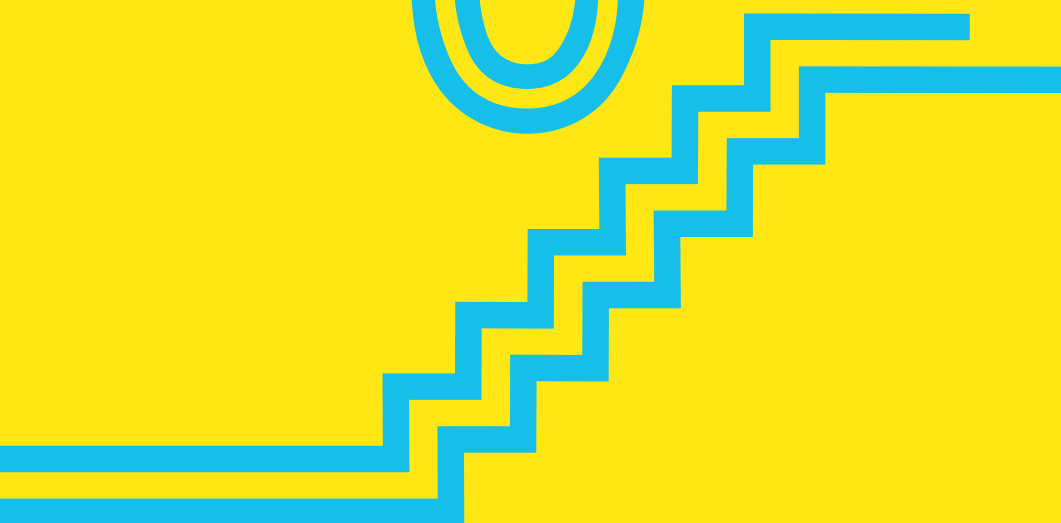


2018



VORWORT

«Nichts ist so beständig wie der Wandel.» Dieser vielzitierte Satz des griechischen Philosophen Heraklit ist in den letzten Jahren für uns alle zum Mantra geworden. Business, Technologie, Kommunikation, Kreation und Design verschmelzen. Zurzeit erfindet sich die Agenturwelt neu.

Viele unter uns führen kollaborativ ausgerichtete Organisationsformen ein, entwickeln neue Geschäftsfelder in digitalen, aber auch strategischen und kreativen Bereichen. Damit bleiben wir attraktiv für die besten Köpfe der Kreativwirtschaft. Ich bin überzeugt, dass wir diese in unserer Volkswirtschaft benötigen werden wie nie zuvor, wenn wir die Umwälzungen unserer Zeit erfolgreich meistern wollen.

Dabei ist unschwer zu prophezeien, dass die Auftraggeber in so manchem Bereich die Wahl haben werden zwischen KI-gesteuerten Bots und Sparringpartnern aus Fleisch und Blut mit einem Lächeln auf dem Gesicht, einem fröhlichen Spruch und einer lebendigen Auseinandersetzung.

Eine erfolgreiche Zusammenarbeit verlangt immer mehr Expertenwissen, verbunden mit Co-Working-Fähigkeiten. Umso wichtiger ist es, dass der Verband führend vorangeht und Orientierungshilfe zu Themen wie fairer Wettbewerb, zukunftsfähige Honorierungsmodelle und Weiterbildungs-gefässe bietet. Unser Credo und unsere Verpflichtung ist es, einen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit unserer Mitglieder, der leading agencies, zu leisten.

Michael Hählen

INHALT

3 **Vorwort**

Verband 7

16 **Jahresrückblick**

Kommunikation 77

81 **Kooperationen und Partnerschaften**

Geschäftsstelle 85

89 **Finanzen**

Facts & Figures 93



Verband

DIE VORSTANDS- MITGLIEDER 2018

Die neun Vorstandsmitglieder tagten an sechs Sitzungen. Neu im Vorstand seit dem 3. April 2018 sind Roman Geiser, Farner Consulting, und David Schärer, Rod Kommunikation.

Aus dem Vorstand ausgetreten sind Matthias Adolf, Equipe, und Edouard Gaultier, Gaultier Collette.



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

LEADERSHIP BEWEISEN

Im Zentrum der Verbandsstrategie steht die Schärfung der Leadership-Rolle des Verbands und seiner Mitglieder. Denn «leading» ist unsere Identität und positioniert die LSA-Mitglieder im Markt als Agenturpartner mit einem hohen Qualitätsversprechen und zukunftsweisenden Kommunikationslösungen für Auftraggeber.

Als Verband der führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz haben wir die Aufgabe, führend voranzugehen und die Agenturen auf die Zukunft vorzubereiten. Konkret heisst das, jedes Thema und jede Aktivität ins Licht des Leading-Anspruchs zu stellen und die 2014 lancierte Verbandsstrategie 2020 konsequent umzusetzen.

Nun gilt es, die Beweisführung anzutreten und für die zentralen Themen, die unsere Mitglieder beschäftigen, Orientierungshilfe mit Tools und Weiterbildungen zu schaffen und Themenführerschaft zu übernehmen.

SCHWERPUNKTE 2018

Wettbewerb: Bewegung in der Evaluation von Agenturen

Die Agentursuche-Funktion auf der LSA-Website haben wir weiter ausgebaut. Mit der Funktion «Mein LSA» können Auftraggeber eine persönliche Favoritenliste mit LSA-Agenturen erstellen, speichern und im Unternehmen mit anderen Mitarbeitern teilen.

Swiss Effie 2018

4 x Gold, 3 x Silber und 9 x Bronze gingen an LSA-Agenturen. Das sind 85% der ausgezeichneten Einreichungen. Ein Beweis dafür, dass LSA-Agenturen mit ihren Auftraggebern erfolgreich effektive und effiziente Kommunikationslösungen meistern.

Weiterbildung: Impulse zu Change Management und Verhandlungspraktiken

- Seminar «Change Management»: Wie positionieren sich Agenturen in der Digitalisierung? Wie stellen sie sich auf, mit welchen Arbeitsmodellen?
- Seminar «Negotiations for Leaders»: Das sichere Verhandeln, insbesondere die Beanspruchung von eigenen Werten sowie das Schaffen von Werten in Verhandlungen, war zentraler Bestandteil des Seminars.

Nachwuchsförderung: Bootcamp

Während einer Woche erhielten 13 junge Talente von LSA-Mitgliedsagenturen Einblick in die Welt der Kommunikationsbranche.

Leadergespräche

- DSGVO: Nötige Guidelines und was in der Praxis zu tun ist, um bestmögliche Compliance zu erreichen.
- Zusammenarbeit der Zukunft: Diskussion über Agenturstrategien, Agilität in Kundenbeziehungen.

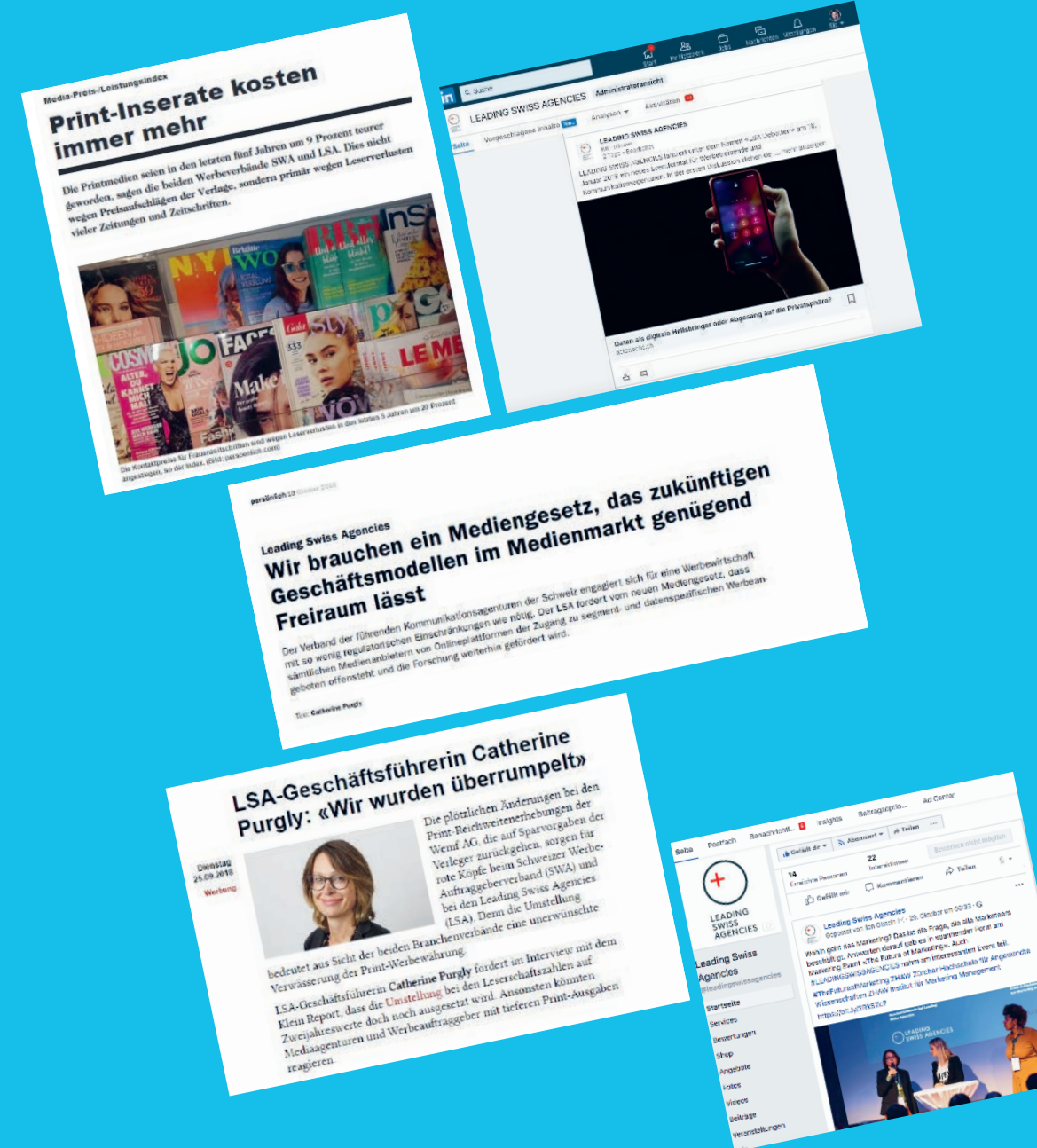
Kommunikation verstärkt und Medienpräsenz erhöht

Seit Oktober verstärkt Ilan Olstein mit einem 30%-Pensum das Team und zeichnet sich mitverantwortlich für die LSA-Kommunikation, insbesondere kümmert er sich um die Präsenz des Verbands in den Social-Media-Kanälen.

