

EDITORIAL



Liebe Leserin, lieber Leser

Die EURO 08 steht vor der Tür. Ein Fussballturnier dieser Dimension bietet nicht nur sportliche Unterhaltung, willkommene Gelegenheiten für geselliges Beisammensein und den Gastgeberländern eine gute Plattform zur Selbstdarstellung. Für die Veranstalter stellt dieser Grossanlass vor allem eine wichtige Einnahmequelle dar. In den letzten Jahren haben UEFA und FIFA die Vermarktung ihrer Turniere und Events perfektioniert und sich innert relativ kurzer Zeit zu Milliardenunternehmen entwickelt. Jetzt müssen sie aufpassen, dass Spiel und Sport nicht auf der Strecke bleiben.

In der Vergangenheit wurden immer mehr Bereiche kommerzialisiert, die zuvor nicht exklusiv vermarktet wurden. Im Zuge dieser Entwicklung wurde auch die freie Berichterstattung der Medien zunehmend eingeschränkt. Medienfreiheit versus Kommerzialisierung war auch ein Thema in den Verhandlungen zwischen der UEFA und den europäischen Zeitungsverlegern. über die Akkreditierungsbestimmungen für die EURO 08. Erfreulicherweise hat man in diesem Punkt einen sinnvollen Kompromiss gefunden.

Ihr Hanspeter Kellermüller

EINIGUNG ZWISCHEN ENPA UND UEFA ÜBER AKKREDITIERUNGSBESTIMMUNGEN FÜR DIE EURO 08

Gut sechs Wochen vor Beginn der Fussball-Europameisterschaft haben sich die UEFA und der Europäische Zeitungsverlegerverband (ENPA) auf gemeinsame Akkreditierungsbestimmungen für die EURO 08 geeinigt, die vom 7. bis zum 29. Juni in Österreich und der Schweiz stattfinden wird.

► [Ganzer Artikel auf Seite 2](#)

NEUERUNGEN IM REGLEMENT AUFLAGEBEGLAUBIGUNG

Vor wenigen Tagen wurde das überarbeitete Reglement der Auflagebeglaubigung der WEMF AG für Werbemedienforschung an die Verlage verschickt. Das bearbeitete Reglement findet erstmals Anwendung in der Erhebungsperiode Juli 2008 bis Juni 2009 und bei der Publikation 2009.

► [Ganzer Artikel auf Seite 4](#)

MEHR ERFOLG IM WERBEVERKAUF

Die Werbebranche ist im Umbruch. Immer mehr Verlage werden zu Multimedia-Anbietern. Oft geht es heute nicht nur um Inserate zu verkaufen, sondern ganzheitliche Lösungen anzubieten. Werbepotenziale zu eruieren, Cross-Selling-Potenziale zu erkennen und ganzheitliche «Package-Lösungen», wo angebracht, verkaufswirksam zu präsentieren, sind wichtige Eigenschaften heutiger Werbeverkäufer. Ob im lokalen oder nationalen Markt, der Kunde fragt immer mehr nach Multimedia-Lösungen.

► [Ganzer Artikel auf Seite 7](#)

AUSSERDEM

Jahreskongress 2008	► 2
Verbände der deutschsprachigen Zeitungsverleger trafen sich in Potsdam	► 3
Diplomfeier Medienmanager	► 5
Mechanismen der Medienbranche	► 6
World Press Photo 08	► 8
VSW-Katalog der Schweizer Presse	► 10
Termine SCHWEIZER PRESSE	► 11

JAHRESKONGRESS 2008

Interessante Erfahrungen aus aller Welt

MEDIAS | SANS FRONTIERES

JAHRESKONGRESS DER SCHWEIZER PRESSE 11.-13. SEPTEMBER 2008 MONTREUX

Das diesjährige Motto des Jahreskongresses von SCHWEIZER PRESSE lautet: «médias sans frontières». Darin liegt nicht nur eine sprachliche Referenz an den Austragungsort Montreux. Das Motto ist auch Programm. Neben vielen Gelegenheiten für interessante Kontakte, informellen Austausch und geselliges Beisammensein bietet das Jahrestreffen der Medienbranche dieses Jahr auch interessante Eindrücke aus aller Welt. Der Blick über die Grenzen führt auch dazu, dass wir dieses Jahr etliche Vorträge in fremder Sprache planen für Simultanübersetzung ist aber gesorgt! Sichern Sie sich einen Platz an diesem wichtigsten Anlass unserer Branche! Ein Anmeldeformular liegt diesem Newsletter bei.

