

bsw

Alles Gute, bsw!

Walter Merz war während zwölf Jahren – seit Januar 1999 – Geschäftsführer von bsw leading swiss agencies, dem Verband der führenden Werbe- und Kommunikationsagenturen der Schweiz. Zu seinem Abschied lässt er die Zeit beim bsw kurz Revue passieren und schliesst mit einem Wunsch an die Werbeauftraggeber.

Text: **Walter Merz** Bild: **bsw**



Ein letzter Gruss als bsw-Geschäftsführer: Walter Merz.

Zwölf Jahre bsw. Das waren – rein statistisch gesehen – 108 Vorstandssitzungen, 720 Kommissionssitzungen, rund 30 000 Stunden aktiv im Einsatz für den Verband und Tausende von Fragen beantwortet zu Copyright, Honorierung, Salären, Werberecht etc. Ich habe viel gelernt dabei und gehe davon aus, dass auch andere von mir lernen konnten. Ich hoffe, dass meine Arbeit in den Kommissionen etwas bewirkt hat und dass ich alle Fragen zur Zufriedenheit beantworten konnte (dass in den letzten Jahren die juristischen Fragen massiv zugenommen haben und sich die Agenturen in diesem Bereich doppelt absichern wollen, ist wohl ein Zeichen der Zeit).

Zwölf Jahre bsw. Das waren aber auch zwei Präsidentinnen und acht Präsidenten. Von Andi Koch über Diana Strebel, Corne-

lia Harder, René R. Hürlimann, Hanspeter Detsch, Dominique von Matt, Peter Leutenegger, Kurt G. Schmid, Frank Bodin zu Peter Felser. Alles Branchenpersönlichkeiten, die dem Verband ihre immer rarer werdende Zeit zur Verfügung gestellt und ihn durch schwierige und weniger schwierige Phasen geführt haben, unterstützt von jeweils zehn weiteren Vorstandsmitgliedern, die in ihren Ressorts vieles für die Branche geleistet haben. Und unterstützt auch von engagierten Mitarbeiterinnen der Geschäftsstelle, die ihr Bestes gegeben haben und mir eine äusserst wertvolle Hilfe waren.

Zwölf Jahre bsw. Das war auch ungemein viel Geist und Herz. Die Werbebranche vereint wie keine andere die talentiertesten, kreativsten und inspirierendsten Leute. Ich hatte das Vergnügen, einige davon im In- und Ausland näher kennenzulernen, mit vielen zusammenzuarbeiten und immer wieder ihre oft herausragenden und hochkreativen Arbeiten geniessen zu können. Auch wenn es immer weniger Unternehmer gibt, die mutige Werbung zulassen, so gab und gibt es doch immer wieder Perlen, die Michael Schirners These bestätigen: «Werbung ist Kunst» – oder könnte es zumindest sein.

Zwölf Jahre bsw. Das waren auch zwölf Jahre Veränderung und rasante Entwicklung. Gab es kurz vor der Jahrhundertwende im bsw-Sekretariat eine (!) Arbeitsstation mit einer E-Mail-Adresse, auf der zwei bis drei Mails pro Tag reinkamen, sind wir heute alle in der Situation, dass wir uns kaum mehr wehren können und niemand länger als einen Tag auf eine Antwort warten mag.

Zwölf Jahre bsw. Das war auch eine Strukturveränderung im Verband. Vom reinen Werbeagenturenverband entwickelte sich

der bsw zum Verband der «leading swiss agencies». 2002 wurden die Mediaagenturen der IGMA (Interessengemeinschaft Mediaagenturen) in den bsw aufgenommen. Ihnen folgten spezialisierte Agenturen aus den Bereichen Interactive, Digital, Dialogmarketing und PR. Wer die Strukturen und das Dienstleistungsangebot heutiger Agenturen anschaut, wird erkennen, dass die Entwicklung des Verbandes nur logisch und der Entscheidung der damaligen Mitgliederversammlung absolut richtig war.

Zwölf Jahre bsw. Das waren zwölf Jahre im Dienst der Mitglieder. Ich habe meinen Job immer verstanden als Dienstleister für die Mitglieder, als Koordinator, Organisator und zeitweise auch als Mediator. Bei allem, was wir taten, stand der Nutzen für die Mitglieder im Vordergrund.

Zwölf Jahre bsw. Das waren zwölf spannende und auch herausfordernde Jahre in einer pulsierenden und polarisierenden Branche. In einer Branche, die mich während 42 Jahren fasziniert (und auch ernährt) hat. Sie wird mich, ob ich will oder nicht, auch weiterhin begleiten. Vielleicht werde ich sie aus der Distanz jedoch etwas kritischer beobachten. Dennoch: Ich habe sehr gerne für den bsw gearbeitet und ich habe viele Leute getroffen, die ich in meiner Zeit nach dem bsw gerne wieder treffen möchte. Ich wünsche dem bsw bei seiner Neuausrichtung Erfolg, ich wünsche der Branche etwas mehr Leichtigkeit und ich wünsche den Auftraggebern etwas mehr Mut zu aussergewöhnlicher Werbung – und die Erkenntnis, dass gute Arbeit ihren Preis hat. In diesem Sinne: allen herzlich alles Gute. 