Der Verband nahm in den Medien zu den folgenden Themen Stellung oder gab Interviews:

- LSA setzt sich für ein einheitliches Buchungs- und Planungstool für Printmedien ein.
- Stellungnahme zu Änderungen bei den Print-Reichweitenerhebungen der WEMF AG.
- LSA fordert vom neuen Mediengesetz, dass sämtlichen Medienanbietern von Onlineplattformen der Zugang zu segment- und datenspezifischen Werbeangeboten offensteht und die Forschung weiterhin gefördert wird.
- Kommunikation über Verbandsstrategie und Kernaufgaben des Verbands.

Auch gesellschaftspolitische Themen, die die Branche beschäftigen und den Verband wie auch die Mitglieder ins Gespräch bringen, gehören zu den neuen Kommunikationsanstrengungen des Verbands. Dazu lancierte der LSA im Januar 2019 die LSA-Debattenserie zum Thema «Daten als digitale Heilsbringer oder Abgesang auf die Privatsphäre?».



EIN GROSSES DANKESCHÖN

**an alle Personen 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, Netvertising

AG Weiterbildung

Petra Dreyfus, Wirz Communications
Matthias Kiess, TBWA Switzerland
Sarah Grimmelikhuijsen, in flagranti communication
Angela Francioli, Rod Kommunikation

AG Services

Matthias Koller, Publicis Zürich
Bernhard Herzig, Maxomedia
Martin Widmer, Equipe
Lukas Conte, Publicis Zürich

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

AG Wettbewerb

Roman Geiser, Farner Consulting
Michael Rottmann, Namics
Martin Sauter, Futurecom
Ulrike Grein, Markenfels

AG Media

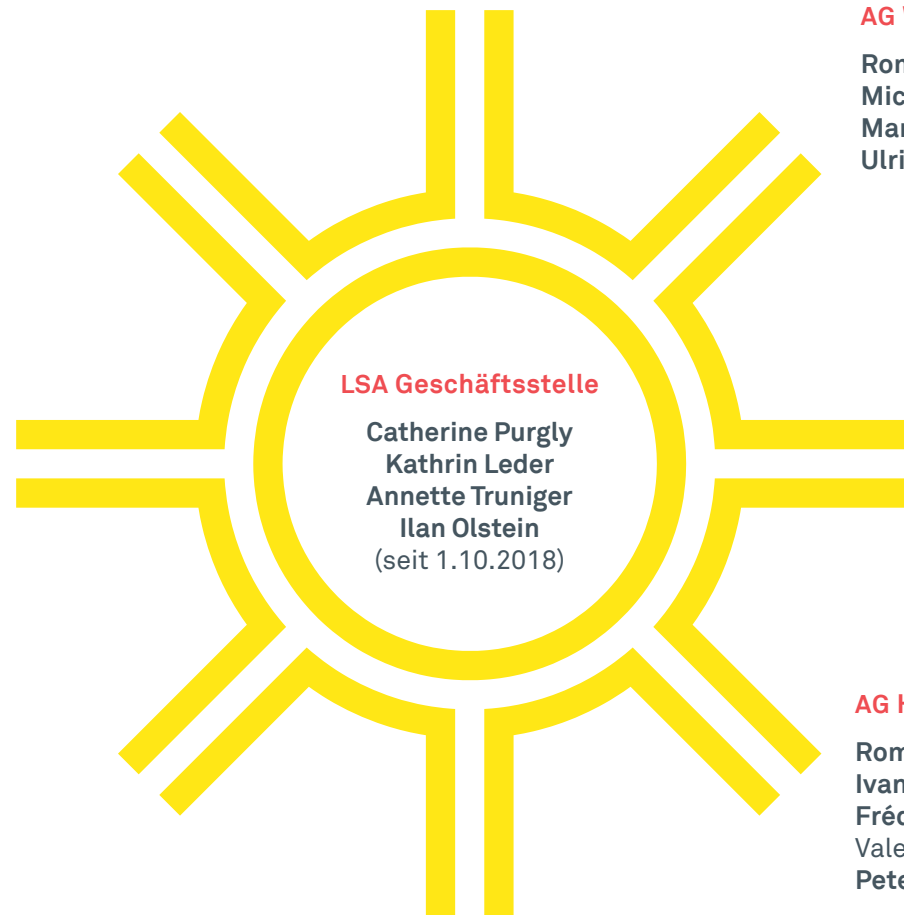
Beat Krebs, Publicis Media
Thorsten Schoen, mmb media
agentur (Nachwuchs)
Christian-Kumar Meier,
Mediaschneider Bern (SMDH)

AG Honorierung

Roman Hirsbrunner, JvM/Limmat
Ivan Piccinno, Y&R Group Switzerland
Frédérique Mathys,
Valencia Kommunikation
Peter van der Touw, Notch Interactive

AG Kommunikation und Dialog

David Schärer, Rod Kommunikation
Mark Burow, Namics



JAHRES- RÜCKBLICK

2018

MÄRZ

Neumitglied
Rod Kommunikation AG

Media Talent Award 2018

APRIL

Mitgliederversammlung

Weiterentwicklung
des Agency Finders:
Mein LSA

Leadergespräch+
DSGVO

Swiss Effie Awards
2018

MAI

JUNI

PAD18, Lausanne

Online-Karrieretag,
Zürich

LSA-Impulsseminar
«Change Management»

DSGVO-Branchenempfehlung
IAB, LSA, VSM
und LSA-Merkblatt

JULI

EACA
Summer School

AUGUST

LSA Bootcamp

SEPTEMBER

SEA-Kampagne
Praktika-Stellen

Ad School –
Start Lehrgang
2018/19

OKTOBER

Neumitglieder
Webrepublic AG und
Plan.Net Suisse AG

LSA-Agenturranking

LSA Look Book 2019

PAD18, Zürich

NOVEMBER

Impulsseminar
«Negotiations for
Leaders»

Leadergespräch
«Zusammenarbeit der
Zukunft»

JANUAR

LSA-Debatte #1

Leadergespräch
«Honorarmodelle
der Zukunft»

Allmédia-Kongress
Lausanne

FEBRUAR

LSA/SWA-
Branchenindikator 2019

LSA-Branchenindikator
2019 «Agenturen»

Ad School 2018/19
Zertifikatsfeier

MÄRZ

AGBs – neu konzipiert

DEZEMBER

LSA-Weihnachtskarte
«Performance»

Neumitglied
blue-infinity SA

MÄRZ

2018

Neumitglied
Rod Kommunikation AG

Media Talent Award
2018

APRIL

Mitgliederversammlung

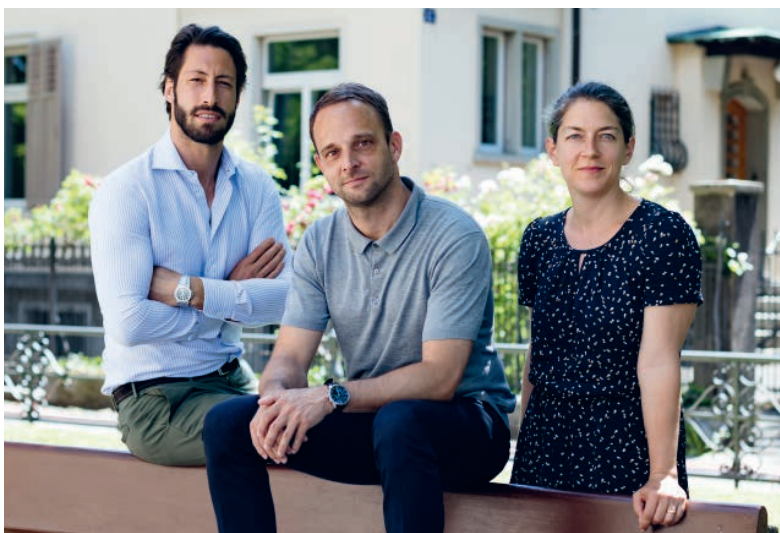
Weiterentwicklung
des Agency Finders:
Mein LSA

BEGRÜSSUNG LSA-NEUMITGLIED ROD KOMMUNIKATION AG

1. MÄRZ 2018

Rod Kommunikation, eine der führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz, erweitert den Mitgliederkreis von LEADING SWISS AGENCIES. 2007 gegründet, etablierte sich die Agentur erfolgreich in der Schweizer Agenturszene mit bekannten Kampagnen wie «Slow down. Take it easy» für SVV/BfU, «unterwegs zuhause» für die SBB oder «Love Life – Bereue nichts» für das Bundesamt für Gesundheit. Heute zählt die Agentur 29 Mitarbeitende und wird von Pablo Koerfer, Regula Bühler Fecker und David Schärer geführt. Zu ihren Kunden gehören u.a. 20 Minuten, Swisscom, Bundesamt für Gesundheit oder Credit Suisse.

www.rod.ag



Pablo Koerfer, Geschäftsführer/Partner, David Schärer, Publicity/Partner, Regula Bühler Fecker, Strategy/Partnerin

MEDIA TALENT AWARD 2018

13. MÄRZ 2018, KAUFLEUTEN ZÜRICH

LEADING SWISS AGENCIES und Tamedia führten in diesem Jahr zum dritten Mal gemeinsam den Media Talent Award für junge Mediaplanerinnen und Mediaplaner durch.

18 Teilnehmende aus unterschiedlichen Mediaagenturen in der Deutsch- und Westschweiz haben sich der Herausforderung gestellt, eine Mediastategie für das Bezahlangebot «Apple Pay» in Zusammenarbeit mit der Kreditkarte Amex Blue zu erarbeiten.

Am Abend durfte das Gewinnerteam im Kaufleuten den Award sowie den Hauptpreis – ein Wochenendtrip nach Lissabon – entgegennehmen. Es sind Ladina Baumann (MediaCom), Laura Castellana (Publicis Media Switzerland), Raushan Kalmagambetova (Initiative), Arianita Shabani (Dentsu Aegis Network) und Céline Zemp (Mediaschneider), die die Jury durch eine media-relevante Situationsanalyse, eine zielorientierte Mediastategie und die stringente Umsetzung in der Mediaplanung überzeugten.

www.tamedia.ch/de/media-talent-award



Arianita Shabani, Raushan Kalmagambetova, Ladina Baumann, Céline Zemp und Laura Castellana.

MITGLIEDER- VERSAMMLUNG

3. APRIL 2018
RESTAURANT DAIZY, ZÜRICH

Wahl der neuen Vorstandsmitglieder

Roman Geiser, Farner Consulting
David Schärer, Rod Kommunikation

Wahl des neuen Präsidenten und des Vizepräsidenten

Präsident: **Michael Hählen**, in flagranti
Vizepräsident: **Beat Krebs**, Publicis Media

Rückblick auf die Präsidentschaft von Roman Hirsbrunner

- Lancierung der Verbandsstrategie 2020 unter dem Aspekt «Leading» mit dem Ziel, die Mitgliedsagenturen auf die Zukunft vorzubereiten.
- Profilschärfung: Neuauftritt des Verbands, neue LSA-Website, Ablösung des Porträtbuchs durch das LSA Look Book.
- Fokusthemen: Agentursuche-Funktion auf der LSA-Website, Lancierung von zukunftsfähigen Honorarmodellen sowie neue Weiterbildungsformate und inspirierende Leadergespräche.

