Kategorie 15,0 - 17,5 Mio.		
2	MediaCom AG, Zürich	
Kategorie 12,5 - 15,0 Mio.		
3	Hansa Media AG, Zürich	
Kategorie 10,0 - 12,5 Mio.		
4	Publicis Media Switzerland AG, Zürich/Lausanne	
Kategorie 7,5 - 10,0 Mio.		
5	GMD Schweiz, Zürich	
6	Germann Suisse, Genéve/Zürich	
7	Mindshare AG, Zürich	

Verband der führenden Kommunikationsagenturen der S

LEADING SWISS AGENCIES

Ranking 2021

LSA-Kommunikationsage

Basis BBE (Bruttobetriebsleistung) 2020

An Kunden versicherte Eigenleistungen der Agentur, inkl. Freelancer: 100 an Kunden versicherte Eigenleistungen der Agentur, inkl. Freelancer: 100 an Kunden versicherte Eigenleistungen der Agentur, inkl. Freelancer: 100

Rang	Agentur	Beitragswert
Kategorie 30,0 - 40,0 Mio.		
1	Farner Consulting AG, Zürich	
Kategorie 20,0 - 30,0 Mio.		
2	Webtopia AG, Zürich	
3	Publicis Zürich, Zürich	
4	Juniper Mail LUMAT AG, Zürich	
Kategorie 17,5 - 20,0 Mio.		
5	BBDO Communications AG, Zürich	
Kategorie 15,0 - 17,5 Mio.		
6	Publicis Communications Luxembourg SA, Luxembourg	
7	Wavencia Kommunikation AG, Basel	

Verband der führenden Kommunikationsagenturen de

LEADING SWISS AGENCIES

Ranking 2021

Mediaagenturen

Basis BBE (Bruttobetriebsleistung) 2020

An Kunden versicherte Eigenleistungen der Agentur, inkl. Freelancer: 100 an Kunden versicherte Eigenleistungen der Agentur, inkl. Freelancer: 100 an Kunden versicherte Eigenleistungen der Agentur, inkl. Freelancer: 100

Rang	Agentur	Beitragswert	FTE
Kategorie 17,5 - 20,0 Mio.			
1	Dentsu Switzerland AG, Zürich	Dentsu International Holding	101
Kategorie 15,0 - 17,5 Mio.			
2	MediaCom AG, Zürich	WDF Ltd - Group	76
Kategorie 12,5 - 15,0 Mio.			
3	Hansa Media AG, Zürich	Hansa Village	40
Kategorie 10,0 - 12,5 Mio.			
4	Publicis Media Switzerland AG, Zürich/Lausanne	Publicis Group	82
Kategorie 7,5 - 10,0 Mio.			
5	GMD Schweiz, Zürich	Germann Group Inc.	20
6	Germann Suisse, Genéve/Zürich	GAMNED - GROUPE TF1	26
7	Mindshare AG, Zürich	GroupM Services AG	39

Verband der führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz

LSA=RANKING

6. NOVEMBER 2021

Die Agenturbranche stellt in der Krise Stabilität unter Beweis

Die Agenturbranche hat schwierige eineinhalb Krisenjahre hinter sich. Die LSA-Agenturen können ihre Erträge aber dank einer hohen Flexibilität und Adaptionfähigkeit stabil halten. Das zeigt das Agenturranking 2021 von LEADING SWISS AGENCIES.

Die LSA-Agenturen erzielten im vergangenen Jahr kumuliert Erträge in der Höhe von 553 Millionen Franken. Es gilt zu berücksichtigen, dass nach der Fusion der beiden Verbände LSA und BPRA 16 Agenturen LEADING SWISS AGENCIES beigetreten sind und den Gesamtertrag entsprechend beeinflussen. Das Ranking basiert auf einer Auswertung der erzielten Bruttobetriebserträge (BBE) der LSA-Agenturen für das Jahr 2020 und bietet eine Übersicht über die im Verband organisierten Kommunikations- und Mediaagenturen der Schweiz. Es wird von LEADING SWISS AGENCIES unter seinen 97 Mitgliedern erstellt und gilt als Orientierungshilfe im Schweizer Kommunikationsmarkt.

Neues Topten- und Agenturgruppen-Ranking

Neben den bereits bekannten, separat ausgewerteten Rankings der Kommunikations- und Mediagenturen wurden für dieses Jahr ein Ranking der Agenturgruppen sowie zwei Topten-Rankings erstellt. Das Topten-Ranking ist eine Erweiterung der bestehenden Rankings. Neben harten Fakten wirft es einen zusätzlichen Blick auf die Diversität von Geschlechtern und Anzahl gesprochener Muttersprachen in den LSA-Agenturen.

MEDIA=PREIS= LEISTUNGS=INDEX 2021

18. NOVEMBER 2021

Inflation bei «Paid Media»? LSA und SWA schauen genau hin

Seit 2017 erheben und publizieren der Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA) und LEADING SWISS AGENCIES (LSA) einen aussagekräftigen Preis-Leistungs-Index für Mediakontakte. Im Pandemiejahr 2020 sind bei vielen Printtiteln die Leserzahlen signifikant zurückgegangen. Besonders hart getroffen wurden die Zeitschriften, die wohl weniger weitergegeben wurden oder zum Beispiel in Wartezimmern nicht mehr zugänglich waren.

Im Fernsehen sind im Vergleich zum Vorjahr die geplanten Kontaktpreise im Jahr 2021 bei den 15- bis 59-Jährigen stabil geblieben und bei den 15- bis 49-Jährigen um insgesamt 6,2 % gestiegen. Der Index für Out of Home (OOH) zeigt einen Rückgang von rund 1 % auf die Preise/Leistungen.

