



ANTRAG ZUR MITGLIEDSCHAFT
VERTRAULICHE ANGABEN
ZUR FIRMA

Die «Leading Qualities» des LSA

Eine zukünftige Mitgliedsagentur zeichnet sich durch die «Leading Qualities» aus und ist in der Lage, den nötigen Impact sowohl in ihrem Marktumfeld und bei ihren Kunden als auch im Verband zu leisten und die Prinzipien von LEADING SWISS AGENCIES in jeder Hinsicht zu vertreten.

Jede LSA-Agentur wird nach den Qualitätskriterien von LEADING SWISS AGENCIES einem strengen, mehrstufigen Aufnahmeverfahren unterzogen und regelmässig überprüft. Mitglieder, die die Aufnahmebedingungen nicht mehr erfüllen, können von der Mitgliedschaft ausgeschlossen werden. Dies garantiert den Auftraggebern Kompetenz und hohe Professionalität.

Kriterium 1: Mitglieder von LEADING SWISS AGENCIES liefern hohe Qualität

LSA-Agenturen vermitteln ihren Kunden dank kompetenten Mitarbeitenden und modernsten Arbeitsmethoden durch hohe Qualität in ihrer Kernkompetenz einen echten Mehrwert. Damit sichern Auftraggeber ihre getätigten Investitionen langfristig ab.

Kriterium 2: Mitglieder von LEADING SWISS AGENCIES werden durch Kreativität und Effizienz ihrer Arbeiten ausgezeichnet

LSA-Agenturen engagieren sich für qualitativ hochstehende, kreative und effiziente Design- und Kommunikationslösungen und erhalten dafür regelmässig nationale und internationale Auszeichnungen. Dies ist der Beweis dafür, dass sie auf einem konstant hohen Niveau arbeiten und den Kunden damit in ihren Märkten nachweisbar zu mehr Erfolg verhelfen.

Kriterium 3: Mitglieder von LEADING SWISS AGENCIES engagieren sich für die Zukunft der Branche

Vertreter von LSA-Agenturen engagieren sich in verschiedenen Gremien und Kommissionen für die Zukunft der Kommunikationsbranche. Sie betreiben Nachwuchsförderung und stellen sich als Referenten und Dozenten an Aus- und Weiterbildungsinstituten zur Verfügung.

Kriterium 4: Mitglieder von LEADING SWISS AGENCIES denken und handeln mit Weitsicht

LSA-Agenturen pflegen eine ehrliche, offene, transparente und langfristig ausgerichtete Zusammenarbeit mit ihren Kunden, Partnern, Mitbewerbern und weiteren Geschäftsbeziehungen in der Kommunikationsbranche.



Kriterium 5: Mitglieder von LEADING SWISS AGENCIES sind relevante Marktplayers

Mit ihrer Arbeit prägen LSA-Mitglieder den Kommunikationsalltag – durch Wertigkeit, Präsenz, Meinungs- und Know-how-Führerschaft. Die Mitglieder pflegen einen regelmässigen Wissens- und Erfahrungsaustausch untereinander und suchen proaktiv nach neuen zukunftsorientierten Lösungen, um die Herausforderungen der Kommunikationsbranche zu meistern.

Kriterium 6: Mitglieder von LEADING SWISS AGENCIES sind Leader in der Mitarbeiterführung

LSA-Agenturen fördern den Nachwuchs in der Branche und ihre eigenen Mitarbeitenden mit internen oder externen Aus- und Weiterbildungsprogrammen. Sie gelten als vorbildliche Arbeitgeber und pflegen einen produktiven Teamspirit. Junge Talente haben die besten Karrierechancen bei LSA-Agenturen.

ALLGEMEINE ANGABEN

1. Unternehmen

1.1. Name der Agentur

1.2. Hauptsitz der Agentur

Adresse -----

Telefon -----

E-Mail -----

Homepage -----

1.3. Filiale(n)

Adresse -----

Telefon -----

E-Mail -----

Homepage -----

Adresse -----

Telefon -----

E-Mail -----

Homepage -----

Adresse -----

Telefon -----

E-Mail -----

Homepage -----

1.4. Gründungsjahr der Agentur

Hauptsitz -----

Filiale(n) -----

Filiale(n) -----

Filiale(n) -----

1.5. Rechtsform der Agentur

Nominalaktienkapital -----

Aktienbesitzer -----

%-Anteil -----

1.6. Verwaltungsräte

1.7. Besitzerverhältnisse

- Inhabergeführt (Beteiligung > 50%)
- Nicht inhabergeführt (Beteiligung < 50%)

Bei nicht-kotierten Unternehmen: Wem gehört die Aktiengesellschaft?

1.8. Beteiligungen

Sind Sie an einer anderen Agentur finanziell beteiligt?

- Ja
- Nein

Sind Sie an einem Media- oder Produktionsmittel-Hersteller oder Verteiler beteiligt?

- Ja
- Nein

Gibt es eine direkte und indirekte Beteiligung von Medien, Vermittlern, Consultingfirmen etc. an Ihrer Agentur?

- Ja
- Nein

Falls ja, welche: -----

1.9. Kopie Handelsregistereintrag

- liegt dem Antrag bei
- wird nachgeliefert

1.10. Leitende Personen in der Agentur

Name

Funktion

-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----

1.11. Leitende Personen in Filialen

Filiale/Name

Funktion

-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----

2. Mitgliedschaften und Tätigkeiten in der Branche

2.1. Mitgliedschaften

In welchen der nachfolgenden Verbände ist Ihre Agentur oder Mitarbeitende Ihrer Agentur Mitglied?