Anträge

Änderung der Mitgliedschaft Kommunikation Schweiz: Ab 2019 ist der LSA Mitglied von KS/CS und nicht mehr jede einzelne Mitgliedsagentur. Entsprechend angepasst wurden das Aufnahmereglement und die Statuten.



Michael Hählen, Beat Krebs



KS-Präsident Filippo Lombardi



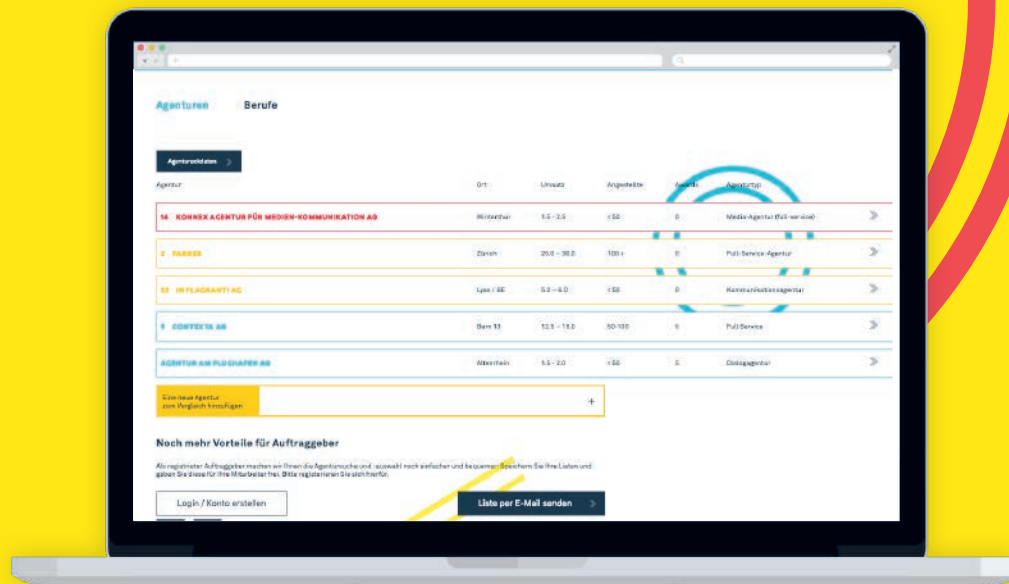
Roman Geiser,
David Schärer



MEIN LSA

DIE WEITERENTWICKLUNG DES LSA-AGENCY FINDERS

«Mein LSA» ist die Weiterentwicklung des LSA-Agency Finders. Nach Registrierung mit einer E-Mail-Adresse und einem Passwort bietet das Tool Auftraggebern die Möglichkeit, eine persönliche Favoritenliste mit LSA-Agenturen anzulegen und diese mit Mitarbeitern im Unternehmen zu teilen.



Swiss Effie 2018

Leadergespräch+
DSGVO

MAI

Online-Karrieretag,
Zürich

PAD18, Lausanne



SWISS EFFIE AWARD 2018

15. MAI 2018

LEADING SWISS AGENCIES vergab 19 Effies für erfolgreiche Marketing-kommunikation: 5 x Gold, 3 x Silber, 11 x Bronze. Und einen Spezial-Award für die erfolgreichste Influencer-Kampagne.

Am Dienstagabend, 15. Mai 2018, wurden im tpc/Fernsehstudio 1 in Zürich zum 17. Mal die begehrten Swiss Effie Awards verliehen. In 12 Kategorien wurden jeweils Gold, Silber und Bronze vergeben. Neu dabei waren die Kategorien «Media» und «Brand Campaign» sowie der Spezial-Award «Influencer Campaign». 5 x Gold, 3 x Silber und 11 x Bronze sowie 16 Effie-Diplome gingen an die besten Kommunikationskampagnen der letzten zwei Jahre, wobei jeweils die Kommunikations- und die Mediaagentur sowie der Auftraggeber prämiert wurden. Erstmals wurde zudem ein Spezial-Award für die beste Influencer-Kampagne vergeben.

www.effie.ch

LEADERGESPRÄCH+ «DSGVO»

17. MAI 2018, FOURPOINTS
BY SHERATON SIHL CITY, ZÜRICH

Workshop DSGVO: Was gilt und was zu tun ist

An unserem Leadergespräch vom 17. Mai 2018 führten Dr. Rolf Auf der Maur und Dr. Thomas Steiner der Anwaltskanzlei Vischer einen Workshop mit LSA- und IAB-Mitgliedern durch und gaben Orientierungshilfe, was in der Praxis zu tun ist, um bestmögliche Compliance zu erreichen. Ziel des Workshops war, das Wichtigste in Kürze zu verstehen und spezifisch für unsere Branche praxisnahe Umsetzungshilfen zu erhalten.



Rolf auf der Maur, Vischer AG

VISCHER

• EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und wie sie die Kommunikation beeinflusst

• Leading Swiss Agencies
Four Points by Sheraton
17. Mai 2018

Rolf Auf der Maur
Thomas Steiner

• Vorab: wo steht mein Unternehmen bei der Umsetzung der DSGVO-Anforderungen?

1. Mein Unternehmen hat die Prozesse bezüglich EU-DSGVO bereits evaluiert und angepasst.
2. Mein Unternehmen hat damit begonnen, die Prozesse zu evaluieren und/oder bereits mit der Anpassung begonnen.
3. Mein Unternehmen hat erst begonnen, die Prozesse zu evaluieren und/oder bereits mit der Anpassung begonnen.

• Treiber der Datenschutzrevisionen (EU und Schweiz): Angst vor Kontrollverlust bei Big Data Analytics (112)

• EU-DSGVO: LSA/IMA

• Grundsätzliche Unterschiede Schweiz ./ EU

Schweiz (DSG)	EU (DSGVO)
• Datenverarbeitung erlaubt unter Einhaltung bestimmter Voraussetzungen (Zweckbindung, Verhältnismässigkeit, Rechtfertigung) • EDOB heute ohne Verfügungs-kompetenz, soll diese aber neu erhalten (Sanktionskompetenz so hohen Strafverfügungen) • DSG 39 Artikel / E-DSG 30 Seiten	• Verbotsgesetz mit Erlaubnisvorbehalt (Erlaubigung, gesetzliche Pflicht oder überwiegendes Interesse – als Resultat einer Interessenabwägung) • Sanktionen bis 4% des weltweiten Jahresumsatzes oder EUR 20 Mio. bei

• Unterschied Daten/personenbezogene Daten

Informationen	Ohne jeglichen Personenbezug	🚦
Anonyme Daten	Betroffene Person kann nicht (mehr) identifiziert werden	🚦
Pseudonyme Daten	Ohne zusätzliche Informationen («Schlüssel») keine Zuordnung der Daten möglich	🚦
Personenbezogene Daten	Beziehen sich auf identifizierte oder identifizierbare natürliche Person	🚦

• EU-DSGVO: LSA/IMA

10 VISCHER

ONLINE-KARRIERETAG ZÜRICH

17. MAI 2018
PAPIERSAAL, ZÜRICH

Die jährlich stattfindende Jobmesse gewährt Einblicke in Kommunikationsberufe und unterstützt Studenten, Absolventen und Young Professionals mit Informationen, Tipps und Workshops bei ihrem beruflichen Einstieg in die Branche. Der LSA unterstützte zum zweiten Mal als Partner, zusammen mit dem IAB, die Veranstaltung. An der LSA-Jobwall wurden rund 30 aktuelle Stelleninserate von LSA-Agenturen ausgehängt.

www.online-karrieretag.ch/zuerich



PAD18 SUISSE ROMANDE

31. MAI 2018, HÔTEL ALPHA PALMIERS,
LAUSANNE

Die Bedeutung von Programmatic Advertising nimmt im Schweizer Werbemarkt stetig zu. Zur erfolgreichen Umsetzung ist von allen beteiligten Akteuren ein entsprechendes Fach-Know-how gefordert. Aus diesem Grund fand der Programmatic Advertising Day zum ersten Mal auch in der Westschweiz statt. Der LSA unterstützte als Partner den IAB bei der Durchführung der Veranstaltung.

www.iab-switzerland.ch/event/pad18-suisse-romande



DSGVO-Branchenempfehlung
IAB, LSA, VSM
und LSA-Merkblatt



LSA-Impulsseminar
«Change Management»

JUNI

EACA
Summer School

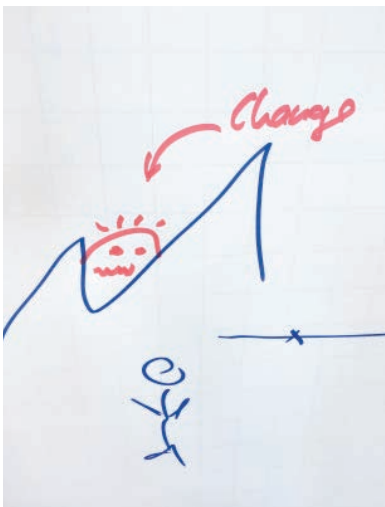
JULI

Ad School – Start Lehrgang
2018/19



SEA-Kampagne
Praktika-Stellen

AUGUST



LSA=IMPULSSEMINAR «CHANGE MANAGEMENT»

5. JUNI 2018,
AARA GLATT, GLATTBRUGG

Die Kommunikationswirtschaft befindet sich im Wandel. Insbesondere was den Kunden-, den Arbeitsmarkt und die damit verbundenen organisatorischen und technologischen Herausforderungen betrifft.

Gemäss unserem Motto «Learning from the best» führten Top-Coaches durch das Seminar:

- Thomas Eickhoff, CEO Grabarz und Partner, gab Impulse, wie die Agentur Grabarz und Partner den Wandel erfolgreich geschafft hat und wie Kundenbeziehungen von morgen aussehen sollen.
- Nico Castagna, Senior Manager Digital Projects Zürich Flughafen, gab Impulse zum Thema Mitarbeitende und Organisationen von morgen.

Ziel des Seminars

Das Seminar lieferte inspirierende Gedankenanstösse und Ideen aus der Praxis, wie man die Herausforderungen unserer Branche anpacken und den eigenen Wandel erfolgreich gestalten könnte.

DSGVO=

BRANCHENEMPFEHLUNG

IAB, LSA, VSM

Die Verbände IAB, LSA und VSM haben unabhängig von der Anwendbarkeit des DSGVO im Einzelfall eine Empfehlung für Schweizer Medienanbieter, Media- und Kommunikationsagenturen ausgearbeitet. Die Empfehlung bezieht sich auf Online-Werbeformen und Websites und gibt einen schnellen, praxisbezogenen Überblick über die wichtigsten Anforderungen der DSGVO für die Medienbranche. Dabei wird die Methodik aufgezeigt, wie die DSGVO für bestimmte Bedürfnisse anzuwenden ist. Zusätzlich beinhaltet die Empfehlung eine Orientierungshilfe für Inhalt und Gestaltung einer Datenschutzverordnung.