Eine Inflation ist in diesem Jahr auf Basis der offiziellen Preise bei vielen Printtiteln sowie auf den Planwerten einzelner TV-Sender nachweisbar. Sorgen bereitet den beiden Verbänden LSA und SWA die aktuelle Preisentwicklung im Fernsehen. Viele TV-Sender planen ihre Preise für 2022 markant zu erhöhen.

LSA LUNCH TIME MIT LAURA SCORZA WADE UND PRISCILLA ROSSI

23. NOVEMBER 2021

Im September feierte die Podcast-Serie LSA Lunch Time ihre Premiere in der Romandie. In der zweiten Folge haben sich Laura Scorza Wade (Director Sustainability and Southern Switzerland, PRfact) und Priscilla Rossi (Global Strategy Director, Publicis Group) über das Thema «Purpose Marketing» unterhalten. Was ist Purpose Marketing? Welche Rolle spielen dabei die Kommunikationsagenturen und wie können Agenturen ihre Kunden begleiten? Denn in einer sich schnell verändernden Welt wird es für Brands zunehmend unerlässlich, sich mit Werten zu positionieren. Laura Scorza Wade und Priscilla Rossi stellen die Frage nach der Rolle der Agenturen und den Aspekten, die Purpose Marketing in die Kommunikationswelt von morgen einbringen kann.

Mehr im Podcast LSA Lunch Time unter:
leadingswissagencies.ch/podcast



SEMINARREIHE «AGENTURGESCHÄFT DER ZUKUNFT» TEIL 3

25. NOVEMBER 2021

Leadergespräch «Erfolgreiches Neukundengeschäft: lernen vom Experten»

Die Schönwetter-Pitches funktionieren nicht mehr. Und das Jagen in der freien Wildbahn haben viele Agenturen längst verlernt. Wie also kann Kundenakquise und die systematische Entwicklung bestehender Kunden funktionieren? Gastreferent Patrick Utz, Vertriebsexperte und Unternehmensberater, sagt, wie Agenturen ihre Ansprechpartner auf Fachebene finden und sich gleichzeitig den Weg in die effektive, kundeninterne Entscheider Ebene bahnen. Und als Macher und Ermöglicher weiss er nur zu gut: Der Regelbruch lohnt sich.



YOUNG LSA EVENT #2

29. NOVEMBER 2021

Schon gecheckt, was TikTok von anderen Social-Media-Plattformen unterscheidet? Richtig, TikTok «checked» man nicht wie Instagram, Facebook & Co., man schaut es. Diese und andere spannende Einsichten gab's am Young LSA Event bei Webrepublic. Die Teilnehmenden erhielten von Lea Nobs und Andrea Knoepfli (beide Webrepublic) eine spannende Einführung sowie konkrete Tipps und Tricks zum Umgang mit TikTok. Zum Schluss verriet Creator Marco Andre Da Silva, was für ihn den Reiz der Plattform ausmacht.



LSA-CAFE WESTSCHWEIZ

7. DEZEMBER 2021

Jahresarbeitszeit

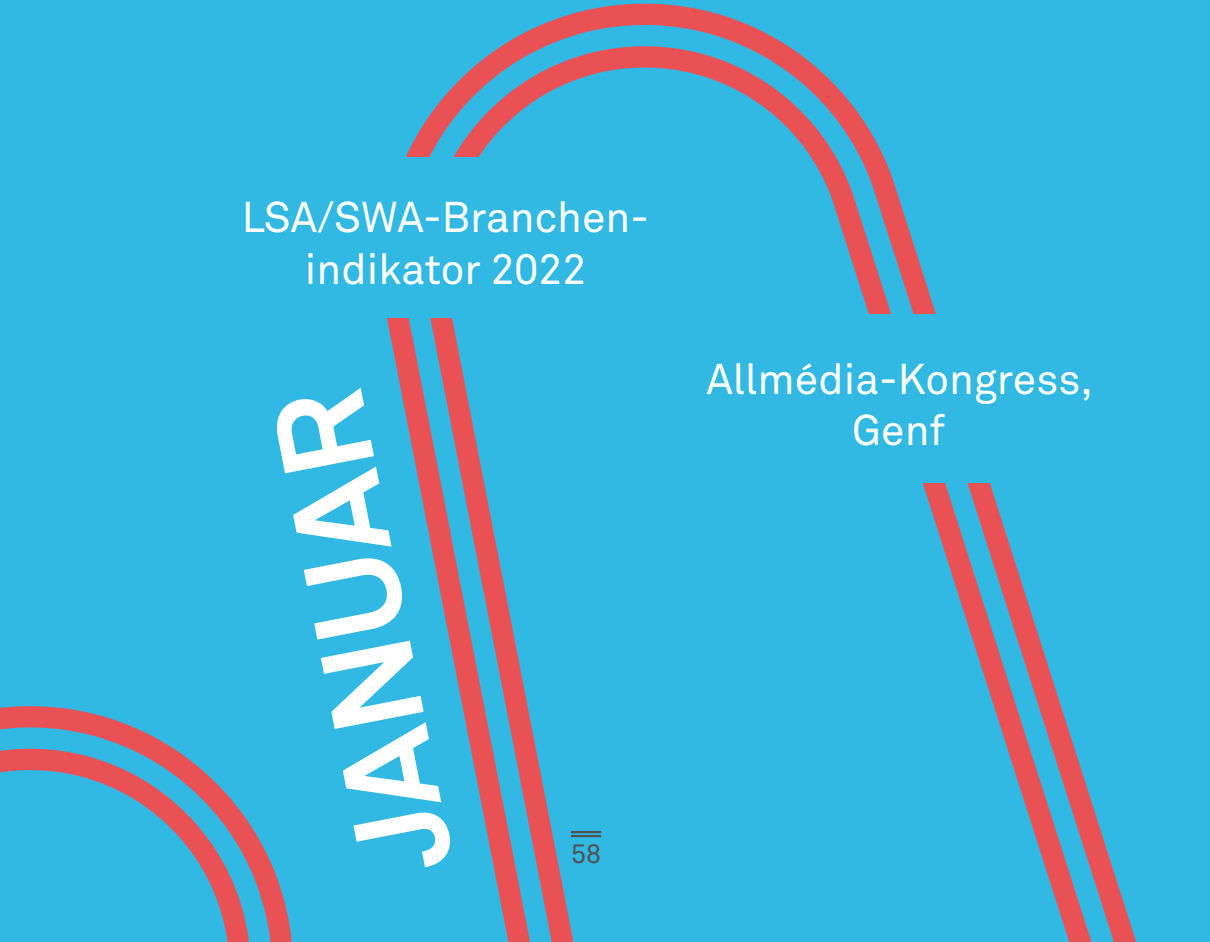
Der Mitgliederaustausch am zweiten LSA-Café konzentrierte sich auf das Thema «Jahresarbeitszeitmodelle». Zur Diskussion stand das gleichnamige Merkblatt, das den Mitgliedern als Orientierungshilfe bei der Aufsetzung von Arbeitsverträgen dienen soll.

