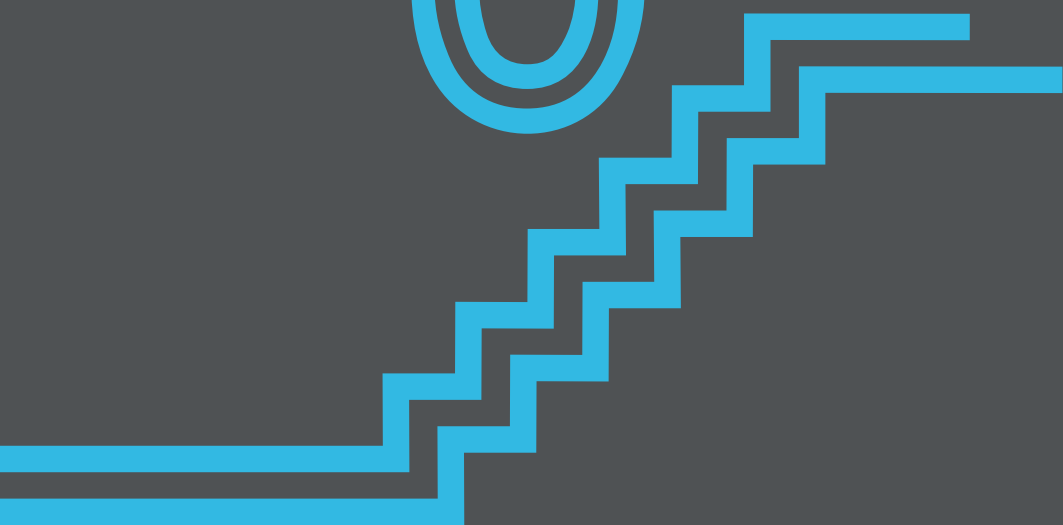


2019



VORWORT

Die alten Griechen hätten Freude an uns. Sie, die vor 2500 Jahren über das Werden und Wandeln nachdachten und nach Metaphern für die Prozessualität der Welt und der Gegenwart suchten, schufen eine der kürzesten und prägnantesten Headlines überhaupt: *Panta rhei*, alles fließt.

Bemerkenswert, wie der Wandel auch unsere Zeit prägt. Liebgewonnenes und vermeintlich Bewährtes verschwindet, Aufregendes und Aufgeregtes taucht auf – und ist oft bereits verschwunden, bevor man sich dessen wirklich bewusst wurde.

Dieses Kommen und Gehen ist Alltag geworden. Und mir scheint, dass in unserer Branche die Furcht vor dem Wandel der Lust am Gestalten der Zukunft gewichen ist. Dass unser Verband unseren Mitgliedern auf diesem Weg hier eine Stütze, da ein Impulsgeber und dort ein Ratgeber sein kann, befriedigt und macht zuversichtlich.

Offenbar gelingt es, Themen zu lancieren und zu moderieren, die unsere Mitglieder über ihren Alltag hinaus beschäftigen. Damit LEADING SWISS AGENCIES die Rolle als prägender und führender Branchenverband behält, wollen wir uns die griechischen Vordenker weiterhin zu Herzen nehmen. Vordringlich – und gleichzeitig herausfordernd – ist die Auseinandersetzung mit dem Anspruch Leading und der damit verbundenen Qualität. Diese Diskussion wird der Verband in der kommenden Zeit noch stärker und stichhaltiger führen. Ich freue mich darauf.

Michael Hählen

Verband 7

16

Kommunikation

77

Geschäftsstelle

Facts & Figures

INHALT

3	Vorwort
---	---------

Jahresrückblick

73

Kooperationen und Partnerschaften

81

85

Finanzen

89



Verband

DIE VORSTANDS- MITGLIEDER 2019

Die neun Vorstandsmitglieder tagten an sechs Sitzungen.



Von links: **Roman Geiser**, Farner Consulting, **David Schärer**, Rod Kommunikation, **Mark Burow**, Namics, **Petra Dreyfus**, Wirz Communications, **Martin Kessler**, Process Group, **Catherine Purgly**, Geschäftsführerin LSA, **Roman Hirsbrunner** JvM/Limmat, **Beat Krebs**, OMD, Vizepräsident, **Michael Hählen**, in flagranti communication, Präsident, **Matthias Koller**, Publicis Communications Schweiz.

LEADING QUALITIES STÄRKEN

Warum liefern LSA-Agenturen konstant hohe Qualität und Investitionssicherheit für ihre Kunden? Warum sind LSA-Agenturen die führenden Player im Markt? Warum sind sie Vorreiter für innovative Businesslösungen und gewinnen mit herausragenden Kommunikationsideen regelmässig Auszeichnungen? Und warum sind LSA-Agenturen attraktive Arbeitgeber und engagieren sich für den Nachwuchs?

Eine der zentralen Aufgaben des Verbands ist es, die Leading Qualities der LSA-Agenturen, ihre zukunftsweisenden Ideen und ihre dynamische Haltung in der Branche weiter zu festigen und sie im Markt noch besser zu differenzieren.

In unserer Leading-Strategie 2020 stehen wir momentan in der Phase der Beweisführung. Leadership im Markt zu beweisen, prägte somit auch das Verbandsjahr 2019. Im Zentrum stand dabei die Sichtbarkeit der LSA-Mitglieder durch verstärkte Kommunikationsarbeit – sei es durch relevante Branchenthemen, durch die Bewerbung unseres Agenturevaluationstools, den Agency Finder oder durch die Praktika-Kampagne, um LSA-Agenturen als attraktive Arbeitgeber bekanntzumachen.

SCHWERPUNKTE 2019

LSA Agency Finder

Ziel: Bekanntmachung der LSA-Plattform für eine effiziente und treffsichere Agenturevaluation der führenden Agenturen der Schweiz.

Massnahme: Bewerbung des LSA Agency Finders durch SEA-Kampagne auf LinkedIn und Facebook.

Resultat: 2019 verzeichneten wir 15'236 Besucher auf der LSA-Website. Dies entspricht einer Steigerung um 50% im Vergleich zum Vorjahr.

LSA-Newsletter

Ziel: Regelmässige Information über die Verbandsaktivitäten.

Massnahme: Newsletter. Jeden zweiten Monat versendet der LSA einen Newsletter mit allem Wissenswerten rund um den Verband. Darunter Informationen und kurze Zusammenfassungen von Impulsseminaren, Leadergesprächen oder Event-Ankündigungen.

Resultat: Der Newsletter wird inzwischen von rund 400 Personen abonniert, mehrheitlich von Agenturangehörigen. Allerdings findet er auch bei Brancheninteressierten Anklang.

Medienarbeit

Ziel: Mehr Präsenz des Verbands zu relevanten Branchenthemen.

Massnahme: Neuer Auftritt im Persönlich. Mit Roundtable-Gesprächen, Interviews und Meinungen aus dem Verband nahm der LSA Stellung zu diversen Branchenthemen, unter anderem zu fragwürdigen Agenturevaluationen.

Resultat: Vermehrte Anfrage von Kunden aus dem öffentlich-rechtlichen Bereich in Bezug auf Agenturevaluation.

Post-Pitch

Agenturen kritisieren Vergabe-Verfahren

Ein Fass ohne Boden: Öffentliche Ausschreibungen würden immer aufwändiger, kritisieren die Agenturen von Leading Swiss Agencies. Aktuelles Beispiel sei die Post. Besser mache es Graubünden oder das Bundesamt für Gesundheit.



LEADING SWISS AGENCIES

NEWSLETTER LSA DEZEMBER 2019

Liebe Abonnentinnen und Abonnenten

Jetzt geht es ans Eingemachte: Die Final Deadline für die Effie-Einreichungen ist da. In der Romandie fand ein spannendes und lehrreiches HR-Impulsseminar für unsere Westschweizer Mitglieder statt. Mit einem Blick ins neue Jahr freuen wir uns bereits jetzt auf das interessante Leadergespräch zum Thema Honorarmodelle und wünschen Ihnen fröhliche Festtage und einen guten Rutsch ins 2020.

Ihr LSA-Team

Ausgabe 5 / 2019

- >> LSA Leadergespräch Honorarmodelle in der Praxis
- >> LSA Impulsseminar: Performance Management
- >> Effie Awards Switzerland: Final Deadlines
- >> Anmeldung Dreikönigstagung 2020
- >> CAS Brand Leadership an der HWZ
- >> IGEM-Academy «Crashkurs Mediaplanung»
- >> SDV Award 2020
- >> Die Jagd auf die ADC-Würfel kann beginnen

Weitere Veranstaltungen finden Sie im LSA

persoennlich.com

Leading Swiss Agencies

Ausschreibungen schliessen oft übers Ziel – das muss nicht sein.

Den Agenturen werden in Ausschreibungsverfahren immer grössere administrative Hürden in den Weg gelegt, und es werden ausführungsfähige Strategien verlangt, bevor überhaupt über das eigentliche Ziel gesprochen wird, nämlich die Evaluation eines geeigneten Agenturpartners. Das ist nicht nur zeitraubend, sondern kostet beide Seiten unnötig viel Geld.