LSA-MERKBLATT

DSGVO – EINFACH ERKLÄRT

Eine kurze, praxisnahe Übersicht über die DSGVO und was man wissen muss, zusammengefasst in einem Merkblatt für Mitgliedsagenturen.



EACA SUMMER SCHOOL

2. BIS 6. JULI 2018, WIEN

Anfang Juli nahmen über 50 Studenten und Young Professionals aus 17 Ländern an der 9. EACA International Advertising Summer School in Wien teil. Auch ein Schweizer Team von 13 jungen Talenten aus LSA-Agenturen war wieder dabei. Neben der Entwicklung einer Kampagne für einen echten Kunden besuchten die Teilnehmenden die einwöchigen, von Branchenprofis geleiteten Summer School Workshops.

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

<http://www.eaca-inspire.eu/summer-school/>



SEA-KAMPAGNE PRAKTIKA-STELLEN

Die Nachwuchsförderung und die Suche nach Talenten ist ein zentrales Anliegen des Verbandes. Im zweiten Halbjahr 2018 startete der LSA eine zweiwöchige SEA-Testkampagne mit dem Thema «Praktikumsstellen bei LSA-Agenturen». Unterstützt wurden die Ads durch Flyer, die an Anlässen für junge Jobsuchende gestreut wurden. Interessierte konnten über eine Landingpage auf der LSA-Website ihre Bewerbungsunterlagen hochladen. Diese gelangten dann direkt zu den HR-Verantwortlichen bei LSA-Agenturen.

Für 2019 ist eine integrierte Kommunikationskampagne für Praktikumsstellen in Zusammenarbeit mit dem BPRA geplant.



AD SCHOOL

Die Ad School Schweiz, die gemeinsame Bildungsoffensive von ADC, LEADING SWISS AGENCIES und der Account Planning Group, geht in die zweite Runde: 28 junge Strategen und Kreative haben die Zusage für den Lehrgang 2018/2019 erhalten.

Am 24. August 2018 starteten die zweiten, rund 4 Monate dauernden berufsbegleitenden Lehrgänge der Ad School: Der Lehrgang Kreation für junge ADs, Grafiker und Digitale sowie der Lehrgang Strategie für junge Berater und Strategen.

An der Ad School Schweiz lernen die begabtesten Talente der Kommunikationsbranche von den besten Vertretern und Dozenten der Branche. Der LSA übernimmt jeweils die Organisation der Schule sowie die administrative Betreuung der Schüler und der mehr als 30 Top-Dozenten.

Der Lehrgang der Ad School ist von der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich als «Certificate of Advanced Studies ZFH (CAS) in Strategischer Planung und Kreation» anerkannt.

www.adschool.ch

Juni / Juli / August



LSA Bootcamp

SEPTEMBER

OKTOBER

LSA Look Book 2018

PAD18, Zürich

LSA-Agenturranking

Neumitglieder
Webrepublic AG und
Plan.Net Suisse AG

LSA=BOOTCAMP 2018

24. BIS 28. SEPTEMBER 2018,
APG ZÜRICH

Bereits zum dritten Mal organisierte der Verband das LSA-Bootcamp, ein Ausbildungsplan, der sich an Einsteiger aus den Bereichen Beratung, Kreation, Produktion und Media von Mitgliedsagenturen richtet.

Während der Bootcamp-Woche hatten die Teilnehmenden Zeit, im Team einen Pitch vorzubereiten und diesen schliesslich vor einer Jury zu präsentieren.

Das Ergebnis der intensiven Arbeit konnte sich mehr als sehen lassen. Das Niveau war extrem hoch, vier starke Pitches der Agenturen New Age, Innolution, rakoon und possum machten es der Jury nicht einfach.

Zum Abschluss der anstrengenden, lehrreichen Woche und mit einem Teilnehmerzertifikat in der Hand entspannten sich die Bootcamper bei einem feinen Apéro. Die Tür zur Schweizer Agenturwelt war aufgestossen.



BEGRÜSSUNG LSA-NEUMITGLIED WEBREPUBLIC AG

1. OKTOBER 2018

Webrepublic bietet Research, Strategie, Konzeption, Kreation, Kampagnenplanung und -optimierung, Analyse sowie Software Engineering aus einer Hand. Die über 170 Mitarbeiter in den Büros in Zürich und Lausanne kombinieren kreatives Denken mit messerscharfer Analyse und sprechen 12 verschiedene Muttersprachen. Denn in der globalen, digitalen Welt generiert nur unternehmerischen Mehrwert, wer technologische Komplexität reduziert, überraschende Ideen entwickelt, Daten richtig interpretiert und kulturelle Nuancen versteht – und wer eine Unternehmenskultur lebt, in der Teamgeist, Leidenschaft und Talent gefördert werden.

www.webrepublic.com



Tom Hanan, Gründer & CEO, Chris Hanan, Partner, Tobias Zehnder, Mitgründer & Partner, Hannes Gasser, Partner.

BEGRÜSSUNG LSA-NEUMITGLIED PLAN.NET SUISSE AG

1. OKTOBER 2018

Unter dem Motto «Creating Relevance» entwickelt Plan.Net digitale Kampagnen, die den Kunden ermöglichen, ihre Prozesse zu optimieren, den Salesfunnel zu füllen und Leads zu generieren und zu qualifizieren. Plan.Net betreut rund 60 Kunden aus verschiedenen Branchen, welche im B2B- und B2C-Markt tätig sind, und beschäftigt 50 Mitarbeitende aus den Bereichen Strategie, Beratung, Kreation, Softwareentwicklung, Performance- und Social-Media-Marketing.

www.plan-net.ch/de/



Holger Schicke (Leiter Strategie & Beratung), Micha Seger (Creative Director), Andreas Gentsch (Leiter Digital Marketing), Philipp Sauber (Geschäftsführer & Partner), Eliane Tschudi (Client Service Director), Marcel Baumann (Leiter Softwareentwicklung)

LSA-AGENTUR- RANKING 2018

OKTOBER 2018

Das LSA-Ranking 2018 basiert auf einer Auswertung der beglaubigten Bruttobetriebserträge (BBE) für das Jahr 2017. Die führenden Agenturen der Schweiz erzielten 2017 kumuliert Erträge in der Höhe von rund 457 Millionen Franken.

www.leadingswissagencies.ch/agenturen/ranking-kommunikationsagenturen-2018/
www.leadingswissagencies.ch/agenturen/ranking-mediaagenturen-2018/



PAD18, ZÜRICH

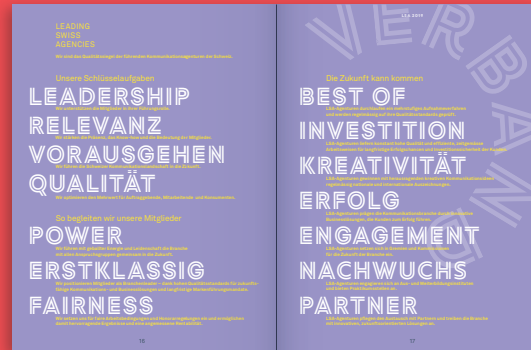
16. OKTOBER 2018,
VOLKSHAUS ZÜRICH

PAD ist die Konferenz für Programmatic Advertising in der Schweiz, an der Marktteilnehmer und Experten die neuesten Trends und Entwicklungen diskutieren. Organisiert wird der Event jeweils von den Verbänden IAB Switzerland, Schweizer Werbe-Auftraggeber SWA, Interessengemeinschaft elektronische Medien IGEM und LEADING SWISS AGENCIES.

2018 wurde das neue Konferenzformat «Challenge-Pitches» eingeführt. Die Challenge-Pitches sind Slots von 7 Minuten, in denen Firmen ihre Programmatic Advertising Cases dem Publikum vorstellen. Gefolgt von einer 3-minütigen Q&A-Session pro Pitch.



Martin Meyer-Gossner (Moderation), Catherine Purgly, LSA, Roland Ehrler, SWA, Siri Fischer, IGEM, Roger Baur, IAB



LSA LOOK BOOK 2019

Das LSA Look Book ist ein jährlicher Print-Snapshot der Agenturporträts auf leadingswissagencies.ch.

Es verschafft Auftraggebern rasch und bildhaft den Zugang zu einem oder mehreren Agenturpartnern. Das Look Book wird jährlich von einem LSA-Mitglied gestaltet. In diesem Jahr setzte in flagranti das LSA Look Book 2019 um. Der Fokus der Ausgabe 2019 liegt auf der Zukunftsfähigkeit des Verbandes und seiner Mitglieder.





Impulsseminar
«Negotiations for
Leaders»



Leadergespräch
«Zusammenarbeit der
Zukunft»

NOVEMBER

DEZEMBER



Neumitglied
blue-infinity SA



LSA-Weihnachtskarte
«Performance»

IMPULSSEMINAR «NEGOTIATIONS FOR LEADERS»

6. NOVEMBER 2018,
FOUR POINTS BY SHERATON SIHL CITY

Im LSA-Impulsseminar «Negotiations for Leaders» erhielten 19 Teilnehmende von LSA-Mitgliedsagenturen die Möglichkeit, ihre Verhandlungsfertigkeiten durch das Coaching von Tom Kinnaird – einem der renommiertesten Verhandlungstrainer und Procurement-Experten – zu erweitern.



Seminarziel

**Alternative Wege kennen, um
Agenturleistungen zu bewerten und
die Kundenverhandlungen
von Preis zu Wert zu verlagern.**

Seminarziel

**Sicherer in der realen Welt verhandeln –
insbesondere die Fähigkeit,
Werte zu beanspruchen und Werte
zu schaffen.**

Seminarziel

**Sensibilisierung auf die Spielchen,
die von Kunden und Procurement
während den Verhandlungen
und insbesondere in Wettbewerbs-
präsentationen gespielt werden.**

LEADERGESPRÄCH «ZUSAMMENARBEIT DER ZUKUNFT»

13. NOVEMBER 2018, WESTHIVE ZÜRICH

Die Kommunikationswirtschaft befindet sich im Wandel. Insbesondere was den Arbeitsmarkt, die Zusammenarbeit mit den Kunden und die damit verbundenen internen und externen organisatorischen Herausforderungen betrifft.