LSA-MERKBLATT «JAHRESARBEITSZEIT- MODELL»

7. DEZEMBER 2021

Das vorliegende Reglement über die Flexibilisierung der Arbeitszeit im Rahmen von Jahresarbeitszeit (JAZ) bezweckt:

- Eine optimale Abstimmung der Arbeitszeit an das anfallende Auftrags- und Arbeitsvolumen unter Berücksichtigung der betrieblichen Erfordernisse.
- Eigenverantwortliche Gestaltung der Arbeitszeit durch die Mitarbeitenden im Rahmen möglichst grosser Spielräume.
- Basis für die bestmögliche Umsetzung sind gegenseitiges Vertrauen, proaktive Kommunikation und eine gute Arbeitsplanung/-organisation.

The page features several decorative elements consisting of two parallel red lines forming arcs. One large arc is positioned in the upper right quadrant, another in the lower left, and a third in the lower right. Additionally, two parallel red lines run diagonally from the bottom left towards the center.

LSA/SWA-Branchen-
indikator 2022

JANUAR

Allmédia-Kongress,
Genf



Lancierung LSA Junior
Agency Award



Young LSA –
Neuland-Event «Um-
weltkommunikation»



FEBRUAR

MÄRZ



LSA-Employer-
Branding-Kampagne



LSA/SWA-BRANCHEN- INDIKATOR 2022

5. JANUAR 2022

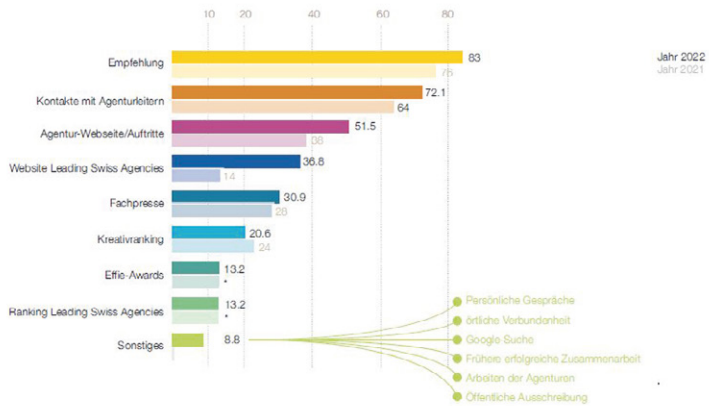
Branchenindikator 2022: Werbeauftraggeber sind zuversichtlich und investieren in Kundenkommunikation – alternative Evaluationsverfahren gewinnen an Bedeutung

In Zusammenarbeit mit dem Schweizer Werbe-Auftraggeberverband SWA haben wir erneut die wichtigsten Indikatoren der Kommunikationsbranche untersucht. Zu diesem Zweck wurden die Werbeauftraggeber zu ihren Einschätzungen und Aussichten im Schweizer Werbemarkt befragt. Trotz anhaltender Pandemie erwarten 61,5 % steigende und 31,2 % gleichbleibende Umsätze im Jahr 2022. Die meisten werbenden Unternehmen rechnen ebenfalls mit gleichbleibenden oder sogar steigenden Erträgen. Das sind gute Aussichten in diesen Zeiten und wirken sich auf die Entwicklung der Kommunikations- und Mediabudgets aus.

Chemistry Meetings nehmen zu

Die wichtigsten Kriterien bei der Wahl der Agentur sind aktuell die persönliche Chemie/Kultur (94,2 %) und die Aufgabenstellung/Kompetenzen (91,3 %). Im Vergleich zu 2021 sind die aufwändigen Wettbewerbspräsentationen stark zurückgegangen. Alternative Evaluationsverfahren – insbesondere Chemistry Meetings – gewinnen an Bedeutung.

Welche Informationsquellen nutzen Sie für die Auswahl von Agenturen?
Vergleich mit Angaben im Branchenindikator 2021



Nennung: 68

LSA/SWA Branchenindikator 2022

14

LEADING SWISS AGENCIES
Verband der führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz

SWA ASA Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
Utenti Svizzera Pubblicità
Association Suisse des Annonceurs
Association of Swiss Advertisers

ALLMÉDIA-KONGRESS

GENÈVE, 18. JANUAR 2022

Im Januar fand nach zwei Jahren endlich wieder der Allmédia-Kongress, organisiert von KS/CS, in Lausanne statt, um über die verschiedenen Herausforderungen der Kommunikations- und Mediabranche zu diskutieren. Auch der LSA war wiederum als Sponsoringpartner mit dabei.