Von Katharina Pappi-Hörl LSA

Flärgen Beispiel ist das öffentliche Vergabeverfahren der Schweizerischen Post AG. Darin sieht die Post vor, geeignete Anbieter zu ermitteln, welche ihrer Anforderungen gemäss detaillierten Anforderungskatalog und wirtschaftlichen sowie qualitativen Bedingungen erfüllen. Ziel der Ausschreibung ist die Qualitätssicherung und Kostenreduzierung beim Einkauf von Kernleistungen.

Die Ausschreibung fordert einen vorübergehenden hohen Aufwand an strategischer und administrativer Arbeit und ist mit einem Krisencenter versehen, der ausserdem präventiv in Nach dem Evaluationsverfahren werden die Agenturen vier verschiedenen Agenturstufen eingeteilt. Die Post-Agenturen haben keine Garantie auf Auftragsvergabe, es wird kein Mindestsatz gewährt, und der Rahmenvertrag kann einseitig abgeändert werden. Für die Agenturen ein Fass ohne Boden.

Ob gewinn oder verlust, es dabei gestellt, doch liegt eine solche Preisgewinnung die Gefahr, dass nicht die leistungsfähigsten, sondern die günstigsten Anbieter erhalten werden. Das einseitig und billiger Jahre ausserordentlich Verfahren widerspricht zudem den ethischen Normen des Postgesetzes, das bei der Revision des öffentlichen Beschaffungsrechts eines horizontalen Paradigmenwechsel weg von einem Preisorientierten hin zu einem Qualitätsorientierten zugunsten des wirtschaftlich vorteilhaftesten Angebots zugunsten hat.

Veranschaulicht von rund einer Million Schweizer Franken im Wert.

Eine Kennziffer bei den 37 Verhandlungsführern, die an der Post-Ausschreibung teilgenommen haben, hat ergeben, dass über eine Million Schweizer Franken mit einem durchschnittlichen Personalaufwand von sechs Mitarbeitern pro Agentur für die Erreichung der Untertitel und die wichtigsten Leistungen zur Aufgabenerfüllung aufgewendet wurden. Dies entspricht einem durchschnittlichen Anteil von 14 Prozent am New-Business-Jahresbudget einer LSA-Agentur. Diese Fakten verdeutlichen, wie wenig sich gebildet Ausschreibungen und einseitig auf Auftragsgewinnung ist dabei.



Katharina Pappi-Hörl ist Geschäftsführerin von Leading Swiss Agencies.

Auch Vergabeverfahren, die den WTO-Bestimmungen entsprechen, können effizient geführt werden.

nicht weniger umfangreich und häufig nicht ohne Extra-Ressourcen. Im Fall der Post läuft das Evaluationsverfahren bis zum 30. Januar 2020.

Wie möglich besser wäre es gewesen, hätte die Post diese Zeit einseitig für ein professionelles Marketingemission genutzt und andererseits das eigentliche Kommunikationsoberflächen angeschlossen.



SCHWERPUNKTE 2019

Nachwuchsförderung

Ziel: Junge Leute auf die Kommunikationsbranche und ihre vielfältigen Jobprofile aufmerksam machen.

Massnahme: In Zusammenarbeit mit den Partnerverbänden BPRA und prSuisse hat der LSA eine SEA- und Social-Media-Kampagne lanciert, die sowohl Studienabgänger/innen als auch Quereinsteiger/innen erreichte und diesen einen Einstieg in die Kommunikationsbranche schmackhaft machen sollte. Über die Ads auf Facebook, Instagram und Google sowie über QR-Links auf den ausgehängten Plakaten an diversen Schweizer Hochschulen konnten Interessierte ihr CV auf der LSA-Karrierestartseite hochladen und direkt an HR-Fachleute in den Agenturen senden.

Resultat: Über hunderttausend Personen haben unsere Anzeigen gesehen und die Karrierestartseite wurde über zweitausend Mal aufgerufen. Während der Kampagne wurden insgesamt 67 CVs abgeschickt. Erfreuliche Resultate lieferte die Umfrage zur Kampagne bei den LSA-Agenturen: Deutlich mehr als die Hälfte der befragten Agenturen beurteilten die Qualität der Bewerbungen als gut bis sehr gut. 20% der Befragten hatten via Personalfinder direkten Kontakt mit potenziellen Praktikanten. Eingestellt wurden gemäss Umfrage zwei Praktikanten. Über 80% begrüssen eine Weiterführung der Kampagne.

EIN GROSSES DANKESCHÖN

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

AG Mitglieder

Martin Kessler, Process Group
Pam Hügli, Serviceplan Suisse
Balz Lendorff, Plan.Net Suisse

AG Weiterbildung

Petra Dreyfus, Wirz Communications
Matthias Kiess, TBWA Switzerland
Sarah Grimmelikhuijsen, in flagranti communication

AG Services

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



AG Westschweiz

Edouard Gaultier, Gaultier Collette
Michael Kamm, Agence Trio
Guillaume Roud, Agence Trio
Damien Fournier, Havas
Hervé Devanthéry, Synthèse
Sandro Mesquita, Publicis Communications Lausanne
Chris Flückiger, mediatonic

AG Wettbewerb

Roman Geiser, Farner Consulting
Ulrike Grein, Markenfels
Sandro Tschuor, Wunderman
Thompson Switzerland
Simon Rehsche, Heimat Zürich

AG Media

Beat Krebs, Publicis Media
(seit September 2019 Omnicom
Media Group Schweiz AG)

AG Honorierung

Roman Hirsbrunner, JvM/Limmat
Ivan Piccinno, Wunderman
Thompson Switzerland
Frédérique Mathys,
Valencia Kommunikation
Christophe Vouillamoz, Geyst
Marjan Lakic, Webrepublic
Peter van der Touw, Notch Interactive

AG Kommunikation

David Schärer, Rod Kommunikation
Mark Burow, Namics
Manuela Brunner, Freundliche Grüsse

LSA Geschäftsstelle

Catherine Purgly
Kathrin Leder
Annette Truniger
Ilan Olstein

JAHRES- RÜCKBLICK

APRIL

2019

Mitgliederversammlung 2019

MAI

Neumitglied Geyst

Impulsseminar
«Mitarbeiterführung»

Online-Karrieretag
2019

Impulsseminar
«Überzeugend präsentieren
und Ideen verkaufen»

LSA-Umfrage
«Honorierung in der
Praxis»

JULI

Neumitglied Heimat

EACA
Summer School

SEPTEMBER

LSA Bootcamp

Leadergespräch
«LSA Agile Leaders
Circle»

JUNI

AUGUST

Leadergespräch
«Arbeitsrecht»

NOVEMBER

Neumitglieder Gamned /
Kreisvier / snds Lugano

Leadergespräch RH
«Gestion de
la performance»

LSA/SWA-Media-
Preis-Leistungs-Index

Salär- und Stunden-
erhebung 2019

Communica.ch

LSA Look Book 2020

LSA-Agenturranking
2019

Neumitglied Jung von
Matt/impact

Impulsseminar
«Negotiations
for Leaders»

PAD
Lausanne

Dreikönigstagung
2020

JANUAR

LSA/SWA-
Branchenindikator

Leadergespräch
«Honorierung»

Allmédia-
Kongress

FEBRUAR

Neue Tools zur
Agenturevaluation

MÄRZ

Jurierung Effie Awards
Switzerland

OKTOBER

Empfehlung «Angebotsge-
staltung einer
Kommunikationsagentur»

LSA-Weihnachtsgruss
an die Mitglieder

DEZEMBER

2020
2019
2018



2019

APRIL

Mitgliederversammlung
2019

MAI

Neumitglied Geyst AG

Impulsseminar
«Mitarbeiterführung»

MITGLIEDER- VERSAMMLUNG

9. APRIL 2019
RESTAURANT DAIZY, ZÜRICH

Digitalisierung als eines der Hauptthemen im Verband im Jahr 2019

Die Digitalisierung schafft nicht nur neue Chancen und Services, sondern auch neue Jobprofile und neue Herausforderungen. Die Kommunikation verschmilzt mit Business, Technologie und Design. Die Frage, wie wir als Verband vorangehen und Orientierung schaffen, stellte der Präsident Michael Hählen ins Zentrum der Mitgliederversammlung 2019.

Nach der Versammlung gesellten sich Partnerverbände, Freunde und Medienvertreter zu den LSA-Mitgliedern, und die rund hundert Gäste verbrachten einen geselligen Abend bei einem stilvollen Dinner und bester musikalischer Unterhaltung durch das Trio von Dani Woodtli.





LEADING
SWISS
AGENCIES

+
der führenden
kationsagenturen
der Schweiz

BEGRÜSSUNG LSA-NEUMITGLIED

GEYST AG

1. MAI 2019

**Die Agentur für Branding, Kommunikation und digitale Lösungen
ist seit dem 1. Mai Mitglied von LEADING SWISS AGENCIES.**

Geyst schafft anhaltende Verbindungen zwischen Menschen und Marken – beruhend auf gemeinsamen Werten und positiven Interaktionen. Mit kraftvollen Stories und exzellentem Design kreieren sie bleibende Erlebnisse, die das volle Potenzial einer Marke entfalten. Mit viel «Love, Craft & Esprit» entwickeln die rund 36 Geyster Brandingkonzepte, Kommunikationsstrategien, digitale Plattformen und Tools sowie hochwertige Designs für Pixel und Print.