Ziele des Seminars

- Keine fertigen Lösungen, sondern Impulse, Ansätze von Ideen
- Welche Fragen müssen wir beantworten, um uns für die Zukunft richtig aufstellen zu können?
- Trendwörter wie «agile Zusammenarbeit» und «Co-Working» kritisch hinterfragen
- Diskussion/Austausch unter den Mitgliedern anstossen

3 Themenblöcke

- Strategieprozess und Geschäftsmodell
- Organisation
- Kundenzusammenarbeit

Die folgenden Top-Referenten führten durch den Abend

- Andreas Widmer, Gründer und Mitbetreiber des neuen Co-Working Space «Westhive».
- Roger Romano, Institut für systemische Impulse, Organisationsberater, Transaktionsanalytiker
- Bernhard Herzig (Maxomedia) und Matthias Koller (Publicis Zürich)



BEGRÜSSUNG LSA-NEUMITGLIED BLUE-INFINITY SA

1. DEZEMBER 2018

Als neues Mitglied von LEADING SWISS AGENCIES unterstützt blue-infinity mit rund 650 Mitarbeitern über 100 Kunden im In- und Ausland. Durch den Einsatz von wegweisenden digitalen Lösungen schafft die Agentur erstklassige Rahmenbedingungen, damit ihre Kunden optimal mit Konsumenten, Mitarbeitern und Partnern kommunizieren und zusammenarbeiten. Neben der Zentrale in Genf verfügt blue-infinity über Büros in Basel, Zürich und Lausanne sowie internationale Standorte in Deutschland, Portugal und der Tschechischen Republik. Seit 2017 ist blue-infinity ausserdem Teil der globalen Agenturgruppe Dentsu Aegis Network und kann damit zusätzlich auf die gesamte Bandbreite führender Media-Leistungen zurückgreifen.



Patrik Gamryd, CEO blue-infinity, Thomas Spiegel, CEO Dentsu Aegis Network Switzerland, Walter Hassler, CFO Dentsu Aegis Network Switzerland

LSA-WEIHNACHTSGRÜSSE IHRE MITGLIEDSCHAFT HAT GEWICHT

12. DEZEMBER 2018

In diesem Jahr hat sich der Verband mit einem speziellen Weihnachtsgruss bei seinen Mitgliedern für ihr Engagement bedankt: Die Weihnachtskugel am LSA-Baum zeigte jedem einzelnen Mitglied seine individuelle Besucherzahl auf seinem Profil auf der LSA-Website im 2018.

Wir möchten damit unseren Mitgliedern zeigen, dass sich ihre Anstrengungen auszeichnen und dass sie gesehen werden. Und wir möchten sie motivieren, ihre Profile weiterhin aktuell und spannend zu halten.



JANUAR

Leadergespräch
«Honorarmodelle der
Zukunft», Lausanne



LSA-Debatte #1



Allmédia-Kongress
Lausanne

FEBRUAR

LSA-/SWA-
Branchenindikator 2019



Ad School 2018/19
Zertifikatsfeier



AGBs – neu konzipiert

MÄRZ

LEADERGESPRÄCH

«HONORARMODELLE DER ZUKUNFT»
MIT EXPERTEN-ROUNDTABLE

15. JANUAR 2019, LAUSANNE

Zum Thema «Honorarmodelle der Zukunft» wurde zu Jahresbeginn in der Westschweiz ein Leadergespräch mit LSA-Agenturen durchgeführt. Diskutiert wurde mit Frédérique Mathys, Valencia Kommunikation. Im Anschluss an die Präsentation und Diskussion tauschten die Teilnehmenden bei einem Apéro riche ihre persönlichen Erfahrungen aus.





LSA-DEBATTEN-SERIE #1

DATEN ALS DIGITALE HEILSBINGER
ODER ABGESANG AUF DIE PRIVATSPHÄRE?

16. JANUAR 2019, ADC-GALERIE, ZÜRICH

In einer fragmentierten Medienlandschaft und multioptionalen Welt verspricht die datengetriebene und zielgenaue Ansprache von Konsumentinnen und Konsumenten maximale Effizienz und einen höheren Return on Investment.

Doch wem gehören eigentlich private Daten? Wie dürfen Unternehmen und Organisationen Daten verwenden und wie nicht? Was ist das Preis-Leistungs-Verhältnis, wenn Konsumentinnen und Konsumenten Unternehmen ihre Daten zur Verfügung stellen? Und welche Verantwortung tragen Werbetreibende und Kommunikationsagenturen?

Diesen und anderen Fragen sind wir im neuen Format «LSA-Debatten» nachgegangen.

Unter der Leitung von Markus Spillmann diskutierten:

- Adrienne Fichter, Redakteurin beim Online-Magazin «Die Republik»
- Berivan Fidanoglu, Datenschutzbeauftragte bei PostFinance
- Jürg Stuker, Verwaltungsrat und Partner bei Namics
- Ursula Uttinger, Präsidentin des Datenschutzforums Schweiz

ALLMÉDIA KONFERENZ

22. JANUAR 2019,
HOTEL ALPHA PALMIERS, LAUSANNE

Allmédia ist die wichtigste Konferenz für Kommunikation, Marketing und Werbung in der Westschweiz. Die Konferenz findet jährlich abwechselnd in Genf und in Lausanne statt und wird von der Dachorganisation KS-CS organisiert. 2019 trat der LSA erstmals als Sponsor an der Veranstaltung auf.

Zum Programm gehörten neben spannenden Keynotes von Spitzenkräften aus der Kommunikationsbranche auch Roundtables zu aktuellen Themen sowie der begehrte Businesslunch. Im Fokus der Konferenz standen die Herausforderungen, denen sich Medien, Agenturen und Werbeauftraggeber heute gleichermassen gegenüberstehen.



Bilder: marino.ch

LSA=/SWA BRANCHENINDIKATOR 2019

Die **Werbemarktstudie**, welche wir seit 2013 zusammen mit der HSG und dem SWA jährlich durchführten, wurde 2018 durch eine kürzere und schlan-
kere Umfrage ersetzt: «LSA/SWA Branchenindikator 2019».

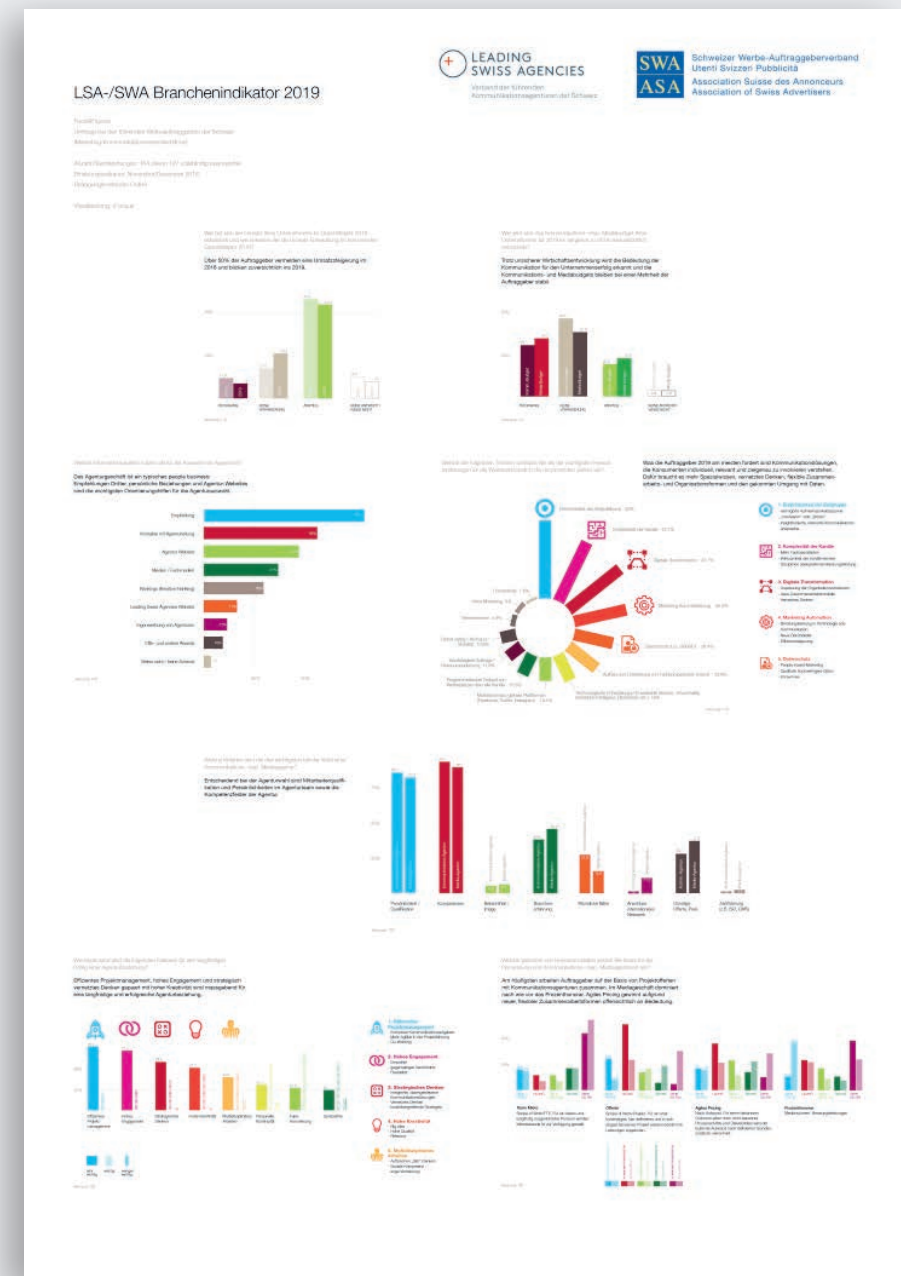
Die Umfrage konzentrierte sich auf drei wesentliche Fragestellungen des Kommunikationsmarkts:

- Entwicklung Kommunikations- und Mediabudgets
- Welche Werbemarkt-Trends sind aktuell wichtig?
- Wie arbeiten Agenturen und Werbeauftraggeber zusammen?

Insgesamt nahmen 164 Werbeauftraggeber teil. Die Teilnehmer wurden persönlich rekrutiert. Ziel war Qualität vor Quantität, und für aussagekräftige Antworten war entscheidend, dass nur Personen den Fragebogen erhielten, die auch tatsächlich für Marketing-Kommunikation verantwortlich und in die Zusammenarbeit mit Agenturen involviert sind.

Die wichtigsten Erkenntnisse:

- Mehr als die Hälfte der Werbeauftraggeber vermeldet für das vergangene Jahr eine Umsatzsteigerung und rechnet 2019 ebenfalls mit einem Anstieg.
- Top-5-Herausforderungen der Schweizer Werbewirtschaft: Erreichbarkeit der Zielgruppen, Komplexität der Kanäle, digitale Transformation, Marketing-Automation, Datenschutz.
- Hohes Engagement, effizientes Projektmanagement und strategisches Denken und eine hohe Kreativität sind die Erfolgsfaktoren für eine langfristige Zusammenarbeit mit Agenturen.
- Wichtigste Honorierungsform von Kommunikationsagenturen ist der «Scope of Work». Bei den Mediaagenturen ist nach wie vor das Prozenthonorar auf das Mediavolumen das meistverbreitete Honorarmodell.



LSA= BRANCHENINDIKATOR 2019 «AGENTUREN»

Auch die **Agenturstudie**, welche wir seit 2013 zusammen mit der HSG jährlich durchführten, wurde 2018 durch eine kürzere und schlankere Umfrage/Studie ersetzt: LSA-Branchenindikator 2019 «Agenturen».

