

Informationen aus der Direktwerbung

EDITORIAL

Ethik im Geschäftsleben?

Ein gesundes Unternehmen muss Gewinne erwirtschaften. Wo sind aber die Grenzen des Renditedenkens? Ist der aktuelle Trend vieler Unternehmen zur «Gewinnoptimierung um jeden Preis» gesellschaftlich verantwortlich? Welche Zukunft haben die Schwächeren unserer Gesellschaft im Arbeitsprozess?

Die Thuner 10-Punkte-Ethik-Charta befasst sich mit solchen grundsätzlichen Fragen. Als Unternehmen mit sozialem Hintergrund bekennt sich die AWZ AG zu den Leitlinien dieser Charta. Im hektischen Tagesgeschäft versuchen wir Wirtschaftlichkeit, Ökologie und soziale Aspekte unter einen Hut zu bringen. Mehr dazu erfahren Sie auf Seite drei in dieser Box.

Bevor unadressierte Direktwerbung im Briefkasten «landet», braucht es einiges an Organisation und Koordination. In dieser Box blicken wir für Sie hinter die Kulissen und stellen Ihnen den Ablauf bei einem Grossversand vor.

Ihre AWZ AG

DAS ZITAT

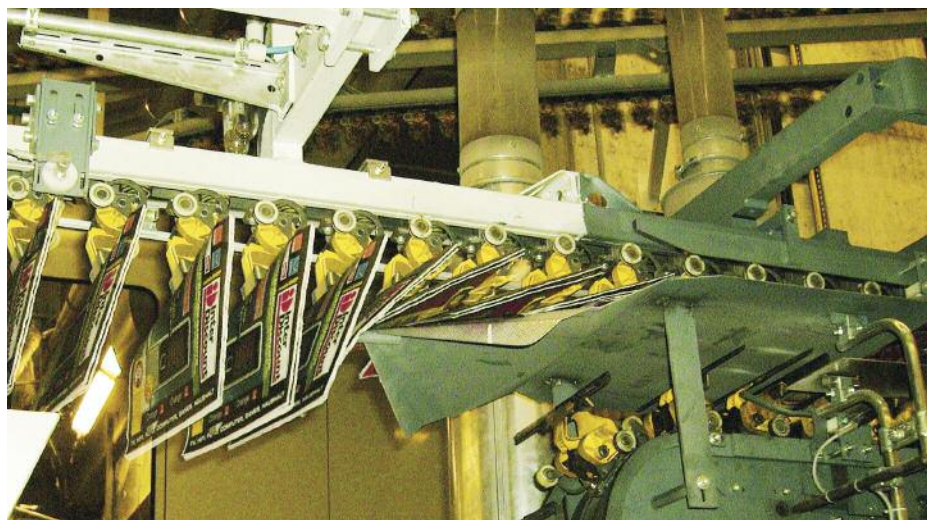
Ethik besteht darin, dass ich mich verpflichtet fühle, allem Leben die gleiche Ehrfurcht entgegenzubringen, wie dem eigenen Leben.

Albert Schweitzer

BLICK HINTER DIE KULISSEN

MIT DIREKTWERBUNG ERFOLGREICH ZUM ZIEL

Direktwerbung gewinnt nach wie vor an Bedeutung und hat Zuwachsraten, wie kaum ein anderes Marketinginstrument im Schweizer «Werbekuchen». So setzt auch der Fachhändler Interdiscount seit Jahren auf Direct-Marketing als festen und wesentlichen Bestandteil im Marketingkonzept.



Monatlich erscheinen u. a. der Interdiscount Slim und der mobileSHOP Prospekt. Beide Publikationen werden durch die AWZ AG unadressiert gestreut. Bei einer Auflage von rund 2,2 Mio. gelangen die Prospekte flächendeckend in jede Schweizer Haushaltung ohne Werbestopp-Kleber. Bequem und einfach erhalten alle Empfänger so die neusten Angebote rund um die Welt der Mobiltelefonie und Home-Elektronik direkt ins Haus geschickt.