Mitglieder der GL (v.l.n.r.): Christophe Vouillamoz, Johannes Just, Stephan Clavadetscher, Steph Huber

IMPULSSEMINAR «MITARBEITERFÜHRUNG»

14. MAI 2019
DIECI BEIM ZOO, ZÜRICH

In einem eintägigen Seminar erhielten HR-Verantwortliche aus LSA-Agenturen wertvolle Tipps, um Theorie und Praxis in den Bereichen Führung, Entwicklung und Kommunikation erfolgreich zu verbinden und so die Qualität in der Führung zu steigern.

Unter der Seminarleitung von Susanne Richter und Markus Rossi, beides Experten in der Führungsentwicklung, ging es im ersten Teil um die richtige Führung von Mitarbeitergesprächen.

Nach dem Mittagessen wurden die Teilnehmenden in der situations- und typengerechten Kommunikation für Führungskräfte geschult. Die Learnings aus dem Impulsseminar stehen unseren Mitgliedern zusammengefasst in Form eines Leitfadens zur Verfügung.



Online-
Karrieretag 2019

Impulsseminar
«Überzeugend präsentieren
und Ideen verkaufen»

LSA-Umfrage
«Honorierung in der Praxis»

JUNI

Juni / Juli / August

JULI

Neumitglied
Heimat Zürich GmbH

EACA Summer
School 2019

Leadergespräch
«Arbeitsrecht»

AUGUST

ONLINE-KARRIERETAG ZÜRICH

25. JUNI 2019
PAPIERSAAL, ZÜRICH

Am diesjährigen Online-Karrieretag in Zürich trat der LSA mit einem neu konzipierten Gemeinschaftsstand zusammen mit dem IAB auf. Die Messebesucher erhielten Informationen zu Jobangeboten bei LSA-Agenturen, konnten ihr CV einem Qualitätscheck unterziehen und das LSA-eigene Jobmatching-Tool vor Ort testen.

Das hochkarätig besetzte Agenturpanel war eines der Highlights des Karrieretages. Mit Petra Dreyfus (Wirz), Nina Krucker (Farner), Tobias Zehnder (Webrepublic), Lennart Hintz (MediaCom), Mark Burow (Namics) und Danijel Sljivo (TBWA) diskutierten erfahrene Führungspersönlichkeiten über zentrale und aktuelle Jobthemen der Agenturbranche.



www.online-karrieretag.ch/zuerich/



IMPULSSEMINAR «ÜBERZEUGEND PRÄSENTIEREN UND IDEEN VERKAUFEN»

19.–20. JUNI 2019, KV SIHLPOST, ZÜRICH

Erfolgreich präsentieren ist oft matchentscheidend. Der beste Inhalt überzeugt nicht, wenn er nicht überzeugend vorgetragen wird. Im Rhetorikseminar von LEADING SWISS AGENCIES erhielten die Teilnehmenden die Möglichkeit, ihre rhetorischen Fähigkeiten richtig einzuschätzen und gezielt an ihren Stärken und ihrem Potenzial zu arbeiten.

Der Schwerpunkt lag auf praktischen Übungen aus dem Schauspiel- und Kommunikationsbereich. Die Referentin Helga Sanne, ehemalige Geschäftsführerin von Sprechforum Sanne und seit über 18 Jahren im Bereich Präsentations-/Persönlichkeits-Coaching für Werbeagenturen tätig, legte dabei grossen Wert auf ein individuelles, konkretes und sehr klares Feedback an die Teilnehmenden.

Mit Hilfe von theoretischen Hilfestellungen und der konkreten Umsetzung in diversen Übungen konnten die Teilnehmenden ihre Fähigkeiten trainieren.



LSA-UMFRAGE «HONORIERUNG IN DER PRAXIS»

BEDÜRFNISSE DER MITGLIEDER KENNEN

Der Leitfaden «Honorarmodelle der Zukunft» ist seit Ende 2017 im Einsatz. Mit der Umfrage wollten wir herausfinden, ob und wie die Modelle angewendet werden, welche Herausforderungen die Mitglieder im täglichen Kundengeschäft haben und wie hilfreich der Leitfaden bei Verhandlungen ist.



BEGRÜSSUNG LSA-NEUMITGLIED HEIMAT ZÜRICH GMBH

1. JULI 2019

Seit dem 1. Juli 2019 ist Heimat Mitglied von LEADING SWISS AGENCIES.

Heimat Zürich hat sich seit ihrer Gründung 2016 mit eigenständigen, überraschenden und erfolgreichen Kampagnen im Markt einen Namen gemacht. Aufgefallen ist Heimat insbesondere mit der Entwicklung von Dachkampagnen und dem Gesamtauftritt für Marken im Rahmen von Neulancierungen und Rebrandings.

Heimat Zürich wurde wiederholt bei nationalen und internationalen Kreativ-, Effizienz- und Strategie-Awards ausgezeichnet.



Von links nach rechts: Lukas von Wartburg, Business Director, Simon Rehsche, Geschäftsführer und Partner, Leander Schmalfuss, Creative Director, Nico Ammann, Geschäftsführer und Partner

EACA SUMMER SCHOOL

1.–5. JULI 2019
PARIS

In der ersten Juliwoche nahmen rund 80 Kommunikationsfachleute aus 15 europäischen Ländern an der EACA International Advertising Summer School 2019 teil. Für die zehnte Ausgabe kehrte die Summer School in die Stadt zurück, in der sie startete – Paris. Der Kunde, The Economist, forderte die Teilnehmenden dazu auf, eine Kampagne zu entwickeln, die The Economist helfen soll, Bekanntheit und Relevanz bei jüngeren Menschen in Grossbritannien zu steigern.

Die EACA International Summer School ist eine wertvolle Erfahrung für junge Kommunikationstalente und sehr beliebt.



www.eaca-inspire.eu/summer-school

LEADERGESPRÄCH «ARBEITSRECHT»

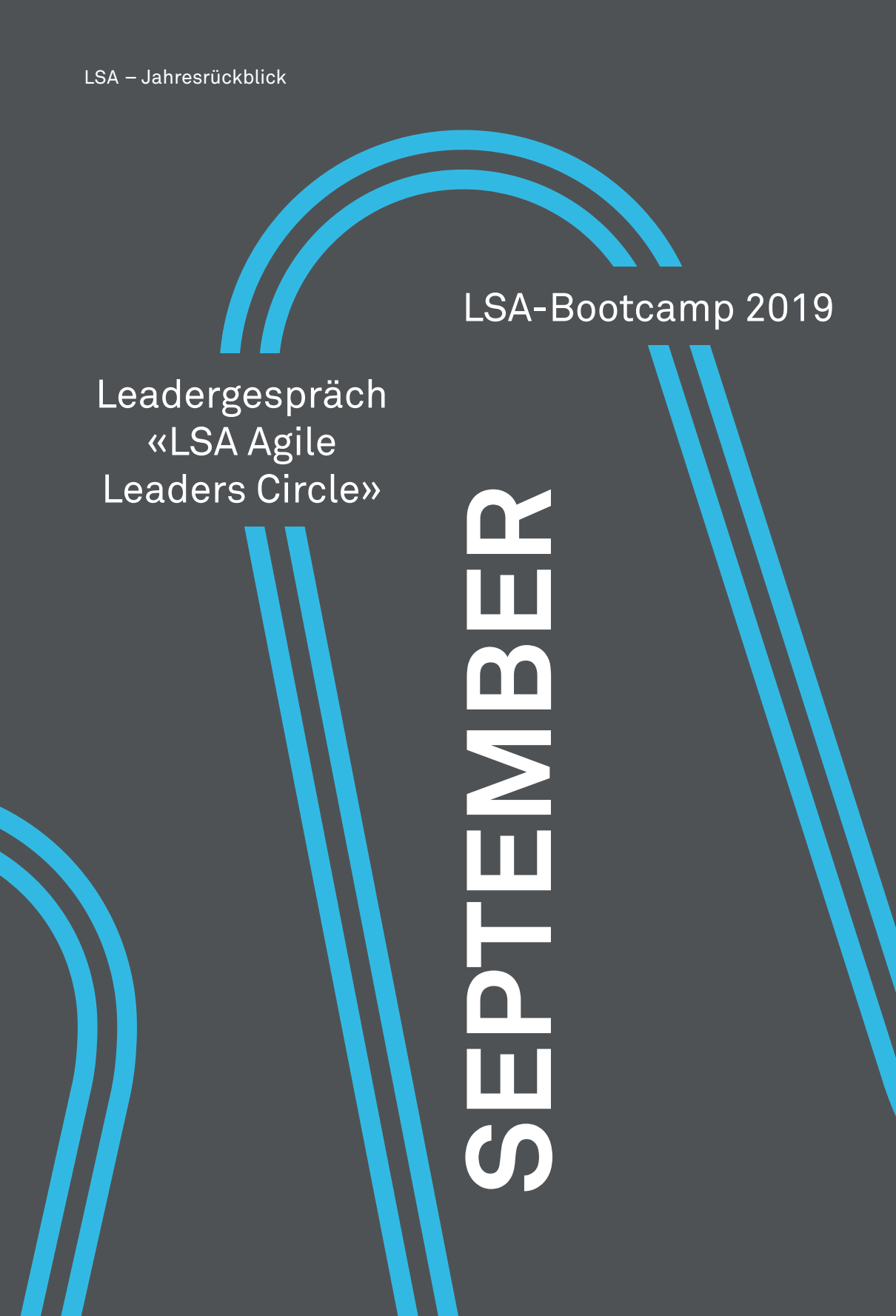
28. AUGUST 2019
GLOCKENHOF, ZÜRICH

Wie muss der Arbeitgeber mit den zahlreichen sensiblen arbeitsrechtlichen Themen umgehen? Gibt es Fallbeispiele und Urteile, die als Orientierungshilfe nützlich sind? Was ist noch legal, was nicht? Das LSA-Leadergespräch «Arbeitsrecht» wurde in Form einer Fragerunde durchgeführt. So hatten die Teilnehmenden die Möglichkeit, Dr. Denis G. Humbert mit den wichtigsten Fragen zu löchern. Der Fachanwalt für Arbeitsrecht gab Auskunft zu Risiken, die ein Arbeitgeber eingeht, wenn Pausen in der Arbeitszeiterfassung nicht eingetragen werden, zu möglichen Stolpersteinen bei Kündigungen und Arbeitszeugnissen sowie zum korrekten Umgang mit arbeitsbezogenen Krankheitsfällen.