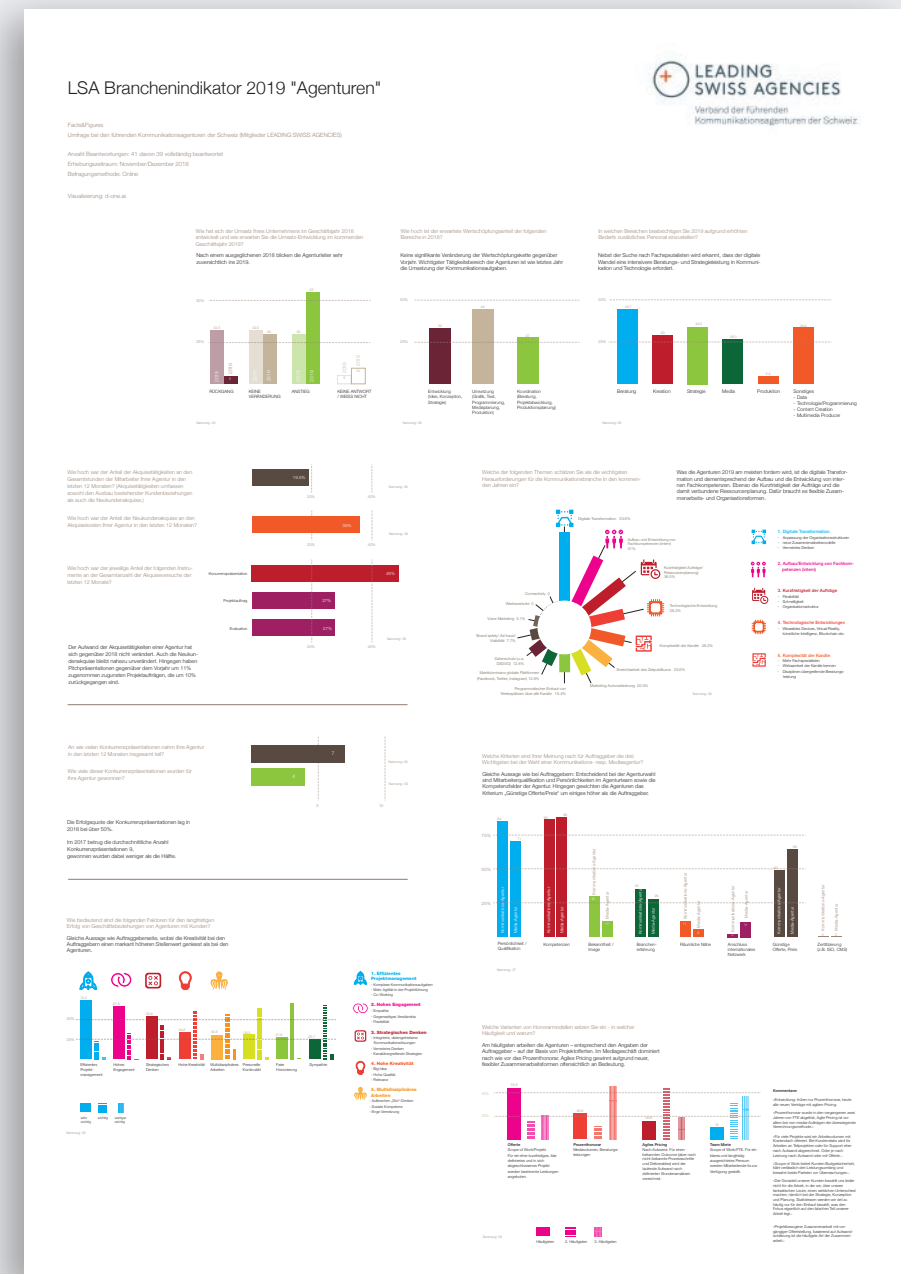
Die Umfrage konzentrierte sich auf folgende wesentliche Fragestellungen des Kommunikationsmarkts:

- Welche Werbemarkt-Trends sind aktuell wichtig?
- Wie arbeiten Agenturen und Werbeauftraggeber zusammen?

Insgesamt haben 41 Teilnehmende die Studie vollständig beendet.

Die wichtigsten Erkenntnisse:

- 55% der teilnehmenden Agenturen erwarten 2019 einen Anstieg des BBE.
- Top-5-Herausforderungen für die Agenturen:
Digitale Transformation, Aufbau/Entwicklung von Fachkompetenzen, Kurzfristigkeit der Aufträge, technologische Entwicklungen, Komplexität der Kanäle.
- Effizientes Projektmanagement, hohes Engagement, strategisches Denken und hohe Kreativität sind entscheidende Erfolgsfaktoren in der Zusammenarbeit mit Agenturen.
- Wichtigste Honorierungsform von Kommunikationsagenturen ist der «Scope of Work». Bei den Mediaagenturen ist nach wie vor das Prozenthonorar auf das Mediavolumen das meist verbreitete Honorarmodell.



AD SCHOOL 2018/19 ZERTIFIKATSFEIER

7. FEBRUAR 2019
C/O ADC SWITZERLAND

Am 7. Februar 2019 wurden 27 Absolvierende des zweiten Lehrgangs der Ad School in der ADC-Galerie feierlich diplomiert. Sie erhielten das Ad-School-Zertifikat und das Certificate of Advanced Studies Strategische Planung und Kreation der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich.

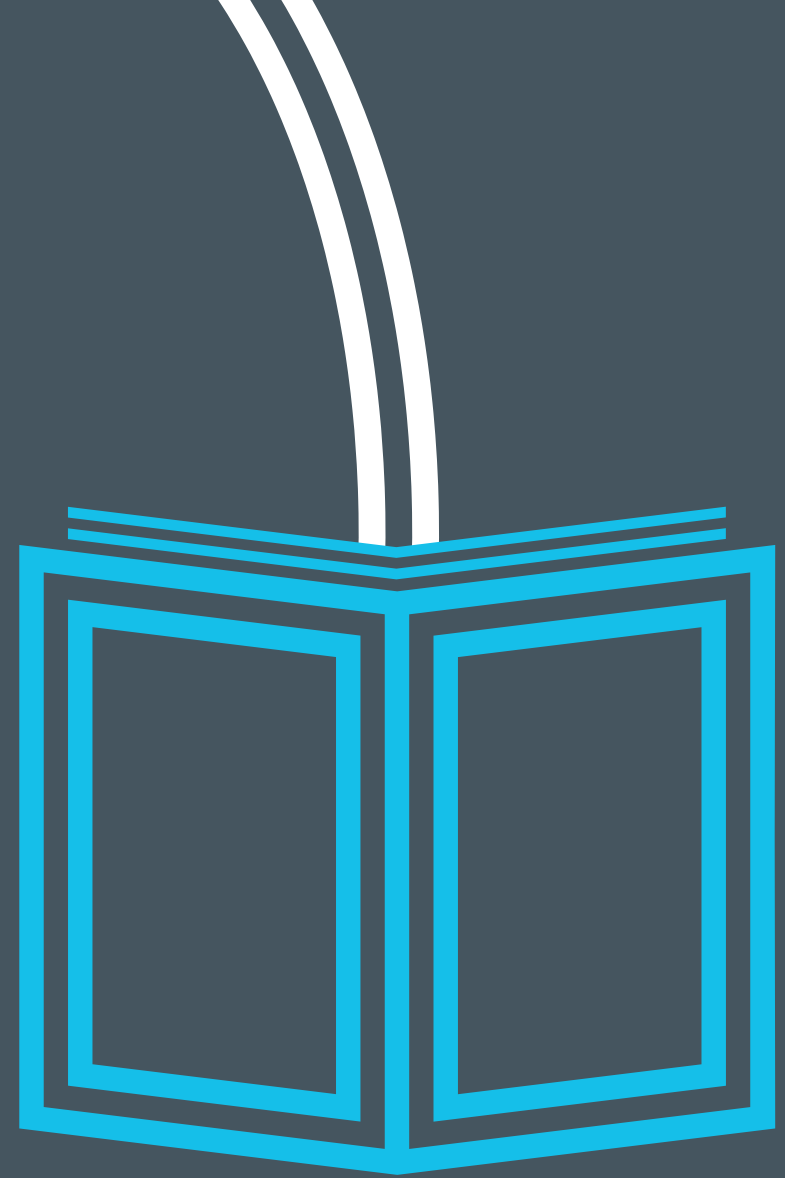
Für die Abschlussarbeit konnte UBS Switzerland als Sponsor gewonnen werden. Im Briefing wurden die Studierenden aufgefordert, eine neue Positionierung und Kampagne für den «UBS Kids Cup» zu entwickeln. Die Teams, bestehend aus Kreativen und Strategen/Beratern, präsentierten der Jury des Ad School-Schulrates und der Vertreterin der UBS ihre Abschlussarbeiten. Die Gewinnerteams werden am 23. März 2019 an der ADC-Gala mit den begehrten Würfeln ausgezeichnet.



AGBs NEU KONZIPIERT

Die neuen allgemeinen Geschäftsbedingungen des LSA ersetzen die Branchengrundsätze für Kommunikations- und Mediaagenturen und regeln die Beziehungen zwischen Kunde und Agentur. Sie sind als Ergänzung zu den Individualverträgen zu verstehen und sollen den Mitgliedern Orientierungshilfe bei der Gestaltung ihrer Kundenbeziehungen dienen.





