



M A I 2 0 0 6

EDITORIAL

Liebe script-Mitglieder
Liebe Leserinnen und Leser

Wir haben es geschafft – das erste scriptINFO ist da! Mit unserem neuen Mitgliedermagazin im PDF-Format möchten wir kompakt informieren und gleichzeitig die Mailflut – wobei die schon grösser war als in den letzten Monaten, ich weiss – etwas eindämmen. Und wir möchten auch unterhalten. scriptINFO wird mehr oder weniger regelmässig erscheinen, inhaltlich aber recht flexibel sein. So kann die Seitenzahl variieren, das Layout wird sich weiterentwickeln. Auf eure Inputs und Meinungen sind wir gespannt – viel Vergnügen beim Lesen der ersten Ausgabe!

Ein Verband ist immer nur so gut wie seine Mitglieder: «Ohne Verbände gäbe es weder Lehrlingsausbildung noch Fachzentren oder Gesamtarbeitsverträge. Irgendjemand muss das Ganze ja auf die Beine stellen, um der Branche die Möglichkeiten, Rechte und Mittel zu verschaffen. Für diese und viele weitere Ziele machen sich die Verbände stark. Ein Verband ist immer nur so gut wie seine Mitglieder. Es braucht Mitglieder, die mehr sind als Nutzniesser, die sich entspannt zurücklehnen und warten, bis etwas passiert, bis die anderen etwas machen. Ein aktiver Verband braucht vor allem Mitglieder, die aktiv mitdenken, die motiviert am Aufbau und konstruktiv an der Festigung des Verbandes mitarbeiten. Das schafft Stärke, Einfluss, Ansehen und wirkt sich vor allem vorteilhaft auf Verhandlungen aus. Letztlich profitieren alle Mitglieder davon.» Selbstverständlich sage das nicht ich. Romeo Steiner sagte es, als Präsident der Sektion Zürich von Holzbau Schweiz.

Dieser Verband feiert dieses Jahr seinen 100. Geburtstag und während meiner Arbeit an der Jubiläums-Broschüre ist mir diese Aussage von Herrn Steiner in die Hände gefallen. Auch wenn script keine Gesamtarbeitsverträge und Lehrlingsausbildungen auf dem Programm hat: Romeo Steiner spricht mir aus dem Herzen. Wieso soll ich etwas selbst neu formulieren, was ein Amtskollege bereits treffend formuliert hat? Anzufügen habe ich Steiners Aussage nichts mehr. Ausser seiner Antwort auf die Frage, was seinem Unternehmen die Mitgliedschaft bei Holzbau Schweiz bringe: «Viel. Denn von nichts kommt auch nichts. Ich erachte es als Unternehmer als meine Pflicht, mich sowohl in beruflichen Verbänden als auch in öffentlichen Organisationen zu betätigen. Überhaupt ist das gesellschaftliche Engagement – und zwar in verschiedenen Funktionen – ein unerlässliches Muss für alle, die auf breiter Basis erfolgreich sein wollen.»

So. Ich werde nun meine Ferien auskosten, dem Nichtstun frönen, mich in Sonnenschein und Meer aalen, Sohn und Mann geniessen bzw. auf Trab halten und all die Bücher lesen, die mein Gepäck zum Übergepäck machen – meine Ferienbücher sind jeweils die teuersten Bücher, die ich besitze.

Euch wünsche ich eine fröhliche, sonnenreiche Zeit – und bis bald!