Das Programm fokussierte sich insbesondere auf die Themen Digitalisierung, Entwicklung der Kommunikationsagenturen der Zukunft und grundsätzlich auf die Zukunft der Branche. Der LSA, vertreten von Charline Guillaume, beteiligte sich an der Podiumsdiskussion über die Entwicklungen und Herausforderungen, die die Branche in den nächsten Jahren beschäftigt.



YOUNG LSA – NEULAND- EVENT «UMWELT- KOMMUNIKATION»

Authentizität, Vertrauen und Transparenz – wenn es um erfolgreiche Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation geht, kommt man an diesen drei Qualitäten wohl nicht vorbei. Aber zu dem komplexen und spannenden Themenfeld gehört natürlich noch viel mehr! Mit Agenturgeschäftsführer Juergen Gangoly, Journalistin Stephanie Hess sowie Unternehmenskommunikator Thorsten Sperlich durften wir bei der Neuland-Veranstaltung gemeinsam mit den Young Professionals aus Deutschland und Österreich tiefer in die Welt der Umweltkommunikation eintauchen.

Was ist Neuland? Dieser Event ist Teil einer grossartigen Kooperation. Die PRVA Newcomers aus Österreich starteten im Herbst 2020 gemeinsam mit dem deutschen Schwesternverband, den GPRA Young Professionals, eine verbands- und länderübergreifende virtuelle Event-Reihe. Seit einem Jahr ist auch der Young LSA Teil dieses DACH-übergreifenden virtuellen Austauschs.



LANCIERUNG LSA JUNIOR AGENCY AWARD 2022

22. FEBRUAR 2022

Der erste Hochschulwettbewerb für Marketing-Kommunikation ist schweizweit lanciert

Der LSA Junior Agency Award ist ein anspruchsvoller Hochschulwettbewerb für High Potentials in der Marketing-Kommunikation. Studierende an Schweizer Hochschulen arbeiten während eines Semesters im Rahmen eines Wahlpflichtmoduls an einer Kampagne für einen realen Kunden. Die Arbeit erfolgt in Teams und wird von LSA-Agenturen begleitet. Die Studierenden lernen so am praktischen Beispiel mit Kundenanforderungen, Kreativität und Budgetvorgaben zu arbeiten und erhalten Einblick in die Agenturwelt.

Am LSA Junior Agency Award 2022 nehmen fünf Schweizer Hochschulen mit rund 100 Studierenden teil. Sie werden von 19 LSA-Agenturen betreut und begleitet. Der Kunde (migrolino) kommt von Publicis Zürich. Im Case «migrolino goods» dreht sich alles um ein neues Convenience-Format.



EMPLOYER= BRANDING-KAMPAGNE

MÄRZ 2022

Die Kommunikationsbranche, insbesondere die Kreativbranche und ihre Jobangebote, sind zu wenig bekannt bei interessierten Jugendlichen, Einsteigern und wichtigen Bildungsinstitutionen, Schulen sowie in der Öffentlichkeit.

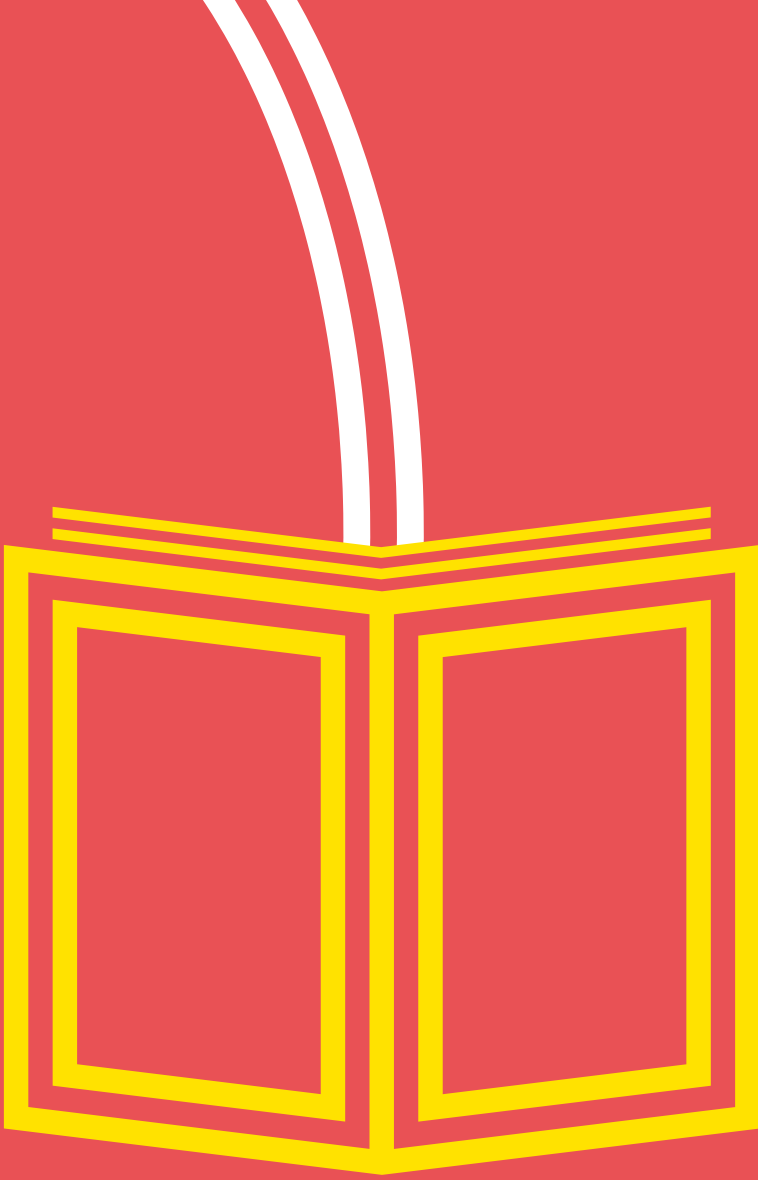
Um die Kommunikationsbranche als spannende Arbeitgeberin bekannt zu machen, lancieren wir ein übergreifendes, mehrjährig anwendbares Kommunikationskonzept mit dem Ziel,