Folgende Referate sind u.a. vorgesehen:

- Matthias Döpfner, CEO Axel Springer AG
- Juan Antonio Giner, Gründungsmitglied der INNOVATION International Media Consulting Group
- Peter Scholl-Latour, freier Journalist und Autor
- Trevor Ncube, Vorstandsvorsitzender von «The Zimbabwe Independent» und «The Standard Newspapers» / Direktor der M&G Media Limited
- Mikal Rohde Direktor und Vizepräsident Strategy & Business Development von Schibsted ASA
- Hanspeter Lebrument, Präsident SCHWEIZER PRESSE / Verleger Südostschweiz Mediengruppe AG
- Bundesrätin Eveline Widmer-Schlumpf

HANSPETER.KELLERMUELLER@SCHWEIZERPRESSE.CH

AKTUELL

Einigung zwischen dem Europäischen Zeitungsverlegerverband (ENPA) und der UEFA über Akkreditierungsbestimmungen für die EURO 08

Gut sechs Wochen vor Beginn der Fussball-Europameisterschaft haben sich die UEFA und der Europäische Zeitungsverlegerverband (ENPA) auf gemeinsame Akkreditierungsbestimmungen für die EURO 08 geeinigt, die vom 7. bis zum 29. Juni in Österreich und der Schweiz stattfindet.



von links nach rechts: Martin Källin, Euro 2008 SA, Vizepräsident Geschäftsführer ENPA, Valdo Lehari jr., Präsident ENPA, Michel Platini, UEFA, Gerald Gröbinger, vti, Geschäftsführer VOZ, Hanspeter Kellermüller, Geschäftsführer CRP

Die Bekanntgabe der Einigung erfolgte im Rahmen eines Treffens zwischen UEFA Präsident Michel Platini, ENPA Präsident Valdo Lehari jr. sowie den Vertretern des

schweizerischen und österreichischen Verlegerverbands in der UEFA-Zentrale in Nyon. ENPA und UEFA haben seit letztem Jahr an der genauen Ausgestaltung der Akkreditierungsbedingungen für Journalisten an der Fussball-Europameisterschaft gearbeitet. Gegenüber dem ursprünglichen Entwurf konnten die Verleger insbesondere mehr Freiheit für die Internet-Publikation von Fotos erreichen.

Beide Seiten zeigten sich sehr zufrieden über den Verlauf der Gespräche und werden den gemeinsamen Dialog auch mit Blick auf künftige Turniere und Events weiter führen.

Die endgültige Version der Bestimmungen finden Sie auf unserer Website unter

► <http://www.schweizerpresse.ch/index.php?id=22>

NADJA.NAEGELI@SCHWEIZERPRESSE.CH

Nationalratskommission will kein Gesetz gegen sexistische Werbung

Die Rechtskommission (RK) des Nationalrates will «übersexualisierte und geschlechterdiskriminierende» Werbung nicht gesetzlich verbieten. Sie lehnt eine Initiative des inzwischen aus dem Rat ausgeschiedenen EVP-Abgeordneten Heiner Studer (AG) ab. Das Strafrecht setze der öffentlichen Werbung mit dem Pornografieverbot bereits gewisse Grenzen, hält die RK in einer am Freitag veröffentlichten Mitteilung fest. Ein strikteres Verbot wäre ihrer Ansicht nach schwer durchsetzbar.

Auch die vom Initianten angeregte Schaffung einer Ombudsstelle lehnt die Kommission ab. Die Schweizerische Lauterkeitskommission der Branche werte geschlechterdiskriminierende Werbung als unlauter. Sie könne flexibler und rascher eingreifen als eine staatliche Stelle. Im Übrigen seien für Werbevorschriften Kantone und Gemeinden zuständig, schreibt die Rechtskommission in ihrer Erklärung weiter. Diese könnten «den regional unterschiedlichen Sensibilitäten» Rechnung tragen.