Dr. Denis G. Humbert, Fachanwalt SAV Arbeitsrecht



The background features several decorative elements consisting of parallel blue lines. At the top, a large arc spans across the upper half. From the ends of this arc, two sets of parallel lines extend diagonally downwards towards the bottom corners. In the bottom left corner, another arc is partially visible. The overall design is minimalist and modern.

LSA-Bootcamp 2019

Leadergespräch
«LSA Agile
Leaders Circle»

SEPTEMBER

September / Oktober

Salär- und Stunden-
erhebung 2019

Communica Genf

LSA Look Book 2020

LSA-Agenturranking 2019

OKTOBER

Neumitglied
Jung von Matt/
impact AG

LEADERGESPRÄCH «LSA AGILE LEADERS CIRCLE»

17. SEPTEMBER 2019
WESTHIVE, ZÜRICH

Mit dem «LSA Agile Leaders Circle» lanciert der Verband der führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz im Rahmen des LSA Leadergesprächs eine Online-Plattform für alle, die agil arbeiten und sich über ihre aktuellen Probleme untereinander austauschen wollen. Die kollektive Intelligenz der Mitglieder soll genutzt werden, um gemeinsam nach Lösungen zu suchen. Der LSA bietet mit diesem Agile Leaders Circle eine Orientierungshilfe für alle Agenturen, die sich in der Transformationsphase befinden.





LSA=BOOTCAMP 2019

23.–27. SEPTEMBER 2019
APG, ZÜRICH

Bereits zum vierten Mal organisierte der Verband das bei Kommunikationsneulingen beliebte LSA-Bootcamp. In diesem Jahr suchte Schweiz Tourismus als Auftraggeber die passende Agentur für die Bewerbung der anstehenden Wintersaison. Die vier Teams machten sich an die Arbeit und entwickelten die Idee, definierten den Media-Mix und KPIs und achteten darauf, dass die Umsetzung von Strategie, Kreation, Produktion und Distribution das Budget nicht sprengte.

Die Vielfalt der am letzten Bootcamp-Tag präsentierten Ideen überzeugte die Jury. Mit dem begehrten Teilnehmerzertifikat in der Hand liessen die Agenturprofis von morgen das fordernde, aber lehrreiche Bootcamp beim traditionellen Apéro ausklingen.



BEGRÜSSUNG LSA-NEUMITGLIED JUNG VON MATT/ IMPACT AG

1. OKTOBER 2019

**Jung von Matt/impact ist seit dem 1. Oktober 2019 Mitglied von
LEADING SWISS AGENCIES**

Die Performance-Marketing- und Media-Agentur Jung von Matt/impact entwickelt Strategien für datengetriebenes Marketing. Die Agentur wurde vor vier Jahren gegründet und gehört zur Jung von Matt/Limmat-Gruppe. Mit einem Team von neun Spezialisten betreut Jung von Matt/impact Kunden mit nationalen und internationalen Budgets. Zu den Kernkompetenzen der Agentur gehört die Verschmelzung von Branding und Performance, und dies über alle digitalen und klassischen Kanäle hinweg.



Von links: Benjamin Herz, Dominik Habermacher

LSA-AGENTURRANKING 2019

3. OKTOBER 2019

Das LSA-Ranking 2019 basiert auf einer Auswertung der beglaubigten Bruttobetriebserträge (BBE) für das Jahr 2018. Die führenden Agenturen der Schweiz erzielten 2018 kumuliert Erträge in der Höhe von rund 506 Millionen Franken.

www.leadingswissagencies.ch/agenturen/ranking-kommunikationsagenturen-2019/

www.leadingswissagencies.ch/agenturen/ranking-mediaagenturen-2019/



LSA=LOOK BOOK 2020

29. OKTOBER 2019

Das LSA Look Book ist der Print-Snapshot der Agenturporträts auf leading-swissagencies.ch. Es wurde 2017 neu konzipiert und liegt in dieser Form nun zum dritten Mal auf. Das Buch verschafft Auftraggebern rasch und bildhaft den Zugang zu einem oder mehreren Agenturpartnern.

Das Look Book 2020 stellt die schnelle und zielgerichtete Agentursuche mit dem LSA Agency Finder in den Fokus.



COMMUNICA GENÈVE

9.–10. OKTOBER 2019
PALEXPO, GENÈVE

LEADING SWISS AGENCIES war zum ersten Mal Partner der 10. Ausgabe von communica.ch, der Messe für Kommunikation, Media und Event, die während zwei Tagen die Kommunikationsfachleute aus der Westschweiz zusammenführte. Der LSA war in den Kommunikationsmedien der Messe präsent und wurde an verschiedenen Konferenzen durch LSA-Mitglieder vertreten: Zum Thema «Klangidentität der Marken» sprach Michael Kamm, CEO Agence Trio, zum Thema «Blockchain und Online-Werbung» referierte Pierre Berendes, Managing Director bei Gamned!

Der Austritt des Verbands an der communica 2019 wurde von Agence Trio koordiniert.

SALÄR- UND STUNDENERHEBUNG 2019

OKTOBER 2019

Alle zwei Jahre führen wir die LSA-Salär- und Stundenerhebung durch. Die Studie dient als Orientierungshilfe für die Überprüfung der eigenen Lohnstruktur und kann als Leitplanke für Vertragsverhandlungen eingesetzt werden.

Neumitglied
snds socialandsearch
sagl

Leadergespräch RH
«Gestion du personnel»,
Lausanne

Neumitglied
Kreisvier
Communications AG

Neumitglied
Gamned Suisse SA

NOVEMBER



PAD Lausanne



Impulsseminar
«Negotiations
for Leaders»



LSA/SWA-
Media-Preis-Leistungs-Index



BEGRÜSSUNG LSA-NEUMITGLIED GAMNED SUISSE SA

1. NOVEMBER 2019

Die Agentur Gamed Suisse SA ist seit dem 1. November 2019 neues Mitglied der LEADING SWISS AGENCIES.

Gamed!, die Mediaagentur für digitales Marketing mit Sitz in Genf und Zürich sowie weiteren fünf Filialen im Ausland, zeichnet sich durch ihre Expertise in den Bereichen Programmatic Advertising, Media Campaigning, Strategic Consulting, Technology und Digital Solutions aus. In der Schweiz arbeiten über 40 Mitarbeiter, weltweit sind es über 140 – ein Team aus Spezialisten je nach Markt und Kundenbedürfnissen. Gamed! ist spezialisiert auf Performance-Kampagnen mit strategischer und beratender Kompetenz für integriertes Kampagnenmanagement.



Von oben links: **Pierre Berendes** (Managing Director), **Silvana Imperiali** (Deputy Managing Director DACH), **Diane De Vilmorin** (Sales Director), **Simone Tang** (Senior Media Trader / Team Leader F-CH), **Zbynek Zapletal** (Head of Programmatic & Account Management DACH), **Marie-Sophie Chenevier** (Head of Client Services)

BEGRÜSSUNG LSA-NEUMITGLIED KREISVIER COMMUNICATIONS AG

1. NOVEMBER 2019

Die Agentur kreisvier communications AG ist seit dem 1. November 2019 neues Mitglied der LEADING SWISS AGENCIES.

Die Basler Agentur kreisvier communications steht für Kommunikation, welche die Gratwanderung zwischen physischen und digitalen Welten erfolgreich meistert. Im Zentrum stehen dabei immer die Bedürfnisse und das Erlebnis der Zielgruppen und User. k4 begleitet seine Kunden bei Branding-, Kommunikations- und Marketingprojekten aller Art. Zu den Kernkompetenzen gehören neben aufmerksamkeitsstarken Verkaufsförderungsmassnahmen auch die konzeptionelle Entwicklung und die Umsetzung von umfangreichen Ladenkonzepten. Die Agentur wurde 2001 gegründet und zählt heute 55 Mitarbeitende.