- ein Gesamtbild der vielfältigen, attraktiven Berufsbilder und deren Aus-, Weiter- und Karrieremöglichkeiten in der Kommunikationsbranche zu vermitteln
- Nachwuchsförderung zu betreiben und zu sichern
- LSA-Agenturen als attraktive Arbeitgeberinnen zu positionieren

Eine LSA-Initiative für die Bekanntmachung der Kommunikationsbranche und ihre Jobvielfalt – konzipiert und umgesetzt mit jungen Talenten von Agence Trio, Maxomedia, OMD, Serviceplan, TBWA und Wirz sowie unterstützt durch APG, Clear Channel, Diction, furrerhugi, Mediabox, Meta, Neo Advertising, Setaprint.

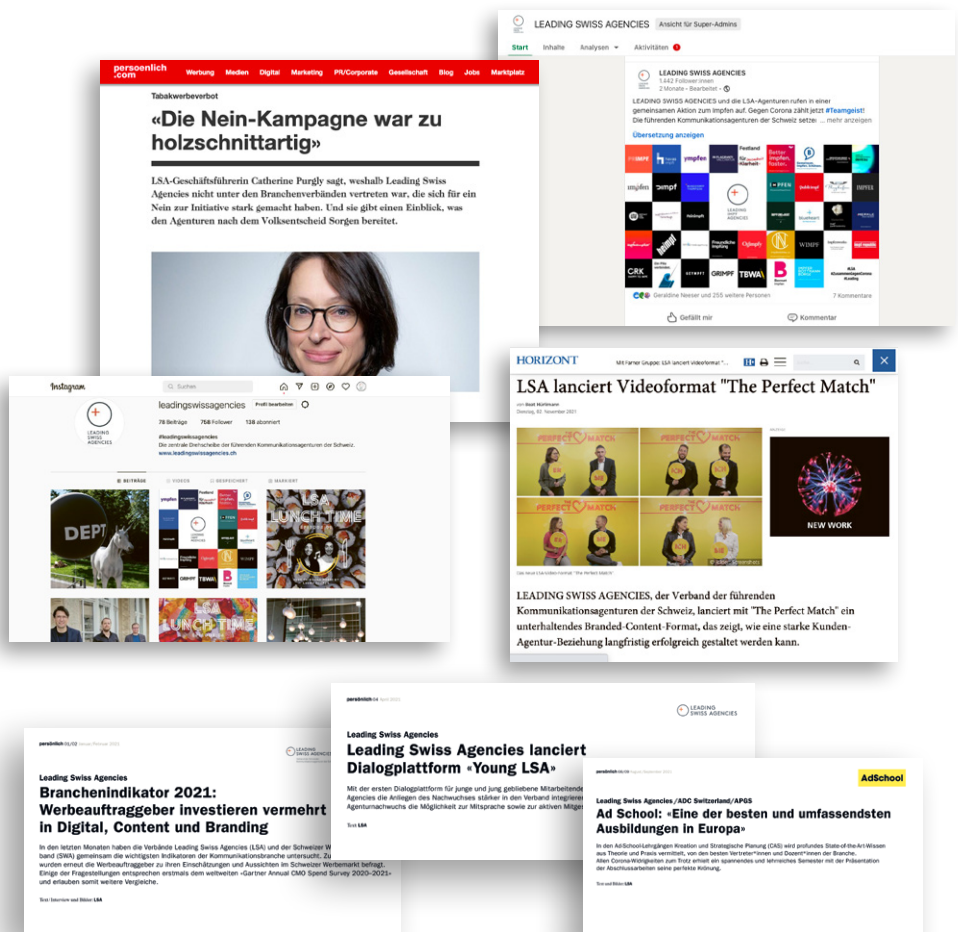




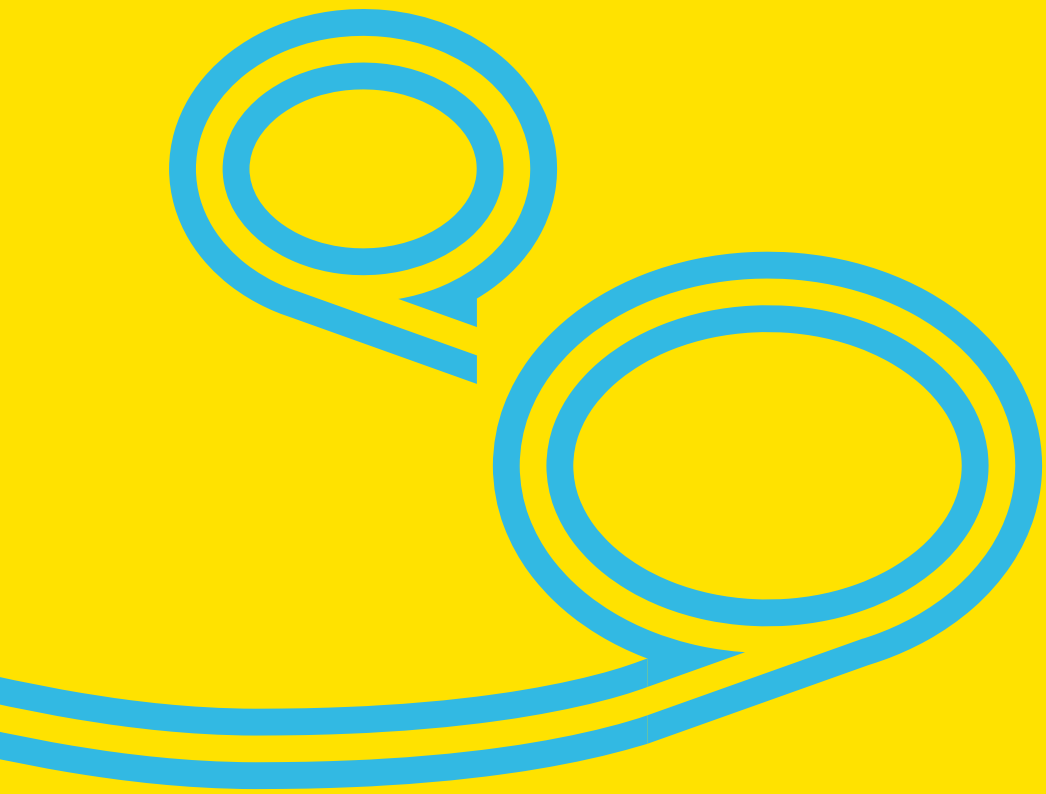


Kommunikation

MEDIENSPIEGEL

KOMMUNIKATION IN
EIGENER SACHE





Kooperationen und Partnerschaften

ZUSAMMENARBEIT MIT PARTNERVERBÄNDEN

LSA und SWA

- Branchenindikator
- Media-Preis-Leistungs-Index MPLI

LSA/IAB/SWA

- Verein «Digital Ad Trust Switzerland»

LSA, ADC Switzerland und APGS

- Ad School: Kooperation zwischen ADC Switzerland, LEADING SWISS AGENCIES und der Account Planning Group Switzerland

LSA und IAB

- Unterstützung des IAB/LSA-Diplomlehrgangs «Digital Marketing für Einsteiger»

LSA und HWZ

- Unterstützung des Studiengangs CAS Marketing Communication
- Unterstützung Verein ComImpact

LSA und KS-CS

- Unterstützung des Allmédia-Kongresses in Lausanne/Genf

LSA und Schweizerische Lauterkeitskommission

- Teilnahme an Plenums- und Kammersitzungen





Geschäftsstelle

DREHSCHLEIBE GESCHÄFTSSTELLE

Die Geschäftsstelle agiert als zentrale Drehscheibe, Think-Tank und Sprachrohr der LSA-Mitglieder und umfasst folgende Aufgaben:

Unsere Hauptaufgaben

- Unterstützung der Mitglieder mit Services, Tools und Know-how
- Förderung des Erfahrungs- und Informationsaustausches zwischen den Mitgliedern
- Ausbildungsprogramme und Nachwuchsförderung