Im Folgenden beschreiben wir Ihnen die Arbeitsabläufe, welche sich hinter einer solchen Vertragung verbergen:

Um schweizweit und flächendeckend alle Haushaltungen bedienen zu kön-

nen, arbeitet die AWZ AG mit 13 privaten Vertragsorganisationen zusammen. Diese privaten Vertragsorganisationen treten gemeinsam als swissdirectmail (sdm) auf. Alle sdm-Mitglieder arbeiten nach einheitlichen Qualitätsvorgaben. Überprüft wird diese Vertragsqualität regelmässig mit Panel-Befragungen eines unabhängigen Marktforschungsinstituts.

Die langjährige Zusammenarbeit zwischen dem Auftraggeber Interdiscount, der Druckerei targetmedia GmbH und der AWZ AG als Vertragsorganisation, ermöglicht einen gut eingespielten und reibungslosen Ablauf.

Weiter auf Seite 2



Ungefähr einen Monat vor der Streuung erfasst die AWZ AG den Vertragsauftrag mit den aktuellsten Haushaltszahlen. In einem nächsten Schritt werden die Auflagezahlen direkt dem Drucker mitgeteilt, damit dieser Farbe und Papier bestellen kann.

Bei einer Auflage von 2,5 Mio. Exemplaren benötigt die Druckerei rund 66 Tonnen Papier und 4,6 Tonnen Farbe. Die reine Fertigungszeit mit der Druckmaschine (MAN Roland RO 4), bei einer max. Geschwindigkeit von 42'500 Ex./h, dauert rund 19 Stunden. Werden noch diverse Produktionsunterbrüche wie z. B. Bahnrisse oder Reinigung der Feuchtwerke dazugerechnet, beläuft sich die gesamte Produktionszeit ohne Ausrüstung auf rund 22 Stunden.

Für 34 Depots werden die Europaletten bereits bei der Druckerei komplett fertig gestellt, beschriftet und direkt dem Transporteur überbracht. Die restliche

Ware wird der AWZ AG in Bern ausgeliefert zur Verteilung an die weiteren 75 Depots in der ganzen Schweiz. Zudem werden rund 2400 Pakete an Poststellen zugestellt, welche die Verteilung in bestimmten Ortschaften übernehmen. Für diese Grobverteilung der Werbemittel sind im AWZ-Lettershop 5 Personen beschäftigt.

Die Feinverteilung ab Depot geschieht wie folgt (Beispiel Depot AWZ AG Bern): Das Vertragsdepot erhält die



Anzahl Drucksachen, die benötigt wird, um die Stadt Bern und Agglomeration zu bedienen. Vom Depot aus wird die Ware für rund 150 Verträge-Touren bereits gesteckt, das heisst, die Prospekte werden zu einem Bund zusammengetragen. Für die übrigen 218 Touren, die ungebündelt angeliefert werden, sind die Verträge zuständig. Normalerweise beliefern 6 AWZ-Chauffeure die Verträge-Touren.

Der Verträge muss die Prospekte termingerecht in alle Briefkästen ohne Werbestopp-Kleber verteilen. Für die Verträge des Depots Bern sind vier Gebietsleiter angestellt, welche für die Anstellung, Schulung und Kontrolle zuständig sind. So kann eine hohe Zustellqualität garantiert werden.

Die Kundenberater/-innen der AWZ AG freuen sich, auch Sie zu beraten. Nebst flächendeckenden Streuungen bietet Ihnen die AWZ AG verschiedene Selektionsmöglichkeiten an, um Ihre Zielgruppe einzugrenzen. Bestellen Sie mit der beigelegten Antwortkarte die Unterlagen oder rufen Sie einfach an. Die AWZ AG ist Ihr kompetenter Ansprechpartner, wenn es um Direct-Marketing geht!