Von links nach rechts: Sven Kahler, Thomas Bauer, Christian Jost, Alexandra Kellenberger

BEGRÜSSUNG LSA-NEUMITGLIED
SNDS
SOCIALANDSEARCH
SAGL

1. NOVEMBER 2019

Die Agentur SNDS Social and Search ist seit dem 1. November 2019 neues Mitglied der LEADING SWISS AGENCIES.

Die 2013 im Herzen von Lugano gegründete und zertifizierte Google-Partneragentur SNDS Social and Search bietet ihren Kunden massgeschneiderte Lösungen für das digitale Marketing mit einem strategischen Beratungsansatz, der sich auf das Verständnis des Kerngeschäfts und der grundlegenden Bedürfnisse des Kunden konzentriert. Die Hauptkunden der Agentur sind Banken, Universitäten, multinationale Unternehmen sowie lokale und internationale KMU.



Das Team von SNDS Social and Search Lugano

LEADERGESPRÄCH «GÉSTION DE LA PERFORMANCE»

4. NOVEMBER 2019
AGENCE TRIO, LAUSANNE

Unter dem Motto «Learning from the Best» führte der LSA in Lausanne ein Halbtagesseminar zum Thema Performance Management durch.

Unter der Leitung zweier erfahrener Personalfachleute erhielten Führungskräfte aus LSA-Agenturen Werkzeug und Techniken in die Hand, um ihre Skills im Personalmanagement erfolgreich zu verbessern, insbesondere mit Blick auf Leistungsgespräche.

Schwerpunkte setzte das Seminar auf den Austausch der Teilnehmenden, die Expertisen der beiden Dozenten sowie die Diskussion beim anschliessenden Aperitif.

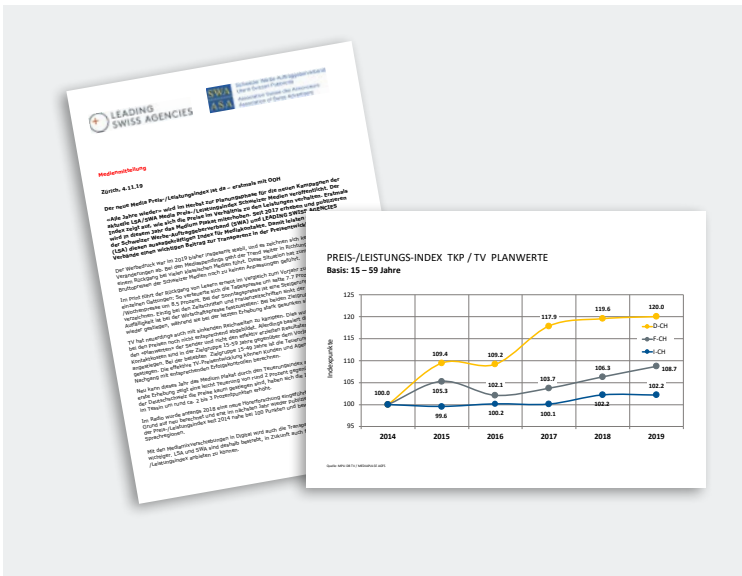


Die beiden Experten Perry Fleury und Alain Salamin führen durch das Seminar.

MEDIA-PREIS-LEISTUNGS-INDEX 2019

Erstmals mit OOH-Erhebung

Anfang November wurde, rechtzeitig zur Planungsphase für die neuen Kampagnen, der aktuelle LSA/SWA-Media-Preis-Leistungs-Index Schweizer Medien veröffentlicht. Der Index zeigt auf, wie sich die Preise im Verhältnis zu den Leistungen verhalten. Erstmals wurde in diesem Jahr das Medium Plakat miterhoben. Seit 2017 erheben und publizieren der Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA) und LEADING SWISS AGENCIES (LSA) diesen aussagekräftigen Index für Mediakontakte. Damit leisten die beiden Verbände einen wichtigen Beitrag zur Transparenz in der Preisentwicklung. Der Media-Preis-Leistungs-Index wird einmal jährlich, Ende Oktober/Anfang November, publiziert.



PAID LAUSANNE

4. NOVEMBER 2019
HÔTEL ALPHA PALMIERS, LAUSANNE

IAB Switzerland hat gemeinsam mit den Partnerverbänden IGEM, LSA und SWA sowie zahlreichen Sponsoren zum zweiten Mal nach Lausanne ins Hotel Alpha Palmiers eingeladen, um die verschiedenen Facetten des Programmatic Advertising zu präsentieren und in diversen Roundtables zu diskutieren. Das Auditorium war besetzt mit allen relevanten Westschweizer Vertretern von Verlagshäusern, Agenturen sowie zahlreichen Werbeauftraggebern.

Den Abschluss der Konferenz bildeten acht «Challenge Pitches». Sieben Minuten standen pro Speaker zur Verfügung, um einen spannenden programmatischen Case zu präsentieren. Das Publikum durfte anschliessend per Voting seinen Favoriten küren. Den Champagner gewann Damian Chandler (Webrepublic) nach einem engen Kopf-an-Kopf-Rennen.

Das Thema des Podiums 2019 hiess «Programmatique – Enfer ou paradis!». Moderiert wurde es von Gérald Le Meur, M&C Saatchi.



Podiumsteilnehmer von Links: Matthieu Robert, Yves Mäder, Philippe Roch, Rui de Freitas und Gérald Le Meur (Moderation)

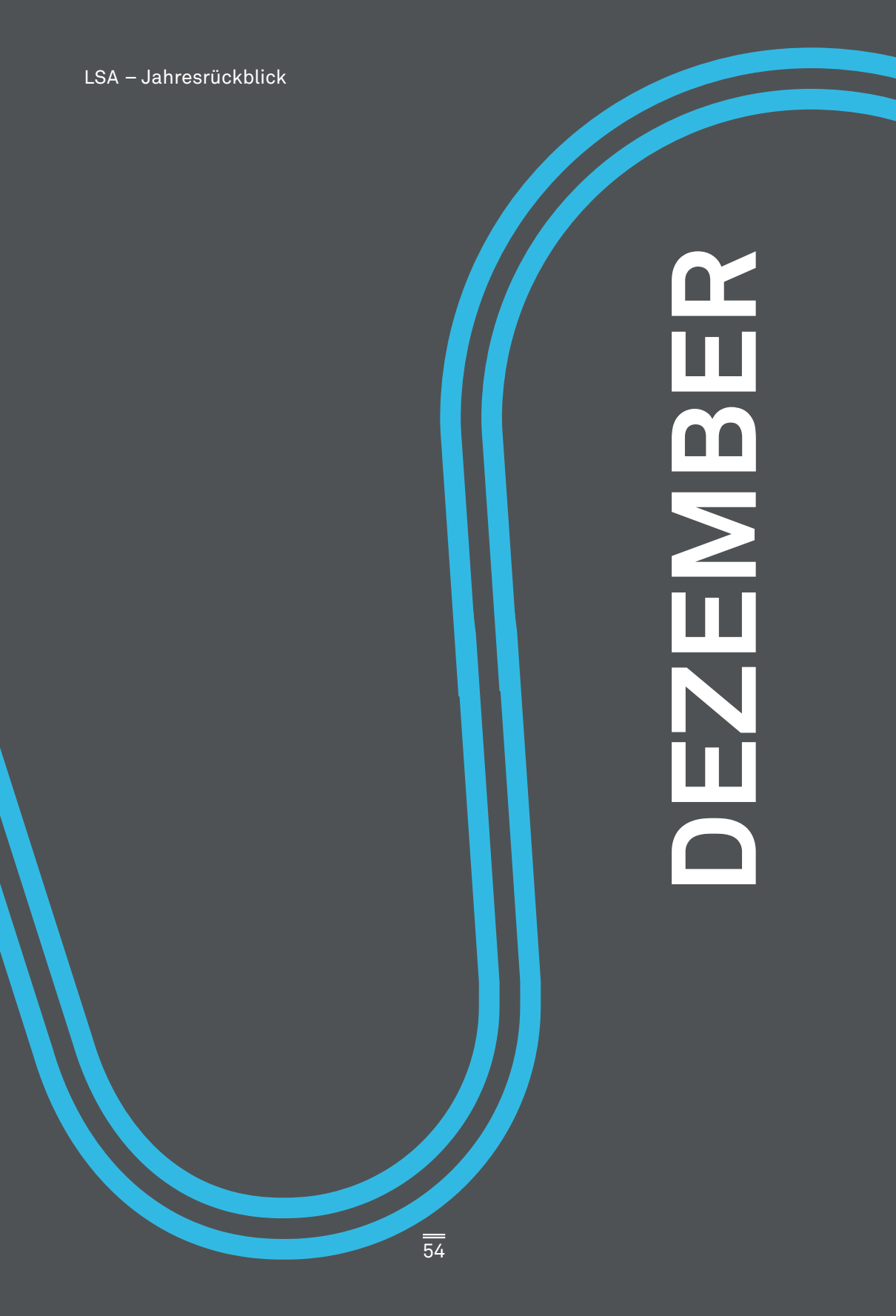


IMPULSSEMINAR «NEGOTIATIONS FOR LEADERS»

5. NOVEMBER 2019
FOUR POINTS BY SHERATON
SIHL CITY ZÜRICH

Im LSA-Impulsseminar «Negotiation for Leaders» erhielten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer von LSA-Mitgliedsagenturen die Möglichkeit, ihre Verhandlungsfertigkeiten durch das Coaching von Tom Kinnaird – einem der renommiertesten Verhandlungstrainer und Procurement-Experten – zu erweitern. Seit über 25 Jahren ist Kinnaird im Procurement-Business tätig und während 15 Jahren war er verantwortlich für das globale Procurement-Team bei WPP.