- Kommunikationsaktivitäten in Fachmedien und auf Social-Media-Kanälen
- Aktive Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Werbe-Auftraggeberverband (SWA) und anderen branchennahen Verbänden
- Sekretariat Ad School
- Vertretung des Verbands bei zahlreichen Sitzungen von Interessengruppen und Verbänden, an diversen Branchenanlässen
- Organisation und Durchführung Effie Awards Switzerland

Ombudsmann und Mediator

Der Verband verfügt über einen Ombudsmann, der bei Differenzen zwischen Verbandsmitgliedern oder bei Streitigkeiten zwischen Agenturen und Auftraggebern beratend wirkt und Empfehlungen abgibt. Das Merkblatt «Ombudsmann und Mediator» ist bei der Geschäftsstelle verfügbar.



Catherine Purgly, Annette Truniger, Kathrin Leder, Charlène Guillaume, Ilan Olstein





Finanzen

FINANZBERICHT

Die Revisoren bestätigen, dass sowohl die Bilanz als auch die Erfolgsrechnung mit einem Verlust von CHF 1'960.42 und einem Kapital von 428'469.33 stichprobenweise kontrolliert und für richtig befunden wurden.

Die Buchhaltung ist einwandfrei geführt und gibt sonst zu keinerlei Bemerkungen Anlass.

LEADING SWISS AGENCIES
Weinbergstrasse 148
8006 Zürich

zuhanden der Mitgliederversammlung LSA 2022

Revision der Jahresrechnung 2021

Aufgrund des ihnen erteilten Mandates haben die Unterzeichneten die Revision der Buchhaltung durchgeführt.

Sie bestätigen, dass sowohl die Bilanz als auch die Erfolgsrechnung, mit einem Verlust von CHF 1'960.42 und einem Kapital von CHF 428'469.33 stichprobenweise kontrolliert und für richtig befunden wurden.

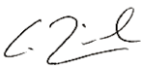
Die Buchhaltung ist einwandfrei geführt und gibt sonst zu keinerlei Bemerkungen Anlass.

Wir empfehlen der Mitgliederversammlung die Annahme der Rechnung und Decharge-Erteilung an Vorstand und Präsidium.