HANSPETER.KELLERMUELLER@SCHWEIZERPRESSE.CH

INTERNATIONAL

Treffen der deutschsprachigen Zeitungsverleger

Anlässlich eines Treffens der deutschsprachigen Zeitungsverlegerverbände, zu dem der BDZV nach Potsdam eingeladen hatte, erklärte Matthias Platzek, dass in Deutschland der tägliche Blick in die Zeitung in vielen Haushalten zur guten Gewohnheit gehöre, insbesondere, um sich über lokale und regionale Ereignisse zu informieren. Gerade in Zeiten, in denen sich der Informationsfluss aufgrund der elektronischen Medien rasant beschleunige, wirke die Zeitung als «beruhigendes, Orientierung gebendes Medium», das bei den Menschen Vertrauen genieße, führte der Ministerpräsident weiter aus.



Im Mittelpunkt des jährlich stattfindenden Präsidientreffens der deutschsprachigen Verlegerverbände standen die Entwicklungen im Medienmarkt sowie die aktuellen medienpolitischen Herausforderungen. Einhellig sprachen sich die Teilnehmer gegen Werberestriktionen aus. Die aktuellen Diskussionen in den Gremien der Europäischen Union über Beschränkungen der Automobil- und Alkoholwerbung bestätigten den seinerzeit bei den Auseinandersetzungen um das Tabakwerbeverbot befürchteten «Domino-Effekt». Unter dem Deckmantel von Verbraucher- und Umweltschutz führten die Regulierungen der EU, kritisierten die Verbändevertreter, zu einer langfristigen Beschneidung der wirtschaftlichen Grundlagen der Presse. Damit werde nicht nur die Pressevielfalt in Europa immer stärker gefährdet, sondern auch die Presse insgesamt als ein Demokratie stabilisierendes Element sei bedroht.

Neben dem BDZV waren in Potsdam vertreten: der Verband Österreichischer Zeitungen, der Verband SCHWEIZER PRESSE sowie der Verband der luxemburgischen Zeitungsverleger.

HANSPETER.KELLERMUELLER@SCHWEIZERPRESSE.CH

WERBEMARKT

Auflagebeglaubigung: Neuerungen im Reglement

Vor wenigen Tagen wurde das überarbeitete Reglement der Auflagebeglaubigung der WEMF AG für Werbemedienforschung an die Verlage verschickt. Das bearbeitete Reglement findet erstmals Anwendung in der Erhebungsperiode Juli 2008 bis Juni 2009 und bei der Publikation 2009.

Neu gelten ab der Erhebungsperiode 2008/2009 alle geprüften Titel als «WEMF/SW-beglaubigt», auf die Bezeichnung «Auflagebestätigung Post» wird in Zukunft verzichtet. Werberelevante Titel mit einer «WEMF/SW-Beglaubigung» werden vom VSW grundsätzlich in dessen Datenbank als «WEMF/SW-beglaubigt» geführt. Weiter gelten neu die gleichen Publikationsrichtlinien für die Typologien 1000 bis 4000 und der Bereich «Gratisauflage» wurde in fünf Subkategorien unterteilt.

Anträge zur Reglementsänderung

Im Jahr 2007 ist die Projektgruppe «Q-Publikationen» des Verbandes SCHWEIZER PRESSE mit verschiedenen Anträgen zur Reglementsänderung an die WEMF AG gelangt. Die Anliegen der beantragenden Projektgruppe wurden in der Folge im Rahmen eines Projektes gründlich geprüft und bearbeitet. Die oben erwähnten, in der Neuauflage des Reglements integrierten Anpassungen gewährleisten nach wie vor die Vergleichbarkeit der Zahlen mit den Vorjahren.

Ausarbeitung eines neuen Preismodells

Neben den Anpassungen des Reglements wurde ein neues Preismodell erarbeitet. Dieses basiert einerseits auf einer detaillierten Prozesskostenrechnung und andererseits auf verursacherorientierten Aspekten.

WEMF AG für Werbemedienforschung, Telefon 043 311 76 76,

► <http://www.wemf.ch/de/mitteilungen/news/aufgabebeglaubigung.php>

TONI.VETTERLI@SCHWEIZERPRESSE.CH

Präsentationstraining

Powerpoint-Präsentationen sind aus der schweizerischen Medienbranche nicht mehr wegzudenken. Kaum ein internes Meeting, kaum ein Fachreferat oder Verkaufsgespräch ohne Laptop und Beamer.