Das sichere, selbstbewusste Verhandeln, insbesondere die Beanspruchung von eigenen Werten sowie das Schaffen von Werten in Verhandlungen, war zentraler Bestandteil des Seminars. Im Rahmen der Schulung und der anschliessenden Diskussionen galt es für die Teilnehmenden, anhand der wertvollen Inputs eigene Verhandlungslücken und -herausforderungen zu erkennen und die neu gewonnenen Kenntnisse anzuwenden.

The page features several thick, vibrant blue wavy lines that flow from the top left towards the bottom right, creating a dynamic, organic background element.

DEZEMBER

Empfehlung «Angebots-
gestaltung einer
Kommunikationsagentur»

LSA-Weihnachtsgruss
an die Mitglieder

EMPFEHLUNG «ANGEBOTS- GESTALTUNG EINER KOMMUNIKATIONS- AGENTUR»

Agenturen stehen in einem besonderen Vertrauensverhältnis zu ihren Auftraggebern und haben oft Einblick in so manches Geschäftsgeheimnis, kennen die Pläne ihrer Kunden und gestalten diese wesentlich mit. Dies bringt es mit sich, dass an Agenturen besondere Ansprüche bei der Sorgfalts- und Geheimhaltungspflicht gestellt werden.

Traditionellerweise sind Agenturen Dienstleisterinnen. Doch bringt es die Vielfalt an Tätigkeiten und Leistungen mit sich, dass die Geschäftsmodelle der LSA-Agenturen je länger, desto heterogener werden. Deswegen ist es wichtig, im Sinne der Transparenz und der Sorgfaltspflicht Agenturleistungen klar und verständlich darzustellen.

Mit dem vorliegenden Verhaltenskodex wollen wir für Auftraggeber wie für Agenturen Klarheit über die Tätigkeitsbereiche schaffen. Diese Empfehlung dient dazu, eine einheitliche Haltung der im Verband LEADING SWISS AGENCIES vereinten Kommunikationsagenturen festzulegen, und soll eine Ergänzung zu den Honorarempfehlungen im Leitfaden «Honorarmodelle der Zukunft» darstellen.



Empfehlung «Angebotsgestaltung einer Kommunikationsagentur»

Einleitung

Es ist eine Eigenheit von Agenturen der Kommunikationsindustrie, dass sie in einem besonderen Vertrauensverhältnis zu ihren Auftraggebern stehen. Agenturen haben Einblick in so manches Geschäftsgeheimnis, kennen die Pläne ihrer Kunden und gestalten diese wesentlich mit. Häufig handeln Agenturen im Auftrag und im Namen der Kunden, führen Einkaufs- und Vertragsverhandlungen – und verwalten treuhänderisch Marketing- und Kommunikationsbudgets.

Dies bringt es mit sich, dass an Agenturen besondere Ansprüche bei der Sorgfaltpflicht, der Geheimhaltungspflicht und beim Umgang mit anvertrauten finanziellen Mitteln gestellt werden. Ein Begriff, der im Zusammenhang mit Vertrauen und einwandfreiem Geschäftsverhalten immer auftaucht, ist derjenige der Transparenz.

Mit dem vorliegenden Verhaltenskodex wollen wir für Auftraggeber wie für Agenturen Klarheit und Vertrauen über die Tätigkeitsbereiche schaffen. Diese Empfehlung dient dazu, eine einheitliche Haltung der im Verband LEADING SWISS AGENCIES vereinten Kommunikationsagenturen festzulegen, und soll eine Ergänzung zu den Honorarempfehlungen im Leitfaden «Honorarmodelle der Zukunft» darstellen.

Unterscheidung von Leistungsarten

Traditionellerweise sind Agenturen Dienstleisterinnen. Doch bringt es die Vielfalt an Tätigkeiten und Leistungen mit sich, dass die Geschäftsmodelle der LSA-Agenturen je länger, desto heterogener werden. Deswegen sind die LSA-Agenturen gehalten, im Sinne der Transparenz und der Sorgfaltpflicht ihre Leistungen klar und verständlich darzustellen.

Im Vordergrund steht die Leistungs- und Preisgestaltung. Hilfreich ist dabei die Unterscheidung zwischen Dienstleistung und Produkt: Wann bietet eine Agentur eine Dienstleistung an, die in der Regel zeitbasiert verrechnet wird? Wann jedoch handelt es sich um ein Produkt, für das ein fixes Preisangebot besteht? Welche Transparenz ist bei welcher Leistung angezeigt?

Was sind Dienstleistungen?

- Definition: Unter Dienstleistungen sind «personengebundene Arbeitsleistungen» zu verstehen.
- Leistungsversprechen: Eine Besonderheit von Dienstleistungen besteht darin, dass Arbeitsleistungen zuerst «verkauft» und erst danach (massgeschneidert) auf das Bedürfnis des Kunden hin entwickelt werden.

LSA=WEIHNACHTSGRUSS 2019

DER LSA AGENCY FINDER
WIRD REGE GENUTZT!

Mit unserem Weihnachtsgruss 2019 richteten wir unseren Dank an die LSA-Mitglieder, die mit ihren grossartigen Profilen den LSA Agency Finder als relevante Plattform zur Agenturevaluation unterstützen. Rund 50% mehr Besucher verzeichnete der Agency Finder 2019 gegenüber dem Vorjahr! Der LSA unterstützt die effiziente und zielsichere Agenturevaluation auch im neuen Jahr mit der Fortsetzung der Agency-Finder-Kampagne und weiteren Aktivitäten.



UNSER TEAMWORK HAT GEWICHT

Dank Euren spannenden Portraits und tollen Cases bekommt der LSA-Agency Finder so viel Aufmerksamkeit wie noch nie.

15236

Besucher haben mit Hilfe des Agency Finders Eure Profile angeschaut und verglichen. Das ist eine Steigerung um 50 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Mit dieser Plattform schaffen wir gemeinsam eine wichtige Orientierungshilfe, um die leading agencies noch stärker ins Rampenlicht zu stellen. Eure Agenturprofile haben an Relevanz gewonnen. Umso wichtiger ist es, dass Eure Portraits auch im 2020 immer aktuell sind.

Wir unterstützen die effiziente und zielsichere Agentur-evaluation auch im neuen Jahr mit der Fortsetzung der Agency-Finder-Kampagne und weiteren Aktivitäten.

Liebe Mitglieder, wir wünschen Euch erholsame Festtage und ein erfolgreiches neues Jahr.

Euer LSA-Team

JANUAR

Dreikönigstagung

LSA/SWA-
Branchenindikator

Leadergespräch
«Honorierung»

Allmédia-Kongress,
Genf

Neue Tools für die
Agenturevaluation

FEBRUAR

Jurierung Effie Awards
Switzerland 2020

MÄRZ



DREIKÖNIGSTAGUNG

9. JANUAR 2020
AURA EVENTSAL, ZÜRICH

An der Dreikönigstagung des Verbands Schweizer Medien waren die Resultate des LSA/SWA-Branchenindicators 2020 Thema der Podiumsdiskussion. Der LSA war mit Tobias Zehnder, Webrepublic, und Manfred Kluge, OMG, vertreten.

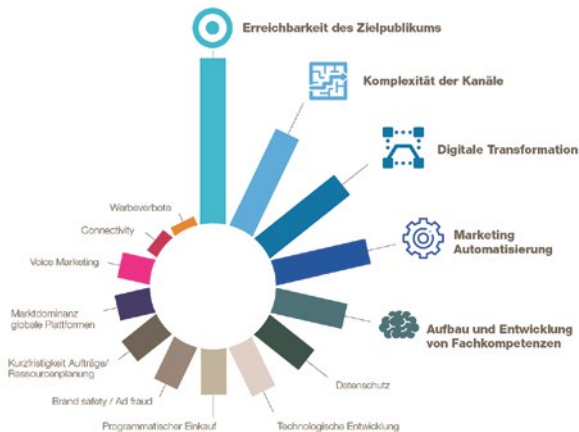


LSA/SWA-BRANCHEN-INDIKATOR

Werbeauftraggeber und LSA-Agenturen zum Werbemarkt 2020

Im Herbst 2019 haben Leading Swiss Agencies (LSA) und der Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA) zum zweiten Mal in Folge die wichtigsten Indikatoren der Schweizer Kommunikationsbranche untersucht. Dabei wurden Werbeauftraggeber und LSA-Agenturen zu ihren Einschätzungen des Marktes sowie zu den Top-5-Herausforderungen, Kunden-/Agenturbeziehungen und Honorierungsformen befragt.