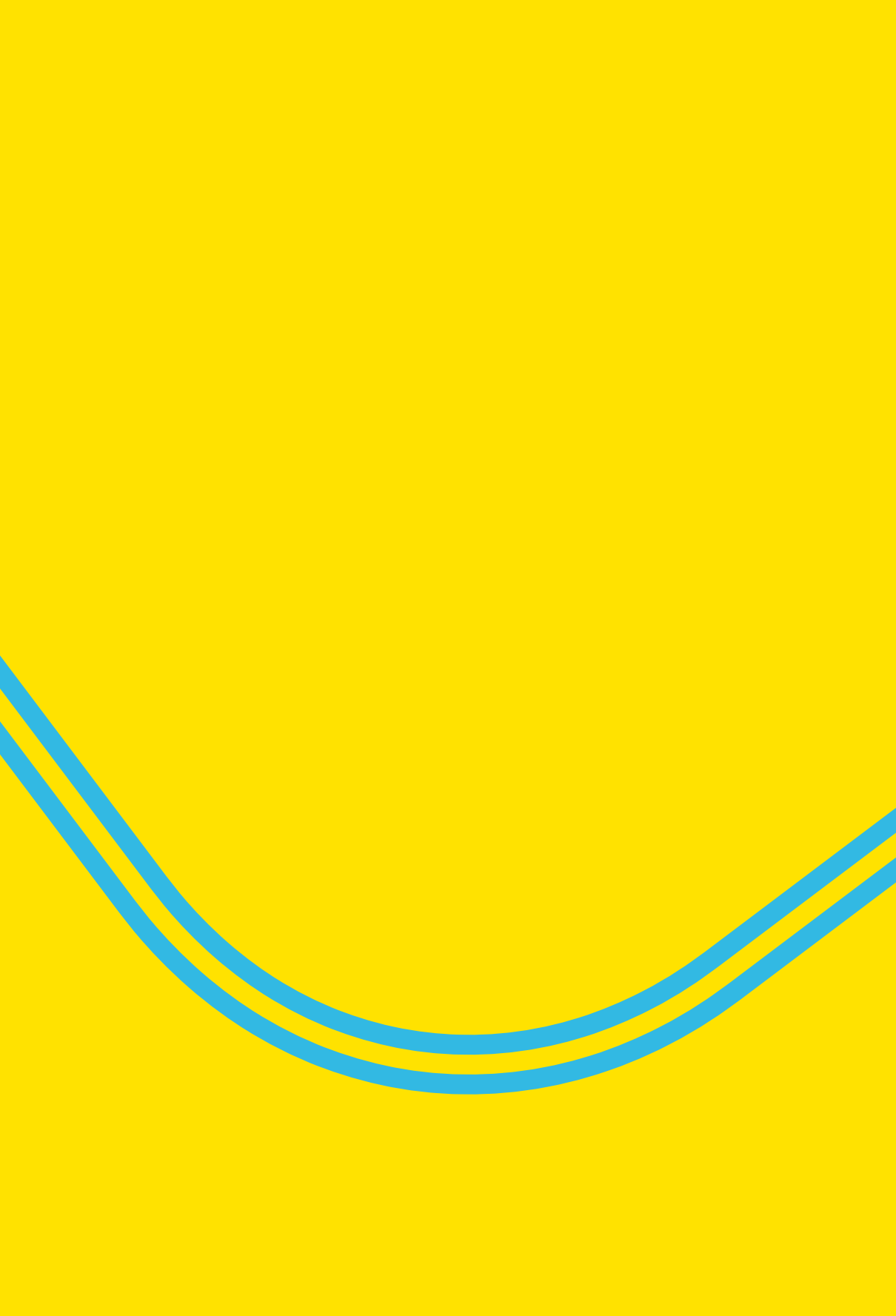
Die Revisoren:

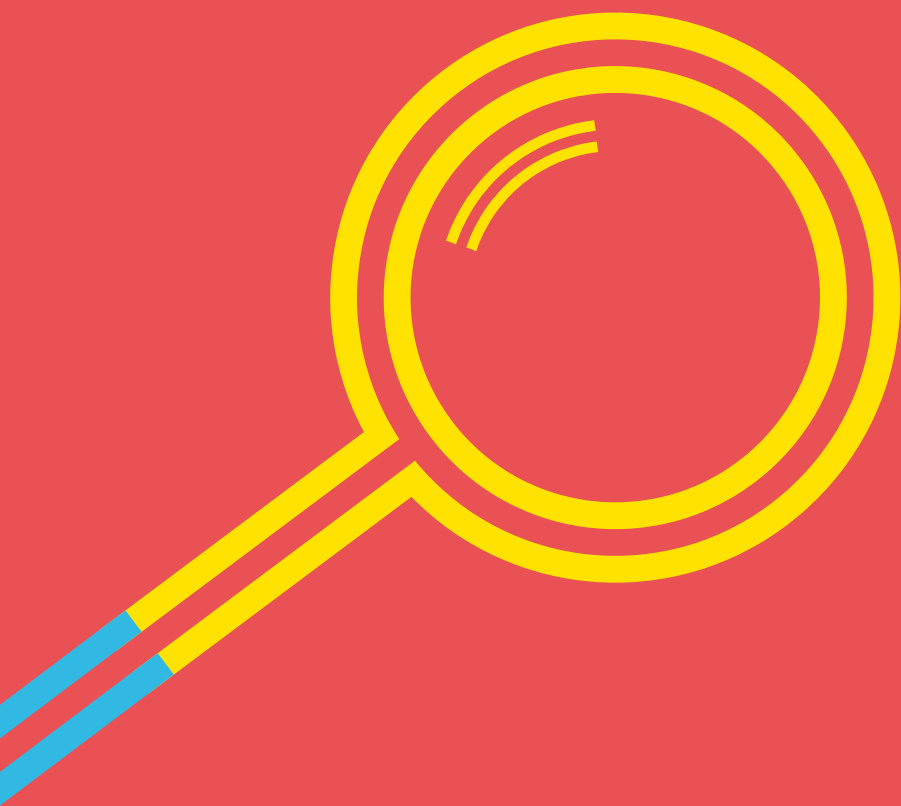
Claudio Zinsli

Roland Oberhauser



Zürich, 18. März 2022





Facts & Figures

TASKFORCES

Ad School Schulrat

Peter Brönnimann (Schulratspräsident)
Roger Baur (iab/Digital)
Gioia Bozzato (ADC)
Frank Bodin (ADC)
Livio Dainese (ADC)
Stefan Eggenberger (HWZ)
Michael Hinderling (ADC/Digital)
Kathrin Leder (LSA)
Gordon Nemitz (APGS/Strategie)
Catherine Purgly (LSA)
Michael Selz (APGS/Media)
Philipp Skrabal (Young ADC, PR)
Tobias Zehnder (LSA/Digital)