Wie gut aber sind diese Präsentationen tatsächlich? Wie wirken sie? Bleiben Inhalte hängen, kann eine Kernbotschaft übermittelt werden? Sind die Vorträge überzeugend und kraftvoll, sind sie auf dem Punkt? Oder bestehen sie hauptsächlich aus langfädigem Blabla und zu vielen, überladenen und schlecht lesbaren Charts?

Das zweitägige Seminar vermittelt in Theorie und Praxis die wichtigsten Grundlagen für gute und klare Präsentationen in unterschiedlichen Situationen. Behandelt werden wesentliche formale und inhaltliche Aspekte, do's und dont's, und - je nach Zeit - rhetorische Stilfiguren. Die Theorie ist kurz gehalten, der praktische, übungsbezogene Teil wird sehr stark

gewichtet. Standortbestimmung: Die Teilnehmer wissen, wo sie mit ihren Präsentationen stehen, wo die konkreten Stärken und Schwächen bzw. Verbesserungspotenziale liegen.

Datum / Zeit

Donnerstag, 4. September 2008, ab 09.30 Uhr

Freitag 5. September 2008, bis ca. 16.30 Uhr

Kursort

Hotel Wilerbad, Sarnen

Anmeldung

info@medieninstitut.ch

INFO@MEDIENINSTITUT.CH

MEDIENINSTITUT

Diplomfeier Medienmanager

13 MedienmanagerInnen haben am 11. April 2008 das eidgenössische Diplom erhalten. In einem intensiven Kurs des Medieninstituts setzten sie sich mit sämtlichen Aspekten der Medienproduktion, -verbreitung und -vermarktung auseinander. An der Prüfung wurden zu den Branchenkenntnissen ihre analytischen und konzeptuellen Fähigkeiten getestet. In einer anspruchsvollen Diplomarbeit konnten sie ihre Kompetenzen in der Entwicklung von praxistauglichen und strategisch relevanten Medienprojekten unter Beweis stellen.



Den besten Abschluss mit einer Durchschnittsnote von 5,4 erreichte Roland Baumgartner, Leiter Elektronische Medien in der AZ Mediengruppe. Den zweiten Rang mit einer Durchschnittsnote von 5,2 teilen sich Urs Dubs, Chefredaktor Engadiner Post/Posta Ladina, Bernhard Hügli, Leiter Lesermarkt Berner Zeitung und Waltraud Stalder, Projektleiterin Verband SCHWEIZER PRESSE.

Matthias Hagemann, Vorsteher Departement Bildung, Prüfungsleiterin Eva Keller und Josefa Haas, Leiterin Medieninstitut gratulierten im Zunfthaus zur Waag zusammen mit zahlreich anwesenden Dozenten und Experten den eidgenössisch diplomierten Medienmanagerinnen und Medienmanagern:

- Dominik Achermann, Verlagsleiter, p.a media ag
- Roland Baumgartner, Leiter Elektronische Medien, AZ Medien Gruppe
- Daniela Brunner, Höhere Kaderausbildung der Armee (Chefin Kommunikation)
- Urs Dubs, Chefredaktor, Engadiner Post/Posta Ladina
- René Frey, Geschäftsführer, VVA Media AG
- Bernhard Hügli, Leiter Lesermarkt, Berner Zeitung AG
- Claudia Jud, Gebietsverkaufsleitung, Media Punkt AG
- Christopf Kloetzli, Geschäftsführer, Continue AG
- Zeno Läber, Projektleiter, AZ Medien Gruppe
- Marco Piffaretti, Produkt Manager Immobilien, Tamedia
- Waltraud Stalder, Projektleiterin, Verband SCHWEIZER PRESSE
- Daniel Strässle, Managing Director International, Ringier AG
- Toni Thoma, Geschäftsführer, onairwerbung

INFO@MEDIENINSTITUT.CH


medienjobs.ch

**Online-Stellenportal
für Medien- und
Kommunikationsprofis**

Positive Telefonkontakte Outbound

In der Wirtschaft herrscht ein harter Kampf um den Kunden. Preise und Margen kommen unter Druck und es wird um jeden Kunden gekämpft. Gerade jetzt sind professionelle Verkaufsmitarbeiter gefragt. Das Telefon als erstes Kontaktinstrument spielt dabei eine zentrale Rolle. Ob für die Terminvereinbarung oder für den Telefonverkauf, durch ein professionelles Gespräch kann jeder die Abschlussquote erhöhen.