Kommunikation

PERSÖNLICH ARTIKEL

Im Fachmagazin Persönlich schreiben LSA-Vertreter über aktuelle Themen in der Branche:

Ausgabe	Thema	Autor
Februar	LSA/SWA-Werbemarktstudie 2017	Catherine Purgly, LSA
März	Das neue ABC der Honorierung	Roman Hirsbrunner, JvM/Limmat
April	Welsche Werber: die Penn(dl)er der Schweiz	Michael Kamm, Agence Trio
Mai	LEADING SWISS AGENCIES: Fristerstrecker oder Zukunftsgestalter?	Michael Hählen, in flagranti
Juli	Werbung, die ehrlichste Form der Ansprache	David Schärer, Rod Kommunikation
August	Wirkungsvolle Kommunikation schafft finanziellen Mehrwert	Roman Geiser, Farner Consulting
September	Wir brauchen ein Mediengesetz, das zukünftigen Geschäftsmodellen im Medienmarkt genügend Freiraum lässt.	Catherine Purgly, LSA
November	Ist Ihr Brand digital genug?	Martin Fawer, Process Brand Communication
Dezember	3. LSA-Bootcamp: Konzepten, Baby, konzepten!	Petra Dreyfus, Wirz Communications

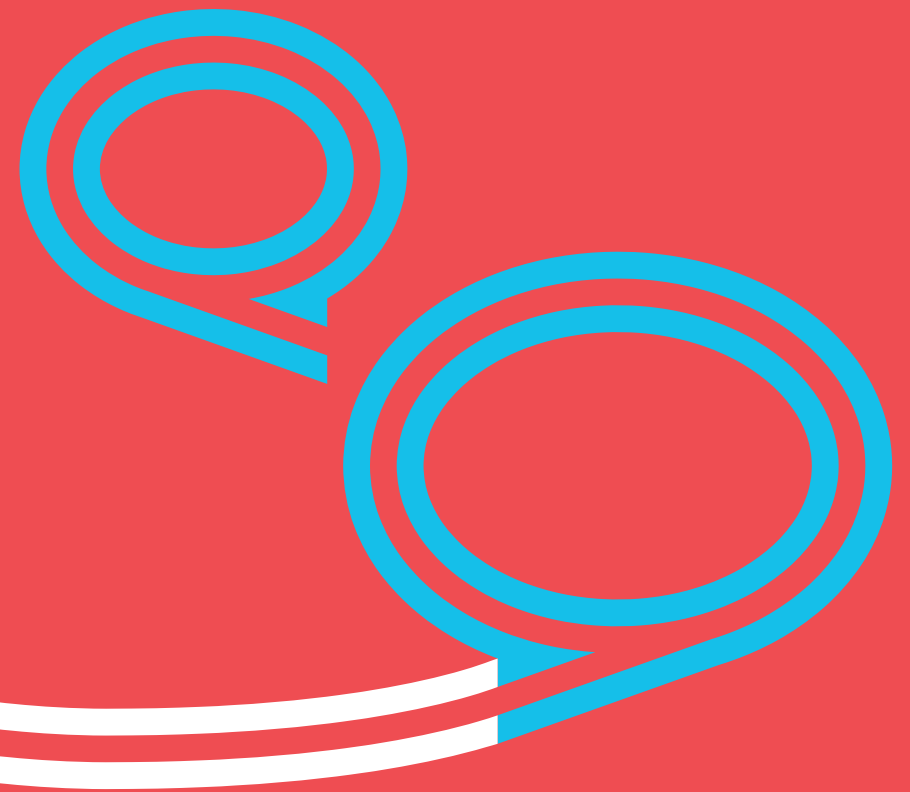
COMINMAG ARTIKEL

Artikel von LSA-Mitgliedern zu aktuellen Themen haben einen festen Platz im Printmagazin Cominmag und auf dessen Website.

Edition	Sujets	Auteur
Février/Mars	«Les atouts d'une agence LSA romande: l'expérience Trio».	Michael Kamm, Agence Trio
Avril	«Le nouvel ABC de la rémunération»	Roman Hirsbrunner, JvM/Limmat
Mai/Juin	«Se mettre sur les rails ou changer de voie: comment prendre le train de la formation?»	Michael Hählen, in flagranti communication
Juillet/Août	LIVRE COMINMAG DES AGENCES: double page sur avantages LSA + Agency Finder	Guillaume Roud, Agence Trio SA
Septembre	«Les nouvelles techniques de production et la fin de la communication traditionnelle»	Helyn Benard, Publicis Communication Lausanne
Octobre	«Les marques faites pour durer»	Michael Kamm, Agence Trio
Novembre	«PATRONS: RÉALISONS VOS RÊVES»	Edouard Gaultier, Gaultier Collette
Décembre/Janvier	LIVRE COMINMAG DES AGENCES	Guillaume Roud, Agence Trio



Alle Artikel stehen zum Nachlesen/Downloaden auf der LSA-Website unter «Aktuell» zur Verfügung.



Kooperationen und Partnerschaften

ZUSAMMENARBEIT PARTNERVERBÄNDE

LSA und SWA

- LSA/SWA: Branchenindikator 2019
- Media-/Preisleistungsindex MPLI

LSA, ADC Switzerland und APGS

Gemeinsame Träger der Ad School sind der ADC Switzerland, die Account Planning Group Schweiz (APGS) und LEADING SWISS AGENCIES (LSA).

LSA und IAB

- Unterstützung des IAB/LSA-Diplomlehrgangs
«Digital Marketing für Einsteiger»
- Unterstützung bei der Durchführung des Programmatic Advertising Day
(seit 2016)
- Unterstützung bei der Durchführung des Online-Karrieretags Zürich
(seit 2017)
- Unterstützung Best of Swiss Web 2018

LSA und HWZ

Unterstützung des Studiengangs CAS Marketing Communication zusammen mit dem Schweizer Werbe-Auftraggeberverband SWA. Partner der Ad School. Certificate of Advanced Studies BFH (CAS) in strategischer Planung und Kreation.

LSA und KS-CS

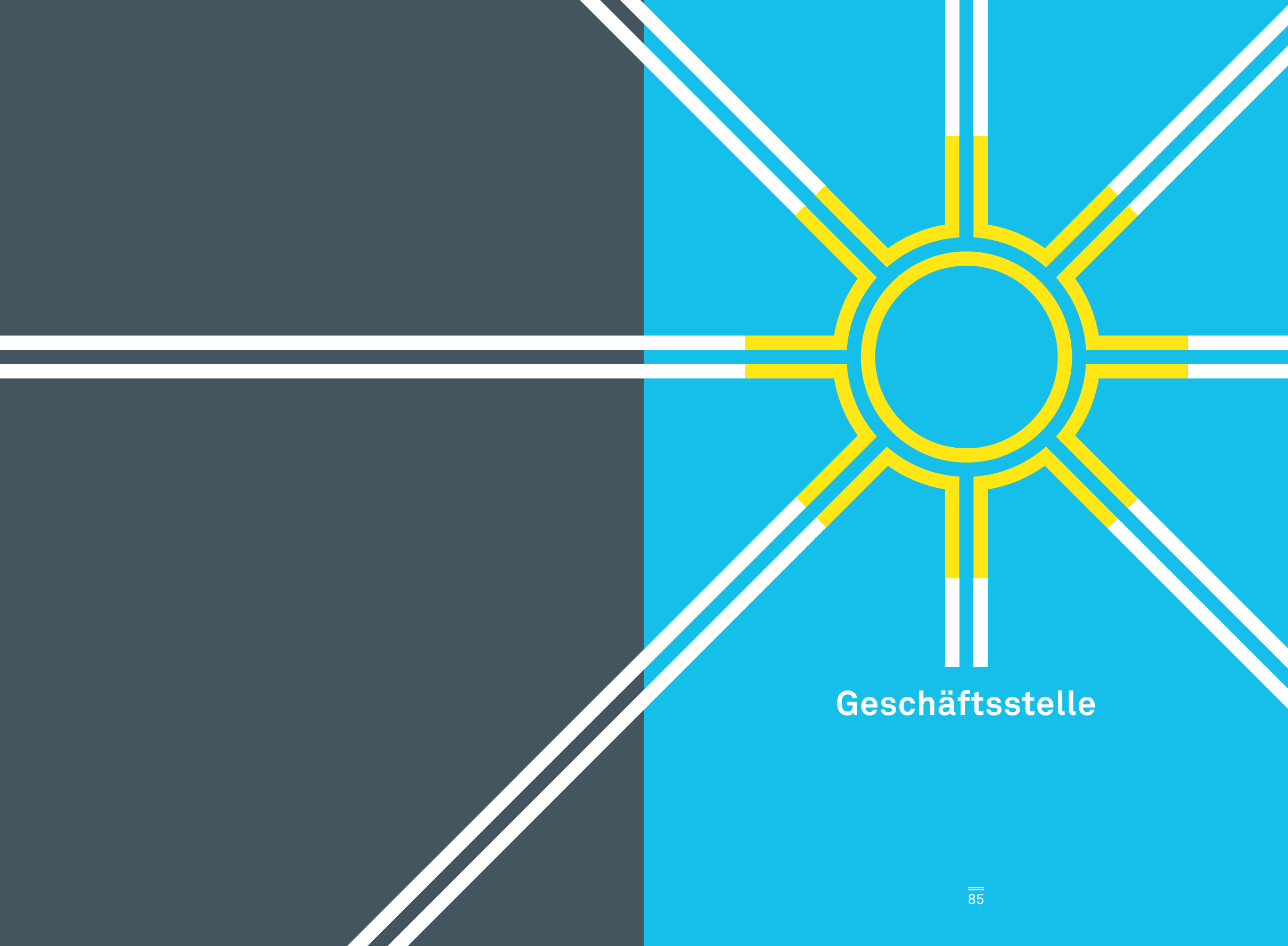
- Unterstützung des Allmédia-Kongresses in Lausanne/Genf

LSA und Schweizerische Lauterkeitskommission

- Teilnahme an Plenums- und Kammersitzungen der Schweizerischen Lauterkeitskommission

LSA und ADC Switzerland

- LSA ist Veranstaltungspartner der ADC Young Creatives Awards.



Geschäftsstelle



Catherine Purgly
Geschäftsführerin



Annette Truniger
Projektmanagement



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:

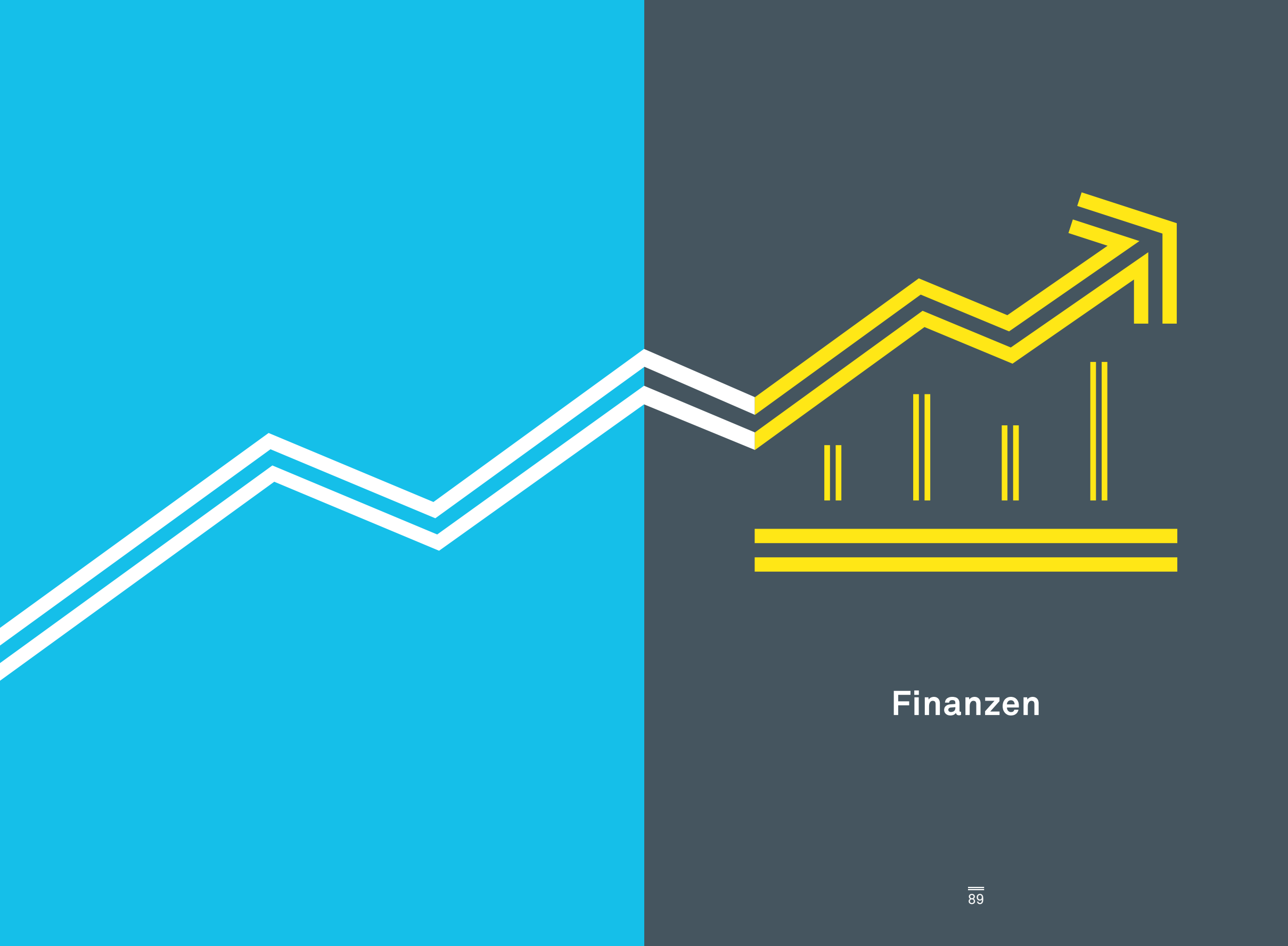
Unsere Hauptaufgaben

- Unterstützung der Mitglieder mit Services, Tools und Know-how
- Förderung des Erfahrungs- und Informationsaustausches zwischen den Mitgliedern
- Ausbildungsprogramme und Nachwuchsförderung
- Kommunikationsaktivitäten in Fachmedien und auf Social-Media-Kanälen
- Aktive Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Werbe-Auftraggeberverband (SWA) und anderen branchennahen Verbänden
- Lehrgang-Koordination 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 Swiss Effie Awards

Seit dem 1. Oktober 2018 wird die Geschäftsstelle im Bereich Verbandskommunikation durch Ilan Olstein mit einem 30%-Pensum unterstützt.

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 2018 schliesst mit einem Gewinn von CHF 1'627.70 ab.
 Die detaillierte Jahresrechnung inklusive Kommentar finden Sie in der Beilage.

LEADING SWISS AGENCIES
 Weinbergstrasse 148
 8006 Zürich

zuhanden der Mitgliederversammlung LSA 2019

Revision der Jahresrechnung 2018

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 1'627.70 und einem Kapital von CHF 381'872.56 stichprobenweise kontrolliert und für richtig befunden wurden.

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

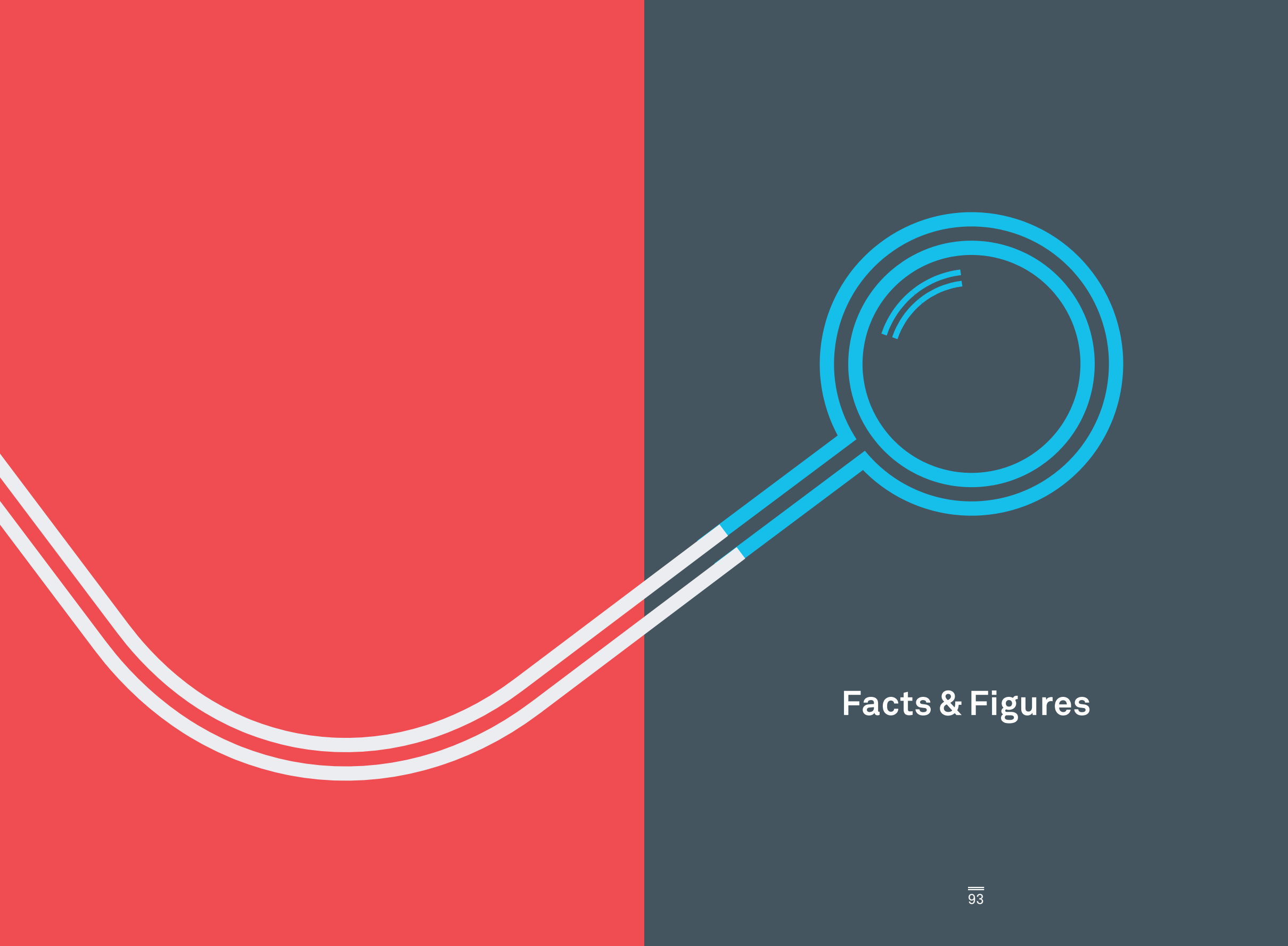
Wir empfehlen der Mitgliederversammlung die Annahme der Rechnung und Decharge-Erteilung an Vorstand und Präsidium.

Die Revisoren:

Verena Bernhard

Edgar Magyar

Zürich, 28. Februar 2019



Facts & Figures

TASKFORCES

Ad School Schulrat

Peter Brönnimann, Schulratspräsident
 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

Revisoren

Edgar Magyar, Publicis Communications Schweiz AG
 Verena Bernhard, Havas

Ersatzrevisor

Roland Oberhauser, Farner Consulting

Ombudsmann

Peter Leutenegger

LSA-VERTRETER

IN VERBÄNDEN UND KOMMISSIONEN

IAA International Advertising Association Swiss Chapter

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

ADC Switzerland

Vorstand: Peter Brönnimann, Publicis Zürich
 Livio Dainese, Wirz Communications, Markus Gut, Process,
 Dennis Lück, Jung von Matt/Limmat, Philipp Skrabal, Farner Consulting,
 Thomas Wildberger, Publicis Zürich

APGS (Account Planning Group Switzerland)

Vorstand: Romana Weber, Jung von Matt/Limmat, Michael Selz,
 OmnicomMediaGroup, Anne Langer, Rod Kommunikation

BSK Berufsschulkommission

Vertreter Praktikumsbetriebe: Andreas Gentsch, Plan.Net Suisse

EACA/NAC

Catherine Purgly, LEADING SWISS AGENCIES

EXPO Event

Vorstand: Bala Trachsel, Republica

GfM

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

IAB Switzerland

Martin Sauter, Futurecom Interactive

IGEM Interessengemeinschaft Elektronische Medien

Stephan Küng, TWmedia The Whole Media, Präsident
Axel Beckmann, Mediacom Switzerland, Manfred Strobl, Mediaschneider

IFEM – Institut für empirische Medienforschung

Manfred Strobl, Mediaschneider

KS/CS

Vorstand: Urs Schneider, Mediaschneider
Kommunikationsrat: Michael Kamm, Agence Trio
Prüfungskommission: Erich Koller, ET&H

Mediapulse Stiftung für Medienforschung

Stiftungsrat: Beat Krebs, Publicis Media
User Commission: Monika Jäggi, Konnex

Präsidentenkonferenz LSA/SRG/SWA/Schweizer Presse/VSW

Michael Hählen, in flagranti communication

Prüfungskommission der Schweizer Werbung

Urs Schneider, Mediaschneider, Präsident

SAWI Westschweiz

Vorstand: Michael Kamm, Agence Trio

Schweizerische Lauterkeitskommission

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

SMDH

Verwaltungsrat: Beat Krebs, Publicis Media

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

Michael Hählen, in flagranti communication

Stiftungsausschuss/Stiftungsrat Werbestatistik Schweiz

Catherine Purgly, LSA

User Commission Print REMP

Christian Rufener, Mediaschneider

Vorstand Zürcher Handelskammer

Geri Aebi, Wirz

WEMF Kommission für Auflage und Verbreitung, KAV

Beat Krebs, Publicis Media, Catherine Purgly, LSA
WEMF User Commission: Peter Döbeli, Konnex
WEMF Forschungskommission: Andreas Weiss, Publicis Media

MUTATIONEN

Mitglieder per 1.1.2018

Aktivmitglieder/Agenturen	75
davon Kommunikationsagenturen	57
und Mediaagenturen	18

Aufnahmen 2018

1. Januar 2018	Freundliche Grüsse AG
1. März 2018	Rod Kommunikation AG
1. Oktober 2018	Webrepublic AG
1. Oktober 2018	Plan.Net AG
1. Dezember 2018	blue-infinity SA

Austritte 2018

31. Dezember 2018	Hofer AG
31. Dezember 2018	Virtua SA

AGENTUREN NACH BBE

	Anzahl Agenturen	Anteil pro Kategorie am Gesamt-BBE
10 – 30 Mio. CHF	23	30 %
5 – 10 Mio. CHF	9	12 %
2 – 5 Mio. CHF	24	30 %
0 – 2 Mio. CHF	5	6 %

17 Agenturen nahmen am LSA-Ranking nicht teil.

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

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

Konzept und Design
Process, Zürich

Druck
DE Druck AG, Effretikon



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