Revisoren

Roland Oberhauser, Farner Consulting, Claudio Zinsli, Wirz

Ersatzrevisor

Heimo Fuchs, Omnicom Media Group

Ombudsmann

Michael Hählen, in flagranti

LSA=VERTRETER

IN VERBÄNDEN UND KOMMISSIONEN

ADC Switzerland

Vorstand: Livio Dainese, Wirz, Hania Heuss, Farner Consulting, Markus Gut, Farner Consulting, Philipp Skrabal, Farner Consulting, Remy Fabrikant, Team Cosmo

APGS (Account Planning Group Switzerland)

Vorstand: Romana Schmidpeter, Jung von Matt LIMMAT, Michael Selz, Omnicom Media Group, Remy Fabrikant, Team Cosmo

BSK Berufsschulkommission

Vertreter Praktikumsbetriebe: Andreas Gentsch, Plan.Net Suisse

Verein «Digital Ad Trust Switzerland»

Vorstand: Beat Krebs, OMD, Catherine Purgly, LSA

Xaver Award

Jurymitglied: Mauro Testerini, Aroma

Fachkommission Grafik

Präsident: Daniel Peterer, Festland

GfM

Stiftungsrat: Nadine Borter, Contexta
Verwaltungsratpräsident/Vorstand: Prof. Dr. Dominique von Matt,
Jung von Matt/LIMMAT

IAA International Advertising Association Swiss Chapter

Vorstand: Matthias Kiess, TBWA, Silvana Imperiali, Gamned

IGEM Interessengemeinschaft Elektronische Medien

Präsident: Stephan Küng, TWmedia The Whole Media

KS/CS

Vorstand: Silvana Imperiali, Gamned, Michael Hählen, in flagranti, Pam Hügli,
Serviceplan Suisse
Kommunikationsrat: Michael Kamm, Agence Trio, Michael Hählen, in flagranti,
Urs Schneider, Mediaschneider
Sektion Westschweiz: Michael Kamm, Agence Trio

Mediapulse Stiftung für Medienforschung

Stiftungsrat: Beat Krebs, OMD
User Commission: Monika Jäggi, Konnex

Präsidentenkonferenz LSA/SRG/SWA/Schweizer Presse/VSW

Beat Krebs, OMD

SAWI Academy for Marketing and Communication SA

Vorstand: Michael Kamm, Agence Trio

Schweizerische Lauterkeitskommission

Catherine Purgly, LSA, David Schärer, Rod Kommunikation,
Ruth Wagner, one marketing services

**Stiftungsrat der Stiftung der Schweizer Werbung
für die Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation**

Beat Krebs, OMD

Stiftungsausschuss/Stiftungsrat Werbestatistik Schweiz

Catherine Purgly, LSA

WEMF/REMP

Vorstand: Beat Krebs, OMD

Forschungskommission (RC): Michael Selz, OMD

Kommission für die Zertifizierung von Druckerzeugnissen und Vertrieb (CCTD):

Beat Krebs, OMD, Catherine Purgly, LSA

User Kommission: Peter Döbeli, Konnex

ZHAW

Beirat: Petra Dreyfus, Wirz

ZHdK

Beirat, Departement Design: Markus Gut, Farner Consulting

HWZ

Beirat Center for Communications: Tobias Zehnder, Webrepublic

MUTATIONEN

Mitglieder per 1. Januar 2021

Aktivmitglieder/Agenturen	93
davon Kommunikationsagenturen	75
und Mediaagenturen	18

Aufnahmen 2021

1. Februar 2021	GRIP
1. Juli 2021	Mediaplus
1. August 2021	WNG
1. September 2021	Kuble
1. Oktober 2021	Accenture Interactive

Austritte 2021

Per 31. Dezember 2021	Cabinet Privé de Conseils cR Werbeagentur Basel Equipe AG SNDS Lugano Voxia Communication
-----------------------	---

MITGLIEDERSTRUKTUR NACH BBE

Kategorie	Anzahl Agenturen (inkl. Gruppen)*
Kommunikationsagenturen	
20 – 40 Mio. CHF	5
10 – 20 Mio. CHF	6
5 – 10 Mio. CHF	9
2 – 5 Mio. CHF	36
0 – 2 Mio. CHF	22
Mediaagenturen	
10 – 20 Mio. CHF	4
5 – 10 Mio. CHF	8
3 – 5 Mio. CHF	2
0 – 3 Mio. CHF	5

* **BBE (Bruttobetriebsvertrag)**: An Kunden verrechnete Eigenleistungen der Agentur, inkl. Freelancer: Honorare aus Beratung aller Art, Entschädigungen für textliche, grafische und andere Arbeiten gemäss Gewinn- und Verlustrechnung, ohne MwSt. und ohne Durchlaufpositionen oder artfremde Erträge.

Herausgeber
LEADING SWISS AGENCIES
Weinbergstrasse 148
8006 Zürich
leadingswissagencies.ch

Konzept und Design
Process, Zürich

Druck
Schellenberg Druck AG, Pfäffikon



LEADING SWISS AGENCIES
Weinbergstrasse 148
8006 Zürich
www.leadingswissagencies.ch