Das sind die Herausforderungen der Werbewirtschaft 2020



LSA-/SWA Branchenindikator 2020

LEADING
SWISS AGENCIES
Verband der Schweizer Werbeagenturen

SWA
ASA
Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
d'Allemagne Suisse des Annonceurs
Association of Swiss Advertisers

ALLMÉDIA-KONGRESS

21. JANUAR 2020
HÔTEL ROYAL MANOTEL, GENÈVE

Am 21. Januar trafen sich über 250 Akteure aus den Schweizer Agentur-, Medien-, Werbe- und Martech/Adtech-Märkten an der Allmedia20 in Genf, um aktuelle Herausforderungen in der Branche zu diskutieren. Die Veranstaltung wurde von Kommunikation Schweiz organisiert. Der LSA trat als Co-Sponsor auf und wurde von Guillaume Roud, Agence Trio, vertreten. Dieser betonte die führende Rolle des Verbandes angesichts der Herausforderungen in einem Markt, der zunehmend auf die Nutzung von Daten ausgerichtet ist.

Ein Roundtable am Vormittag sorgte für Aufsehen. «Futur(s) des Agences de Communication». Fünf Agenturleiter, darunter drei LSA-Mitglieder, diskutierten miteinander: Chris Flückiger, CEO und Gründer von Mediatonic, Hannes Gasser, Partner von Webrepublic, und Guillaume Roud, PR-Direktor von Agence Trio.



Guillaume Roud, Agence Trio, Chris Flückiger, mediatonic, und Hannes Gasser, Webrepublic, am Podium «Futur(s) des Agences de Communication»

LEADERGESPRÄCH HONORIERUNG

21. JANUAR 2020
WESTHIVE, ZÜRICH

Im letzten Sommer führte der LSA bei seinen Mitgliedsagenturen eine Umfrage zu den verschiedenen Honorarmodellen durch. Im Leadergespräch nahm der Verband der führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz diese Thematik erneut auf und diskutierte gemeinsam mit Auftraggebern, was es in der Praxis zu beachten gilt, wie eine faire Zusammenarbeit im Honorarmodell des agilen Pricings funktioniert und welche strukturellen Anpassungen sowohl auf Kunden- als auch auf Agenturseite für ein beidseits erfolgreiches Geschäft nötig sind.



NEUE TOOLS FÜR DIE AGENTUREVALUATION

FEBRUAR

Checkliste Agenturevaluation

Die Checkliste dient Kunden als Hilfestellung für die Vorbereitung einer Agenturevaluation. Was müssen Auftraggeber im Vorfeld wissen, um mit dem passenden Auswahlverfahren den richtigen Agenturpartner zu finden? Und welche Leistung kann von einer Agentur für das ausgeschriebene Auftragsvolumen im Evaluationsverfahren erwartet werden? Oberstes Ziel ist es, die Agenturwahl treffsicher und effizient durchzuführen.

Kunden-Checkliste Agenturevaluation

Diese Checkliste dient dazu, Kunden mit uniformen Fragen zu mehr Transparenz zu bewegen und mehr über die Hintergründe der bevorstehenden Agenturwahl zu erfahren. Je einheitlicher LSA-Agenturen in Evaluationsprozessen auftreten, desto mehr Druck erzeugen sie im Markt.

Vertraulichkeitserklärung

Die Vertraulichkeitserklärung setzt die Rahmenbedingungen bei einer Agenturevaluation fest und kann je nach Situation im Baukastenprinzip eingesetzt werden. Ziel der Erklärung ist es, Fairness im Evaluationsprozess zu wahren und die Handhabung von vertraulichen Informationen zu regeln.



EFFIE AWARDS SWITZERLAND 2020

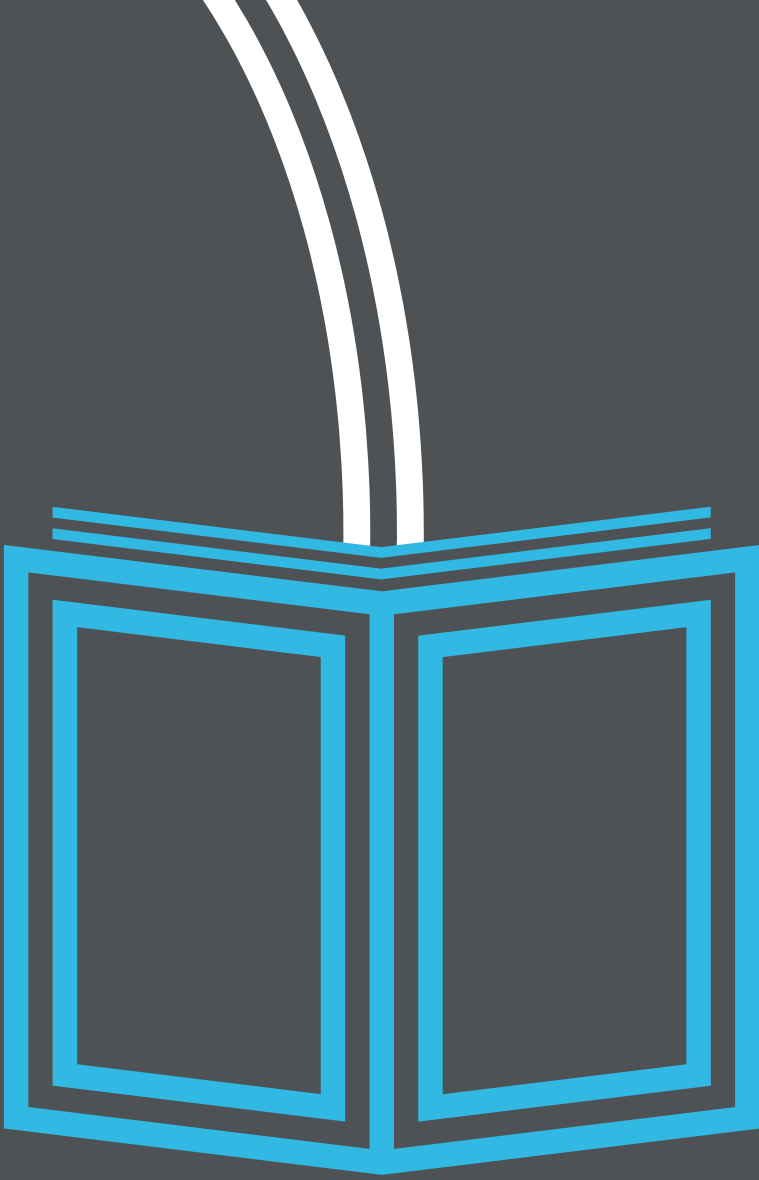
Die Effie Awards setzen Erfolgsmassstäbe für effektive Marketingkommunikation und zeichnen herausragende Kommunikationslösungen aus. Der Jurierungsprozess der Effie Awards Switzerland umfasst drei Runden.

In der ersten Jury-Sitzung am 4. Februar 2020 hat jedes der 42 Jurymitglieder 12 Fälle online beurteilt und unter der Leitung von Jurypräsidentin Larissa Pohl und 5 Juryvorsitzenden 28 Kampagnen in die 2. Jurierungsrunde und damit in das Rennen für einen Effie Award 2020 geschickt. Die Bewertung erfolgte nach dem international anerkannten Punktesystem von Effie International.

In der Jurysitzung der 2. Runde bewerten die jeweiligen Juroren die Finalisten und können abschliessend Awards in Bronze, Silber und Gold vergeben.

In der 3. Runde entscheidet die Grand Jury, ob und wenn ja an wen unter den Gold-Gewinnern ein Grand Effie vergeben wird. Die Gold-Effie-Gewinner eines Jahrgangs qualifizieren sich für einen Grand Effie. Die Grand Jury entscheidet vor Ort, welcher Case einen «Grand Effie» gewinnt. Die Bekanntgabe erfolgt exklusiv an der Gala.





Kommunikation

PERSÖNLICH=ARTIKEL

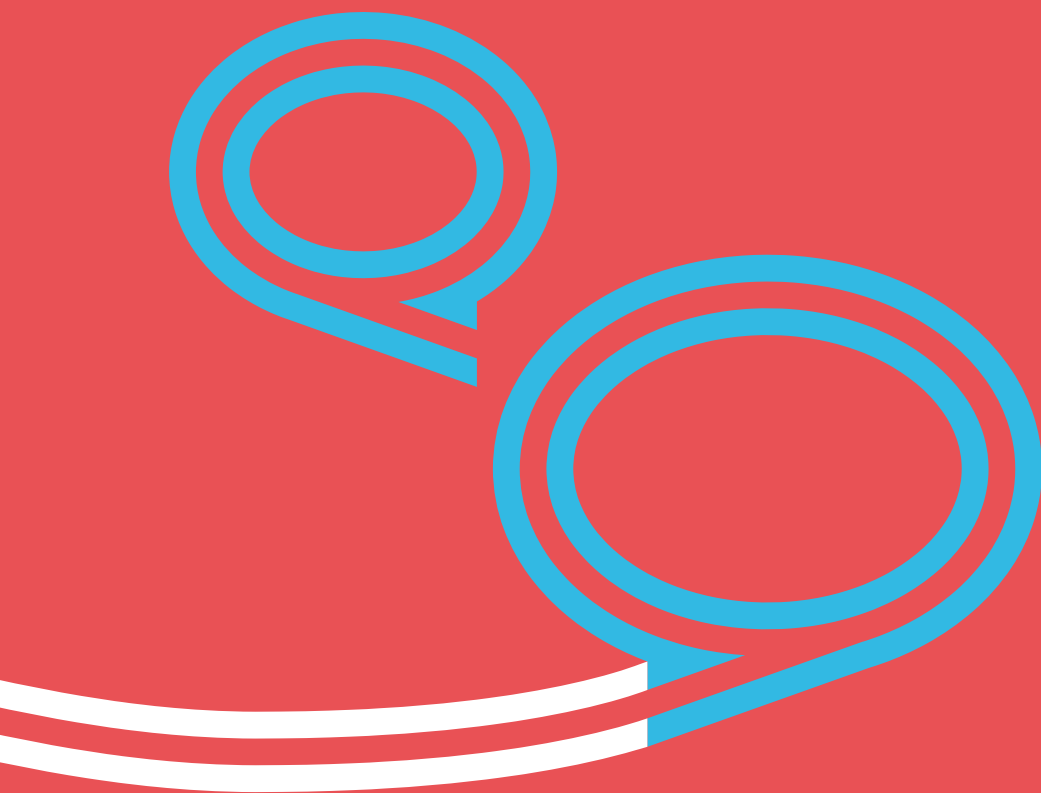
Neuer Auftritt im Persönlich mit Interviews, Roundtable-Gesprächen und Meinungen zu Branchenthemen

