



**bsw leading swiss agencies**

Reglement über die Mitgliedschaft  
für Mediaagenturen  
(Aufnahmereglement)

# I. Allgemeines

## 1. Voraussetzungen

### **Art. 1 Grundsätze**

Das Mitglied von bsw leading swiss agencies muss:

- a) in der Schweiz domiziliert sein,
  - b) sich über eine ausschliessliche, selbständige Tätigkeit als Agentur im Bereich der Marktkommunikation ausweisen können,
  - c) eine Leitung besitzen (Inhaber, Partner, Geschäftsführer), die über eine ausreichende fachliche Qualifikation verfügt,
  - d) Mitglied der Schweizer Werbung SW sein.
- b) dass es
    - Leistungen erbringt, die im Dokument «Branchengrundsätze für Schweizer Mediaagenturen bsw leading swiss agencies» festgehalten sind, insbesondere Beratungs- und Konzeptleistungen,
    - vernetzt (im Rahmen kommunikativer Gesamtkonzepte) handeln kann,
    - über eine unbestrittene Anerkennung im Markt verfügt,
  - c) dass jeder Auftrag kaufmännisch in einwandfreier Weise abgewickelt wird.

### **Art. 2 Unabhängigkeit**

Das Mitglied muss sowohl von Auftraggebern wie auch von Auftragnehmern unabhängig sein.

Ausnahmen kann der Vorstand bewilligen, sofern die Statuten dadurch nicht verletzt werden.

### **Art. 3 Fachliche und qualitative Voraussetzungen**

Das Mitglied muss Gewähr dafür bieten,

- a) dass das Leitbild von bsw leading swiss agencies erfüllt und die Tätigkeit der Agentur darauf ausgerichtet wird,

## 2. Organisation

### **Art. 4 Aufnahme- und Kontrollkommission**

Die Aufnahme- und Kontrollkommission ist ein Organ von bsw leading swiss agencies; sie wird gemäss

Art. 25 der Statuten bestellt.

Die Mitglieder der Kommission sind verpflichtet, die ihnen im Rahmen ihrer Tätigkeit zugänglichen Informationen streng vertraulich zu behandeln.

### **Art. 5 Aufgabe und Befugnisse**

Die Aufnahme- und Kontrollkommission stellt fest, ob die Voraussetzungen für den Erwerb und den Bestand der Mitgliedschaft aufgrund dieses Reglements gegeben sind.

Sie beantragt dem Vorstand Annahme, Zurückstellung oder Ablehnung eines Beitrittsesuches; ferner prüft sie das Vorliegen der Voraussetzungen für die Mitgliedschaft während der Dauer derselben.

## 3. Verfahren

### a) Erwerb der Mitgliedschaft

### **Art. 6 Beitrittsesuch**

Das Beitrittsesuch ist bei der Geschäftsstelle von bsw leading swiss agencies einzureichen.

Dem Beitrittsesuch sind folgende Dokumente und Unterlagen beizufügen:

- a) Rechtsgültig unterzeichnete Unabhängigkeits-Erklärung
- b) Rechtsgültig unterzeichnete, vertrauliche Angaben zum Unternehmen
- c) Werbekampagnen resp. Arbeitsbeispiele gemäss spezifischen Aufnahmekriterien, Art. 8 (im Anhang).

### **Art. 7 Prüfung**

Eine Delegation der Aufnahmekommission besucht den Bewerber an seinem Geschäftsdomizil zu einem persönlichen Fachgespräch mit Agenturpräsentation sowie Präsentation von mindestens zwei weiteren realisierten Werbekampagnen / Arbeitsbeispielen.

Der Vorstand ist berechtigt, auf Antrag der Aufnahmekommission einen Bewerber von der Prüfung ganz oder teilweise zu befreien.

b) Bestand der Mitgliedschaft

### **Art. 8 Kriterien**

Die Aufnahme- und Kontrollkommission kann die bestehende Mitgliedschaft jederzeit überprüfen, insbesondere, wenn sich

- a) die Besitzverhältnisse ändern,
- b) Agenturen im Bereich der Marktkommunikation sich zusammenschliessen oder trennen,
- c) personelle Änderungen in der Geschäftsleitung zu verzeichnen sind,
- d) die Geschäftstätigkeit ändert,
- e) begründete Zweifel über die fachliche Qualifikation bestehen,
- f) das Leitbild von bsw leading swiss agencies nicht mehr erfüllt wird.