Interdiscount ist die Nr. 1 der Schweiz im Bereich Home-Elektronik. Mit ca. 200 Verkaufsstellen in allen Landesteilen verfügt Interdiscount über die dichteste Präsenz am Markt und die grösste Nähe zum Kunden. Der Hauptsitz des Detailhändlers befindet sich in Jegenstorf bei Bern. Im Bestreben, die führende Position in einem zukunftssträchtigen und rasch wachsenden Markt zu halten und auszubauen, verfolgt Interdiscount einen konsequenten Expansionskurs. Diese Wachstums politik wird u. a. mit intensivem Direct-Marketing begleitet.



THUNER 10-PUNKTE-ETHIK-CHARTA

Seit März 2007 ist die AWZ Mitglied bei der Thuner Ethik-Charta. Die Ethik-Charta wurde 2005 vom Zentrum für Umwelttechnologie und der EMPA gegründet und steht unter dem Patronat vom Wirtschaftsraum Thun und der Wirtschaftsförderung des Kantons Bern. Die Charta soll im Sinn von konkreten Richtlinien den Unternehmen eine praxisorientierte Grundlage für ethisches Handeln im Geschäftsalltag bieten. Durch die Unternehmensethik wird das Bewusstsein gestärkt, dass Unternehmen ihre Handlungen nicht ausschliesslich danach ausrichten sollen, ob sich diese positiv auf ihren wirtschaftlichen Erfolg auswirken. Vielmehr sollen sie sich ihrer langfristigen Mitverantwortung für das Gedeihen der sozialen und ökologischen Unternehmenswelt bewusst sein.

Unternehmensethik ist, wenn...

das Unternehmen sich zu Gunsten der Gesellschaft engagiert.	Gesellschaftliche Verantwortung	1
ein Unternehmen keine Produkte oder Dienstleistungen fördert, die negative Auswirkungen auf Mensch und Umwelt haben.	Faire Angebote	2
alle Beteiligten sich gegenseitig Achtung und Beachtung schenken und die individuelle Würde wertschätzen.	Individ. Würde / Gleichbehandlung	3
sich ein Unternehmen aktiv um die physische sowie psychische Gesundheit seiner Mitarbeitenden kümmert.	Wohlbefinden / Gesundheit	4
gegenseitig offen und fair kommuniziert wird.	Transparente Kommunikation	5
versucht wird, alle Fähigkeiten eines Mitarbeitenden im Unternehmen einzusetzen.	Einsatz aller Fähigkeiten / Weiterbildung	6
sich ein Unternehmen der Stärken von älteren Mitarbeitenden bewusst ist und diese entsprechend einsetzt.	Ältere Mitarbeitende	7
sich ein Unternehmen engagiert, behinderte und kranke Menschen im Rahmen seiner Möglichkeiten zu integrieren.	Integration Behinderter	8
ein Unternehmen im Rahmen der möglichen Ressourcen Auszubildende (Lehrlinge) beschäftigt bzw. ein entsprechendes Angebot schafft oder ein Kleinunternehmen sich in einem Ausbildungsverbund engagiert.	Auszubildende	9
das Verhältnis zwischen Managerlohn (inkl. Schlüsselpersonen) und tiefstem Mitarbeiterlohn eine bestimmte Grösse nicht übersteigt.	Lohnverhältnis	10

NEWS IN LETZTER MINUTE...

AWZ AG UND ADZ GEHEN GEMEINSAM IN DIE ZUKUNFT

Rückwirkend auf den 1. Juli 2007 hat die AWZ AG das gesamte Aktienkapital der in Baar/ZG (Hauptsitz) und Mariastein/SO (Zweigniederlassung) ansässigen ADZ Agentur für Direktwerbung AG übernommen. Die ADZ Agentur für Direktwerbung AG wurde 1962 gegründet und konzentriert sich erfolgreich auf die Vertragung

von Direktwerbung, unter anderem in den wirtschaftlich attraktiven Regionen Inner-schweiz und Zürichsee. Durch diesen Zusammenschluss wächst die AWZ-Firmengruppe von 130 auf 160 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zusätzlich sind rund 1100 Teilzeitangestellte im Vertragungsbereich tätig.