Herzlich,
Stephanie Hugentobler
script-Präsidentin

FÜNF-
UND-
ZWANZIG
JAHRE
SCRIPT 2007

REPRÄSENTATIONS- BESUCHE

Im ersten Quartal des laufenden Jahres waren wir an diesen Veranstaltungen und haben den Verband repräsentiert:

Januar

ZSPRG Neujahrsapéro in Luzern
Werber-Curling, Idée-VfW,
Baden-Dättwil

März

11. Swiss Marketingtag, Luzern
HAPPYHOURBEIDIEGOBALLY 1,
Zürich
SWISS EFFIE NIGHT 06, Zürich

April

SAWI Generalversammlung,
Zürich Lake Side
Idée-VfW Generalversammlung,
Zürich Lake Side
SW Generalversammlung,
Zürich Lake Side
Tag der Werbung 2006,
Zürich Lake Side

Mai

Preisverleihung 2006, Stiftung
Zürcher Journalistenpreis, Zürich
ASW-Generalversammlung, Basel

NEUE ONLINE-GALERIE

Wir haben die Fotogalerien auf unserer Website ins neue Web-tool «Ballery» integriert. Diese technische Neuentwicklung wurde uns netterweise von der Diego Bally AG in Zürich zur Verfügung gestellt.

Die Fotogalerien geben einen guten Einblick in zurückliegende Veranstaltungen. Oder es lässt sich beim Herumsurfen wunderbar davon träumen, wie schön es war, als man noch jünger war.

www.scriptweb.ch/member/fotoalbum.php

NEUE MITGLIEDER

Wir begrüßen ganz herzlich:

November 2005

Sandro Küng, Sprachspiel, Zürich, www.sprachspiel.ch

Eric Langner, textexpress gmbh, Winterthur (ZH), www.textexpress.ch

Dezember 2005

Nathalie Godglück, Wort & Text, Nidau (BE)

Petra Hasler, Petra Hasler Marketing-Kommunikation, Binningen (BL)

Valérie Hill, Aran (VD)

Februar 2006

Rinaldo Dieziger, Supertext GmbH, Zürich, www.supertext.ch

Andreas Hornung, Zürich, www.andreas-hornung.ch

Nicole Suter-Murard, Textevent, Stäfa (ZH), www.textevent.net

Stefan Züger, Text, n' Tools Communication GmbH, Bellmund (BE)

März 2006

Catrina Bearth, Meggen (LU), www.catrinabearth.ch

Marcello Pietro Romano, creativeworld, Chevilly (VD), www.creativeworld.ch

Dominique Tamborini, upgrade communications, Herrliberg (ZH)

Julia Kazis, KazisWorks, Basel, www.screencom.com

Erwin Schreiber, Werbal GmbH Werbeagentur ASW, Bern, www.schreiber.li

April 2006

Myriam Brotschi Aguiar, Wortschaft, Grenchen (SO)

Mai 2006

Stephan Kaufmann, Voicemotion, Thusis (GR)

Liebe Kolleginnen und Kollegen, wir freuen uns, euch bald persönlich kennen zu lernen und auf euren Beitritt anzustossen!

WM-SPECIAL

Der Ball ist rund und ein Spiel dauert 90 Minuten. So einfach ist Fussball. Und trotzdem gibt dieses Spiel so viel zu reden und zu schreiben wie kein anderes. Ungewöhnlich viele Fussballer, und nicht nur die kopfballstarken, glänzen im Aufbau und Abschluss von ganzen Sätzen durch eine erstaunlich hohe Fehlerquote. Kein Hindernis allerdings, nach Ende der Karriere erst einmal ein Buch zu schreiben. Gerade bei Torhütern scheint der Wunsch gross, ihr Leben zwischen zwei Pfosten zwischen zwei Buchdeckeln zu verewigen.

Mehr zum Thema findest du bei http://www.supertext.ch/wordpress/?page_id=57. Wir danken Supertext GmbH für die Abdruckrechte.



«Man darf bei Fussball nicht denken wie Beamter: 0:0 halten bis Feierabend!»

Giovanni Trappatoni

«Kompliment an meine Mannschaft und meinen Dank an die Mediziner. Sie haben Unmenschliches geleistet.»

Berti Vogts

«Da gehe ich mit Ihnen ganz chloroform.»

Helmut Schön

«Wenn ich heute fünf Talente einbaue und mehrere Spiele hintereinander verliere, dann lassen die Leute an den Blumen, die sie mir zuwerfen, plötzlich die Töpfe dran.»