### **Art. 9 Verfahren**

Dem betroffenen Mitglied ist die Überprüfung der Mitgliedschaft mit der nötigen Begründung anzuzeigen, und es ist ihm Gelegenheit zu geben, dazu schriftlich Stellung zu nehmen.

Das betroffene Mitglied hat ferner Anspruch auf die persönliche Anhörung vor der Aufnahme- und Kontrollkommission.

## 4. Schlussbestimmungen

### **Art. 10 Inkrafttreten**

Das vorstehende Reglement ersetzt jenes vom 11. April 2005 und tritt nach Genehmigung durch die Mitgliederversammlung am 18. Mai 2011 in Kraft.

bsw leading swiss agencies

Der Präsident:

Peter Felser

Der Geschäftsführer:

Peter Leutenegger

## II. Spezifische Aufnahmekriterien für Mediaagenturen

### **Art. 1 Grundsätzlich**

Für Mediaagenturen gelten im Grundsatz die gleichen Aufnahmebedingungen wie für andere Mitglieder. In der Folge werden in Ergänzung zum allgemeinen Aufnahmereglement die spezifischen Aufnahmekriterien beschrieben, soweit sie ausschliesslich die Mediaagenturen betreffen.

### **Art. 2 Gesellschaftsform**

Die Mediaagentur ist eine eigenständige Gesellschaft oder die Unit einer bsw leading swiss agencies- Werbeagentur. Sie hat im zweiten Fall keine eigene Rechtspersönlichkeit, jedoch unter Umständen eine eigene Identität.

### **Art. 3 Grösse**

Die Mediaagentur realisiert ein Nettoeinkaufsvolumen in der Schweiz von mindestens CHF 40 Mio. und/oder einen Bruttobetriebsertrag (BBE) von mindestens CHF 1,5 Mio. pro Jahr.

### **Art. 4 Bestehen**

Die Mediaagentur ist seit mindestens 2 Jahren am Markt etabliert.

### **Art. 5 Leistungsangebot**

Die Mediaagentur erbringt für ihre Auftraggeber «in house» die folgenden Dienstleistungen:

a) All Media-Strategien

b) Media Full-Service:

- Media-Analyse und -Forschung
- Media-Beratung und -Planung
- Media-Einkauf und -Abwicklung

### **Art. 6 Infrastruktur**

Die Mediaagentur verfügt «in house» über die gängigen Planungs- und Buchungstools. Eine aktuelle Liste der Tools finden Sie auf Seite 6.

### **Art. 7 Qualifikation des Managements**

Das Management der Mediaagentur kann sich über eine ausreichende betriebswirtschaftliche und fachliche Ausbildung sowie über Erfahrungsbakground ausweisen, welche zur Leitung einer Mediaagentur befähigen.

### **Art. 8 Unterlagen**

Die Mediaagentur hat der Aufnahme- und Kontrollkommission nebst den Informationen gemäss Aufnahmereglement die folgenden Unterlagen zur Beurteilung einzureichen:

- Mediastrategie
- Detailplanung
- Erfolgs- und Budgetkontrolle

## **Liste von Buchungs- und Planungstools in Mediaagenturen**

- Datensatz MACH Basic
- Datensatz MACH Consumer
- Datensatz MA Leader
- CD-ROM der WEMF (MACH)
- Berichtsbände WEMF
- Marktradar DemoSCOPE
- publicaData MediaOptimizer / TC 2000
- publisuisse Publiplan-Buchungstool
- SRG Intermediastudie
- Berichtsband Radiostudie
- MA Strategy
- Media Focus / AIS
- Andere: .....

April 2005 / Rev. Mai 2011