Die ADZ Agentur für Direktwerbung AG wird als selbstständiges Tochterunternehmen der AWZ AG unter dem bisherigen Namen weitergeführt. In der nächsten Ausgabe werden wir Ihnen die ADZ näher vorstellen.

EVENTCENTER IN SEELISBERG WIRD ZUM DRIVING-MITTEL- PUNKT DER SCHWEIZ

Im ehemaligen Kies- und Schotterwerk «Lau» in Seelisberg ist das wohl schönste Verkehrssicherheits- und Eventcenter der Schweiz entstanden.

Seit Oktober 2002 finden hier regelmässig Fahrsicherheits-Trainings und Händlerschulungen verschiedenster Autoimporteure statt. Nun wurde das über 50'000 m² grosse Gelände von der Eventcenter Seelisberg AG in Rekordzeit zu einem Kompetenzzentrum für Fahrsicherheit im Strassenverkehr ausgebaut.

Das bestehende Blockhaus wurde erweitert. Für Theorie und Verpflegung



stehen neu 150 Plätze zur Verfügung. Ein attraktiver Ausstellungs- und Präsentationsraum ermöglicht, Fahrzeuge für Schulungen, Vorfürungen usw. aufzustellen.

Die Anlage wurde für die Zwei-Phasen-Fahrausbildung WAB4U®, Auto-1-Kurse sowie spezielle Fahrtrainings konzipiert. Namhafte Auto-Importeure laden ihre Kunden zu Trainings ein, um die Sicherheit im Strassenverkehr zu verbessern und neue Produkte vorzustellen und zu lancieren. Ein besonderer Vorteil liegt darin, dass die gesamte Anlage bei jedem Wetter nutzbar ist.

Für die Verpflegung der Teilnehmer werden in der Regel Unternehmen aus der Region eingesetzt.

Spezial- und Gleitbeläge, Wassersprühanlage, Lichtsteuerungen, Geschwindigkeits-Messanlage und ein attraktiver Off-Road-Parcours runden das Angebot ab. Pro Tag werden ca. 30 Teilnehmer erwartet. Es werden ausschliesslich vom Schweiz. Verkehrssicherheitsrat geprüfte Instruktooren des Driving Centers Veltheim eingesetzt. Die Eventcenter Seelisberg AG arbeitet mit professionellen Partnern zusammen. Die demag Dialog + Event Marketing AG aus Wetzikon ist exklusive Mieterin des gesamten Geländes. Demag gehört zu den Marktleadern in der Durchführung von Fahrsicherheits-Trainings und speziellen Kundenbindungsprogrammen. Sie betreibt im Engadin ein ähnliches Center für Winterfahrtrainings.



demag
Dialog + Event Marketing AG
Motorenstrasse 6, 8623 Wetzikon

Telefon 044 931 12 60
Telefax 044 931 12 70
info@demag.ch, www.demag.ch

IMPRESSUM Herausgeberin AWZ AG Bern · Verantwortlich für diese Ausgabe René Schaad
Realisation Guldemann Kommunikation, 4563 Gerlafingen · Geht mehrmals jährlich an die Kundschaft der AWZ-Gruppe

Individueller Vertragsservice		<p>AWZ AG Sulgenrain 24-26 Postfach 3000 Bern 23 Telefon 031 560 60 60 Telefax 031 560 60 70 awzinfo@awz-bern.ch www.awz.ch</p> <p>Zweigniederlassung Zürich: Binzstrasse 39 Postfach 8045 Zürich Telefon 044 456 58 58 Telefax 044 456 58 60 info@awz-zh.ch www.awz.ch</p>
Umfassende Adressen-Datenbanken Privat- und Geschäftsadressen		
Vernetzte Informatik-Lösungen		
Flexible Verpackungs- und Versand-Organisation		
Events		
Call Center		

Weitere Filialen in Basel und Lugano