ADC	<input type="checkbox"/>	Schweizer Direktmarketing Verband SDV	<input type="checkbox"/>
APGS	<input type="checkbox"/>	SIMSA	<input type="checkbox"/>
BPRA	<input type="checkbox"/>	Swiss Graphic Designers SGD	<input type="checkbox"/>
Content Marketing Forum	<input type="checkbox"/>	Schweizerische Public Relations Gesellschaft SPRG	<input type="checkbox"/>
GfM	<input type="checkbox"/>	SGD	<input type="checkbox"/>
IAA	<input type="checkbox"/>	SGV	<input type="checkbox"/>
IAB	<input type="checkbox"/>	SMC	<input type="checkbox"/>
Kommunikation Schweiz KS/CS	<input type="checkbox"/>	SPAG	<input type="checkbox"/>
Perikom	<input type="checkbox"/>		

Andere: -----

und ohne Durchlaufpositionen oder artfremde Erträge.

Schätzung laufendes Jahr

BBE im letzten Jahr

BBE im vorletzten Jahr

4.2. Kunden nach Budgetgrösse Anzahl

bis CHF 100'000

bis CHF 250'000

bis CHF 500'000

bis CHF 1 Mio

über CHF 1 Mio

DIE LEADING QUALITIES DER AGENTUR

1. LSA-Mitglieder liefern hohe Qualität

1.1. Geben Sie hier bitte zwei Referenzen von Kunden an, die um Auskunft angefragt werden können.

Legen Sie Ihrem Antrag bitte zwei Case-Beispiele bei, welche die Kernkompetenz(en) Ihrer Agentur belegen.
Form: Kurzfassung mit Aufgabenstellung, Herleitung, Problemlösung und falls möglich mit Effizienznachweis auf max. 15 Charts pro Case in PDF-Format.

1.2. Effizienz in der Projektführung

Mit welchen Methoden und Massnahmen arbeiten Sie?

2. LSA-Mitglieder werden durch Kreativität und Effizienz ihrer Arbeiten ausgezeichnet

2.1. Welche Kreativ- oder Effizienz-Preise hat Ihre Agentur mit welchen Arbeiten gewonnen?

<u>Datum</u>	<u>Kreativ-/ Effizienzpreis</u>	<u>Arbeit / Kampagne</u>
-----	-----	-----
-----	-----	-----
-----	-----	-----
-----	-----	-----
-----	-----	-----

3. LSA-Mitglieder engagieren sich für die Zukunft der Branche

3.1. Sind Mitarbeitende Ihrer Agentur in Branchenkommissionen, als Dozenten oder in anderen Funktionen für die Branche tätig?

<u>Personen</u>	<u>Tätigkeiten</u>
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----
-----	-----

4. LSA-Mitglieder denken und handeln mit Weitsicht

4.1. LSA-Prinzipien

Können Sie nachfolgender Grundhaltung des Verbands bei Wettbewerbssituationen zustimmen?

LSA-Agenturen beteiligen sich ohne Entschädigungshonorar nicht an Evaluationsverfahren, die umfangreiche strategische und kreative Leistungen verlangen. Bei Unklarheiten im Briefing, unseriösem Zeitplan und unbestimmten Arbeitsvolumen muss eine LSA-Agentur standhaft bleiben und auf klare Antworten bestehen. Ansonsten ist die Wettbewerbsteilnahme zu risikoreich. Eine LSA-Agentur sollte in diesem Fall aus ökonomischen Gründen und Gründen der Fairness nicht am Wettbewerb teilnehmen.

- Ja, ich stimme der Grundhaltung des Verbands zu
- Nein, ich kann der Grundhaltung des Verbands nicht zustimmen

Wenn nein, warum nicht?

5. LSA-Mitglieder sind relevante Marktplayer

5.1. Kernkompetenzen

In welchen Bereichen liegen Ihre Kernkompetenzen? Bitte geben Sie drei Kernkompetenzen an, bei denen Ihre Agentur nachweislich führend ist.

- 1)
- 2)
- 3)

6. LSA-Mitglieder sind Leader in der Mitarbeiterführung

6.1. Gibt es in Ihrer Agentur ein Mitarbeiterreglement?

Ja

Nein

6.2. Wie informieren Sie ihre Mitarbeitenden über die Zielsetzungen und die strategische Ausrichtung ihrer Agentur?

6.3. Bieten Sie Ihren Mitarbeitenden die Teilnahme an Weiterbildungsprogrammen an?

Ja

Nein

Wenn ja, in welcher Form (intern/extern): _____

6.4. Wie viele Mitarbeitende profitieren durchschnittlich in Ihrer Agentur von Weiterbildungsprogrammen pro Jahr?

6.5. Wie hoch schätzen Sie die jährlichen externen Weiterbildungskosten gemessen an Ihrem Personalaufwand ein?

6.6. Sind Sie ein Lehrbetrieb?

- Ja
 Nein

Wenn ja, wie viele Lehrlinge bilden Sie zurzeit aus? _____



Die Agentur bestätigt, dass der Antrag zur Mitgliedschaft von LEADING SWISS AGENCIES wahrheitsgetreu ausgefüllt wurde und verpflichtet sich, dass sie den Wortlaut des Code Moral von LEADING SWISS AGENCIES kennt und sich als Mitglied zu jeder Zeit an die Branchenpraxis hält:

Datum/Ort

Unterschrift Agentur