Datum / Zeit

Freitag, 19. September 2008 / 9.30 Uhr bis 17.30 Uhr

Kursort

MEDIENINSTITUT des Verbandes SCHWEIZER PRESSE, Konradstrasse 14, 8005 Zürich

Anmeldung

info@medieninstitut.ch

INFO@MEDIENINSTITUT.CH

Mechanismen der Medienbranche

Die Faszination der Medienbranche ist gross, ebenso ihre Dynamik. Wer in der oder für die Medienwirtschaft tätig sein will, muss sich permanent mit den neuesten Entwicklungen auseinandersetzen. Der Kurs Mechanismen der Medienbranche vermittelt den aktuellen Wissensstand sowohl für Brancheneinsteiger wie auch für bereits im Medienbereich Beschäftigte, die an einer Gesamtschau interessiert sind.

Dieser Weiterbildungskurs vermittelt auf kompakte und intensive Weise die aktuellen Grundkenntnisse der Medienbranche. In fünf Modulen thematisiert er aus allen Perspektiven die Rahmenbedingungen von Medien, die Produktions- und Vermarktungsformen, die gesellschaftlichen, technologischen und wirtschaftlichen Entwicklungen von Medien. Zentrale Elemente sind auch die unternehmerische Organisation sowie die Bedeutung von IT in den Medienbetrieben. Der Kurs wird von erfahrenen Dozentinnen und Dozenten mit grossem Praxisbezug durchgeführt.

Termine

- Donnerstag/Freitag, 2./3. Oktober 2008
- Donnerstag/Freitag, 16./17. Oktober 2008
- Montag/Dienstag, 3./4. November 2008 Montag/Dienstag, 24./25. November 2008
- Montag/Dienstag, 15./16. Dezember 2008

Kursort

MEDIENINSTITUT des Verbandes SCHWEIZER PRESSE, Konradstrasse 14, 8005 Zürich

Anmeldung

info@medieninstitut.ch

INFO@MEDIENINSTITUT.CH

Positive Telefonkontakte Inbound

Die Inbound-Mitarbeiter werden immer mehr zu Image-Botschaftern des Unternehmens. Eine professionelle und positive Telefonkultur begeistert Kunden und fördert deren Bindung an das Unternehmen. Gerade in schwierigen Kundensituationen erkennt man den Unterschied zwischen Unternehmen mit professionellem Reklamations- und Konfliktmanagement und dem Durchschnitt. Mit Kunden in schwierigen Situationen positiv umgehen heisst, zuerst ein kultiviertes emotionales Management bei sich selbst zu fördern und dann die persönliche Fähigkeit der Empathie zu entwickeln. Nur wer es versteht, sich in Kunden hinein zu versetzen, weiss auch, welches die «versteckten Botschaften» des Kunden sind und kann so sensibel und achtsam auf den Kunden eingehen.

Datum / Zeit

Mittwoch, 5. November 2008 / 9.30 Uhr bis 17.30 Uhr

Kursort

MEDIENINSTITUT des Verbandes SCHWEIZER PRESSE, Konradstrasse 14, 8005 Zürich

Anmeldung

info@medieninstitut.ch

INFO@MEDIENINSTITUT.CH

Mehr Erfolg im Werbeverkauf

Die Werbebranche ist im Umbruch. Immer mehr Verlage werden zu Multimedia-Anbietern. Oft geht es heute nicht nur um Inserate zu verkaufen, sondern ganzheitliche Lösungen anzubieten. Werbepotenziale zu eruieren, Cross-Selling-Potenziale zu erkennen und ganzheitliche «Package-Lösungen», wo angebracht, verkaufswirksam zu präsentieren, sind wichtige Eigenschaften heutiger Werbeverkäufer. Ob im lokalen oder nationalen Markt, der Kunde fragt immer mehr nach Multimedia-Werbelösungen.