Ausgabe	Thema
Februar	Branchenindikator 2019
März	Schnell und effizient die passende Agentur finden
April	Digitales Know-how hat nichts mit dem Alter zu tun
Mai	Die Agenturen stellen sich einmal mehr neu auf
Juni	Wir sind nicht die Einzigen, die Marken steuern
Juli/ August	Warum alternative Evaluationsverfahren zeitgemässer sind als Agenturpitches
September	Ausschreibungen schiessen oft übers Ziel – das muss nicht sein
Oktober	Effie Awards Switzerland 2020
November	Ko-Kreation – mit der nötigen Portion Mut und Offenheit zum Erfolg
Dezember	AdSchool – wo die besten Talente von den Besten aus der Branche lernen

COMINMAG=ARTIKEL

Regelmässige Artikel von LSA-Mitgliedern aus der Westschweiz zu aktuellen Branchenthemen im Cominmag.

Edition/Publication	Sujets
Mars/ Print + e-mag	«Ce que la branche vous réserve en 2019»
Avril/Print + e-mag	«Trouvez la bonne agence rapidement et efficacement !»
Juin/e-mag	«A-t-on vraiment fait le tour de la communication 360° ?»
Octobre/e-mag	«Appels d'offres: le trop est l'ennemi du bien»



Kooperationen und Partnerschaften

ZUSAMMENARBEIT MIT PARTNERVERBÄNDEN

LSA und SWA

- Branchenindikator 2019
- Media-Preis-Leistungs-Index MPLI

LSA, ADC Switzerland und APGS

Die Schule ist eine 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»
- Unterstützung des Programmatic Advertising Day in Lausanne (seit 2018)
- Unterstützung bei der Durchführung des Online-Karrieretags Zürich
- Unterstützung Best of Swiss Web 2018

LSA und HWZ

- Unterstützung des Studiengangs CAS Marketing Communication

LSA und KS-CS

- Unterstützung des Allmédia-Kongresses in Lausanne/Genf

LSA und Schweizerische Lauterkeitskommission

- Teilnahme an Plenums- und Kammersitzungen der Schweizerischen Lauterkeitskommission



Geschäftsstelle



Annette Truniger
Projektmanagement



Catherine Purgly
Geschäftsführerin



Kathrin Leder
Projektmanagement



Ilan Olstein
Kommunikation

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
- Bildungsprogramme und Nachwuchsförderung
- Medienarbeit
- 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 Branchenveranstaltungen sowie der Generalversammlung des EACA-Herbstmeetings in Brüssel
- 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.



Finanzen

FINANZBERICHT

Die Buchhaltung des Verbands wird durch BTO Treuhand AG geführt.
Das Geschäftsjahr 2019 schliesst mit einem Gewinn von CHF 11'730.54 ab.
Die detaillierte Jahresrechnung inklusive des Kommentars finden Sie in der Beilage.

LEADING SWISS AGENCIES
Weinbergstrasse 148
8006 Zürich

zuhanden der Mitgliederversammlung LSA 2020

Revision der Jahresrechnung 2019

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 Gewinn von CHF 11'730.54 und einem Kapital von CHF 393'603.10 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 Décharge-Erteilung an Vorstand und Präsidium.

Die Revisoren:



Roland Oberhauser



Geri Aepli

Zürich, 12. März 2020



Facts & Figures

TASKFORCES

Ad School Schulrat

Peter Brönnimann (Schulratspräsident)
Gioia Bozzato (ADC)
Frank Bodin (ADC)
Stefan Eggenberger (HWZ)
Hanna Jackl (ADC)
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 (Webrepublic)
Roger Baur (IAB Switzerland)

Revisoren

Geri Aebi, Wirz Communications, Roland Oberhauser, Farner Consulting

Ersatzrevisor

Claudio Zinsli, Wunderman Thompson Switzerland

Ombudsmann

Peter Leutenegger

LSA=VERTRETER

IN VERBÄNDEN UND KOMMISSIONEN

ADC Switzerland

Vorstand: Peter Brönnimann (Publicis Communications Schweiz),
Livio Dainese (Wirz Communications), Dennis Lück (Jung von Matt/Limmat),
Philipp Skrabal (Farner Consulting),
Thomas Wildberger (Publicis Communications Schweiz)

APGS (Account Planning Group Switzerland)

Vorstand: Romana Weber, Jung von Matt/Limmat, Michael Selz, Omnicom
Media Group, Anne Langer, Jung von Matt/Limmat

BSK Berufsschulkommission

Vertreter Praktikumsbetriebe: Andreas Gentsch, Plan.Net Suisse

EACA/NAC

Catherine Purgly, LEADING SWISS AGENCIES

EXPO Event

Vorstand: Bala Trachsel, Republica

Fachkommission Grafik

Präsident: Daniel Peterer, Festland

GfM

Stiftungsrat: Geri Aebi, Wirz Communications, Nadine Borter, Contexta
Verwaltungsratspräsident/Vorstand: Prof. Dr. Dominique von Matt, Jung von Matt/Limmat

IAA International Advertising Association Swiss Chapter

Vorstand: Verena Bernhard, Havas, Matthias Kiess, TBWA, Manfred Strobl, Mediaschneider

IGEM Interessengemeinschaft Elektronische Medien

Präsident: Stephan Küng, TWmedia The Whole Media

IFEM – Institut für empirische Medienforschung

Vorstand: Manfred Strobl, Mediaschneider

KS/CS

Vorstand: Urs Schneider, Mediaschneider
Kommunikationsrat: Michael Kamm, Agence Trio
Prüfungskommission: Erich Koller, Die Botschafter (ehemals ET&H)

Mediapulse Stiftung für Medienforschung

Stiftungsrat: Beat Krebs, Omnicom Media Group
User Commission: Monika Jäggi, Konnex

Präsidentenkonferenz LSA/SRG/SWA/Schweizer Presse/VSW

Michael Hählen, in flagranti communication

Prüfungskommission der Schweizer Werbung

Präsident: Urs Schneider, Mediaschneider

SAWI Westschweiz

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

Michael Hählen, in flagranti communication

Stiftungsausschuss/Stiftungsrat Werbestatistik Schweiz

Catherine Purgly, LEADING SWISS AGENCIES

User Commission Print REMP

Christian Rufener, Mediaschneider

Vorstand Zürcher Handelskammer

Geri Aebi, Wirz Communications

WEMF Kommission für Auflage und Verbreitung, KAV

Beat Krebs, Omnicom Media Group (VR), Catherine Purgly, LSA
WEMF User Commission: Peter Döbeli, Konnex
WEMF Forschungskommission: Andreas Weiss, Publicis Media

Forschungskommission WEMF

Andreas Weiss, Publicis Media

ZHAW

Beirat: Petra Dreyfus, Wirz Communications

ZHdK

Beirat, Departement Design: Markus Gut, Farner Consulting

MUTATIONEN

Mitglieder per 1.1.2019

Aktivmitglieder/Agenturen	75
davon Kommunikationsagenturen	58
und Mediaagenturen	17

Aufnahmen 2019

1. Mai 2019	Geyst
1. Juli 2019	Heimat Zürich
1. Oktober 2019	Jung von Matt/impact
1. November 2019	Gamned!
1. November 2019	kreisvier communications
1. November 2019	snds Lugano

Austritte 2018

30. April 2019	Netvertising AG (Agenturauflösung)
31. Dezember 2019	SYNTHESE SA, Lausanne

AGENTUREN NACH BBE

Kategorie	Anzahl Agenturen (inkl. Gruppen)	Anteil pro Kategorie am Gesamt-BBE der am Ranking teilnehmenden Agenturen
10 – 30 Mio. CHF	15	30 %
5 – 10 Mio. CHF	14	28 %
2 – 5 Mio. CHF	18	36 %
0 – 2 Mio. CHF	3	6 %

17 Agenturen nahmen am LSA-Ranking nicht teil.



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