In diesem Seminar geht es um die Verhandlungs-Bausteine in der Verkaufs-Beratung. Das Erkennen der eigenen Stärken und Schwächen als Berater und die Steigerung des Beratungserfolgs durch eine professionellere Verhandlung, stehen hier im Vordergrund. Welches ist die wichtigste Phase für den erfolgreichen Verkauf? Auf diese Frage hört man oft: «Überzeugende Argumente». Auf den ersten Blick mag diese Aussage stimmen. Doch die besten Fakten nützen nichts, wenn sie zwar logisch sind, psychologisch aber falsch platziert wurden. Der krampfhafteste Versuch, jemanden zu überreden, ist immer eine Form des Kampfes!

Die besten Verkäufer investieren laut einer Studie mindest 70% ihrer Verkaufszeit in die Bedarfsanalyse. Dadurch erfahren Sie die wirklichen Motive und Bedürfnisse des Kunden. Im Mittelpunkt jeder erfolgreichen Verkaufsberatung steht der Kunde mit seinem Bedürfnis.

Erfolgreiche Verkäufer investieren in alle drei entscheidenden Kompetenz-Bereiche:

- Fach-Kompetenz
- Persönlichkeits-Kompetenz
- Verkaufs-Kompetenz

Datum / Zeit

Montag, 27. Oktober 2008 und Dienstag, 28. Oktober 2008 / 9.30 Uhr bis 17.30 Uhr

Kursort

MEDIENINSTITUT des Verbandes SCHWEIZER PRESSE, Konradstrasse 14, 8005 Zürich

Anmeldung

info@medieninstitut.ch

VERANSTALTUNG

World Press Photo 08

Vom 8. - 29. Mai 2008 werden im Papiersaal in der Sihlcity Zürich die besten Pressebilder des Jahres 2007 ausgestellt. Die Wanderausstellung World Press Photo 08 wird von KEYSTONE präsentiert, der grössten Bildagentur der Schweiz.



Das World Press Photo of the Year 2007 mit dem Titel Amerikanischer Soldat ruht sich vor seinem Bunker aus, stammt vom Briten Tim Hetherington und wurde für die Zeitschrift Vanity Fair im Korengal Valley in Afghanistan produziert. Auch zwei Schweizer sind unter den Preisträgern: Philippe Dudouit gewann in der Kategorie Menschen in den Schlagzeilen Fotoserien den 1. Preis, Jean Revillard, Rezo, ist der Sieger in der Kategorie Aktuelle Themen Fotoserien.

World Press Photo ist eine unabhängige Non-Profit Organisation und wurde 1955 in Amsterdam gegründet. Ihr Anliegen ist es, die Arbeit von Pressefotografen international zu fördern. Unterstützt wird World Press Photo dabei von der Dutch Postcode Lottery, Canon und TNT. In diesem Jahr

wurden von der 13-köpfigen Jury 80 536 Arbeiten von 5 019 Fotografen aus 125 Ländern geprüft, 12.5% mehr als im letzten Jahr. Die Wanderausstellung mit ca. 200 Werken wird an 85 Orten in weltweit über 45 Ländern gezeigt. Nach der erfolgreichen Ausstellung im Herbst 2007 holen KEYSTONE, Sponsor Canon und die Medienpartner Sonntagsblick und Persönlich World Press Photo 08 wieder nach Zürich - als eine der ersten Stationen der weltweiten Tournee.

Der Eintrittspreis beträgt 9 Franken, der Ausstellungskatalog kostet 39 Franken. Geöffnet ist Mo-Fr von 12 Uhr bis 20 Uhr, am Sa/So 12 Uhr bis 18 Uhr. Öffentliche Führungen finden jeweils am Sonntag, 11./18./25 Mai 2008, statt. Geleitet werden diese von Nicole Aeby, Studienleiterin Fotografie an der Schweizer Journalistenschule MAZ sowie Jürg Klotz, Kunstschaffender und langjähriger Bildredaktor/Bildchef bei verschiedenen Publikationen.

Mehr Informationen:

KEYSTONE, Grubenstrasse 45, 8045 Zürich,
www.keystone.ch
Rainer Kupper, CMO (rkupper@keystone.ch)
Cristina Tonitto, Projektleiterin Ausstellung Schweiz
(ctonitto@keystone.ch)
Telefon 044 200 13 00

NADJA.NAEGELI@SCHWEIZERPRESSE.CH


medienjobs.ch

**Online-Stellenportal
für Medien- und
Kommunikationsprofis**

NEUES MITGLIED

Willkommen!

Wir begrüssen folgendes neues Mitglied im Verband SCHWEIZER PRESSE:

Manuell - Das Magazin für Textilarbeit und Werken.



PUBLIKATIONEN

Früherfassung und Frühintervention der IV: Broschüre für Arbeitgeber

Seit Anfang 2008 ist die 5. IV-Revision in Kraft. Ihr zentrales Ziel ist die verstärkte Ein- respektive Wiedereingliederung von Menschen, die über längere Zeit ganz oder teilweise arbeitsunfähig sind. Zur Erreichung dieses Ziels unterstützt die IV mit gezielten Instrumenten und praktischer Hilfe auch die Arbeitgeber bei der (Wieder-)Eingliederung von gesundheitlich Beeinträchtigten in das Erwerbsleben.

Das Bundesamt für Sozialversicherungen BSV hat gemeinsam mit dem Schweizerischen Arbeitgeberverband und dem Schweizerischen Gewerbeverband eine Broschüre für Arbeitgeber zum Thema «Früherfassung und Frühintervention der IV» lanciert. Die Broschüre bietet einen raschen Überblick über die neuen Instrumente der Invalidenversicherung wie Früherfassung und Frühintervention (FeFi) sowie Integrationsmassnahmen. Der Ratgeber erklärt, wie die Arbeitgeber durch die IV fachlich und finanziell unterstützt werden und zeigt auf, warum die Weiterbeschäftigung oder Anstellung eines Behinderten für den Betrieb vorteilhaft sein kann.

Die Broschüre ist in deutscher, französischer und italienischer Sprache verfügbar und kann direkt beim BSV (Frau Lang, Telefon 031 324 73 40) bestellt oder im Internet unter ► <http://www.bsv.admin.ch/themen/iv/00021/index.html?lang=de> heruntergeladen werden.

NADJA.NAEGELI@SCHWEIZERPRESSE.CH


medienjobs.ch

Online-Stellenportal
für Medien- und
Kommunikationsprofis

VSW-Katalog der Schweizer Presse

Dieser Tage ist die Ausgabe 2008 des Kataloges der Schweizer Presse - Ausgabe Zeitschriften - erschienen. Im handlichen Nachschlagewerk sind wiederum alle wesentlichen Basisdaten für die Platzierung von Inseratenwerbung in Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse, Spezial- und Fachpresse enthalten. Alle Angaben wurden mit Stichtag 1. März erhoben.

Im Katalog sind alle dem VSW bekannten Titel - unabhängig von Grösse und Bedeutung - aufgeführt. Für jeden Titel finden Sie Angaben über Auflage, Erscheinungsweise, Satzspiegel, Spalteneinteilung, Einheitstarife sowie Seitenpreise schwarz/weiss, 2- und 4-farbig. Das Nachschlagewerk ist auf die Gewinnung einer raschen Übersicht ausgelegt und kann auch für einfache Grobbudgetplanungen (Seitenpreise) verwendet werden.

Bestellungen (CHF 35. + MWST + Versand): VSW Verband Schweizerischer Werbegesellschaften, Rue Etraz 4, Postfach 5000, 1002 Lausanne. Telefon 021 317 86 61, Fax 021 317 86 66 oder direkt via Homepage VSW: ► <http://www.vsw-assp.ch>

NADJA.NAEGELI@SCHWEIZERPRESSE.CH

ZGB und OR

Die beiden grundlegenden Gesetze des schweizerischen Zivilrechts sind hier - zusammen mit einer Vielzahl von einschlägigen Nebengesetzen und Verordnungen - in einem Band vereint.

Die Verweise auf die neueste Bundesgerichtspraxis wurden ergänzt und die Stichworte bei den einzelnen Bundesgerichtsentscheiden ausgebaut. Das ausführliche Sachregister garantiert einen schnellen Zugriff auf die gesuchte Rechtsnorm.

Zudem enthält der Band folgende wichtige Neuerungen:

- die durch das revidierte Revisionsrecht bedingten Änderungen im Vereins- und Stiftungsrecht
- die Erweiterung des Persönlichkeitsschutzes (Schutz vor häuslicher Gewalt und Stalking)
- die Regelung der Trusts im IPRG
- die durch das neue Ausländergesetz bedingten Änderungen im Eherecht
- das neue, umfassend revidierte GmbH- und Revisionsrecht
- die transparentere Gestaltung der Vergütungen an die Mitglieder des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung im Aktienrecht
- die totalrevidierte Handelsregisterverordnung

Stand der Gesetzgebung: 1.1.2008

ZGB/OR, Sebastian Aeppli, 37. Aktualisierte Auflage, ISBN 978-3-280-07204-2, 1685 Seiten, gebunden, CHF 74.00 Orell Füssli Verlag Zürich, 2008

NADJA.NAEGELI@SCHWEIZERPRESSE.CH

AGENDA

Termine SCHWEIZER PRESSE

- 7. Mai 2008: Medienrechtstagung MEDIENINSTITUT
 - 8. Mai 2008: Informationsanlass Kurs Medienmanager MEDIENINSTITUT
 - 14. Mai 2008: Departement Nutzermarkt, Leitungsausschuss
 - 16. Mai 2008: Departemente Recht und Distribution, Leitungsausschuss
 - 20. Mai 2008: Departement Werbemarkt: Projektgruppe Markttransparenz
 - 23. Mai 2008: Departement Werbemarkt: Projektgruppe Gattungsmarketing
 - 30. Mai 2008: Departement Werbemarkt, Leitungsausschuss
 - 3. Juni 2008: Departement Werbemarkt, Projektgruppe Q-Publikation
 - 5. Juni 2008: Departement E-Medien + Technik, Fachgruppe Online
-

IMPRESSUM



Der Verband SCHWEIZER PRESSE ist die Branchenorganisation der schweizerischen Medienunternehmen mit Schwerpunkt Presse. Er vereinigt über 150 Medienunternehmen und branchennahe assoziierte Mitglieder, die zusammen rund 300 Zeitungen und Zeitschriften herausgeben sowie verschiedene elektronische Medien anbieten. Zusammen mit den beiden sprachregionalen Organisationen, PRESSE SUISSE und STAMPA SVIZZERA, setzt sich SCHWEIZER PRESSE für die Wahrung der Interessen der privaten Medienunternehmen in der Schweiz ein. Gegründet wurde der Verband 1899. Sein Sitz ist in Zürich.

Mehr dazu unter: ► www.schweizerpresse.ch



Über das dem Verband angegliederte Medieninstitut verfügt SCHWEIZER PRESSE über die einzige spezifisch medienwirtschaftliche Ausbildungsstätte der Schweiz. Sie bietet angehenden Medienfachleuten und -managern praxisbezogene Kurse an. Das Medieninstitut organisiert zudem die Prüfungen für die eidgenössisch anerkannten Fachausweise und Diplome, sowie verschiedene Fachveranstaltungen.

Mehr dazu unter: ► www.medieninstitut.ch

Nutzen Sie unsere Dienstleistungen!

Der Verband SCHWEIZER PRESSE setzt sich gegenüber Politik, Verwaltung und anderen Organisationen für die Interessen seiner Mitglieder und der Branche ein. Darüber hinaus können die Verbandsmitglieder von einer breiten Palette von Dienstleistungen und Vorteilen profitieren.

Kontakte:

Geschäftsführung: Dr. Hanspeter Kellermüller

► hanspeter.kellermueller@schweizerpresse.ch

Recht, Sozialpartnerschaft, Distribution, Elektronische Medien, Aussenbeziehungen: Catherine Mueller

► catherine.mueller@schweizerpresse.ch

Werbemarkt, Nutzermarkt: Toni Vetterli

► toni.vetterli@schweizerpresse.ch

Bildung, Ethik: Josefa Haas

► josefa.haas@medieninstitut.ch

Telefon: 044 318 64 64

FLASH Newsletter:

Erscheint 10 mal jährlich in einer Auflage von 2000 Ex. Der Newsletter kann unter www.schweizerpresse.ch kostenlos abonniert werden. Abdrucke unter Angabe der Quelle erlaubt.

Herausgeber und Redaktion:

Verband SCHWEIZER PRESSE. Verantwortlich für den

redaktionellen Inhalt: ► **Hanspeter Kellermüller**

Desktop: ► **Nadja Naegeli**

Inseratepreise:

1 Seite: 495.- CHF

1/2 Seite: 360.- CHF