Otto Rehagel



24. ORDENTLICHE GENERALVERSAMMLUNG IN ELGG, ZH

Im Eiltempo durch die Traktanden – und ab ans Volksfest

Am Freitag, 5. Mai, fand in Elgg die 24. Ordentliche Generalversammlung von script, dem Schweizer Texterinnen- und Texterverband, statt. Die Traktanden gaben keinen Anlass zu Diskussionen. Dafür war das anschliessende Volksfest von regem Austausch geprägt.

Acht Traktanden, acht Mal Einigkeit. Im Eiltempo genehmigten die Mitglieder von script alle Geschäfte und bestätigten den Gesamtvorstand für ein weiteres Jahr. Mit Daniela A. Caviglia, Robert Sulser und Patrick Zoll ist der Vorstand nun um drei Vorstandsaspiranten erweitert.

script führt das Schweizer Berufsregister für Texterinnen und Texter. Bisher wurden zweimal im Jahr Zertifizierungsrunden durchgeführt. Dem Antrag des Vorstands, 2007 nur eine Runde im Herbst abzuwickeln, wurde entsprochen.

Nach der kurzen und reibungslosen Generalversammlung (GV) feierte der Verband seine alljährliche scriptNIGHT in einem Festzelt in Elgg. Das konsequent umgesetzte Motto «Volksfest» förderte den regen Austausch in lockerer Atmosphäre bestens. Nächstes Jahr bricht script anlässlich seines 25-Jahr-Jubiläums mit der Tradition, GV und scriptNIGHT am selben Tag durchzuführen. Neu wird die GV als eigenständige Veranstaltung am Tag der Werbung stattfinden.

[Medienmitteilung vom 11.5.06](#)

BR-ZERTIFIZIERUNG 2006/I

50 % Erfolgsquote! Die BR-Kommission für das Berufsregister der Schweizer Texterinnen und Texter hat zwei eingereichte Dossiers geprüft – und eines für gut befunden: Martin Wüthrich, bei Cablecom unter anderem verantwortlich für das Kundenmagazin, darf sich nun Texter BR nennen. Herzliche Gratulation!

script, der Schweizer Texterinnen- und Texterverband, führt das Berufsregister der Texterinnen und Texter in der Schweiz. Wer im Bereich Text, Redaktion und Adaption im Kontext von Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenspublizistik tätig ist, kann sich für den Eintrag in das Berufsregister (BR) der Schweizer Texterinnen und Texter bewerben.

Im Unterschied zu anderen Berufsregistern ist der script-BR nicht einfach eine wertfreie «Berufsbestätigung», sondern ein Qualitätssiegel. Deshalb werden die drei eingereichten Arbeiten je Texterin/Texter von der BR-Kommission nach strengen, aber fairen, genau festgelegten Richtlinien bewertet. Die Namen der Antragstellenden sind ihr dabei nicht bekannt, und sie weiss auch nicht, ob es sich dabei um script-Mitglieder oder Nichtmitglieder handelt.

Der BR: ein Titel für drei Jahre

Der Eintrag gilt für drei Jahre. Dann steht eine erneute Zertifizierung an, will man sich weiterhin «Texterin BR» oder «Texter BR» nennen. Selbstverständlich können Textschaffende, deren Arbeiten abgelehnt wurden, bei der nächsten Zertifizierung ein neues Dossier einreichen.

[Medienmitteilung vom 26.3.06](#)



scriptVALENTIN 2006

Amor ist nach dem 14. Februar nochmals aus seinem Tiefschlaf erwacht. Er hat die Gewinnerinnen und Gewinner unter den Wettbewerbsteilnehmenden ausgelost und auch abgegebene Stimmen für die Liebesbriefe ausgewertet. Erfreulicherweise haben alle Punkte erhalten und etwa die Hälfte der Briefe hat sich Kopf-an-Kopf-Rennen geliefert.

Gewonnen haben:

Brief Nr. 2 von Daria Lederrey, LEDERREYTEXT, Biel/Bienne (1. Platz)

Brief Nr. 9 von Franziska Hidber, Textatelier Silberfeder, Wil SG (2. Platz)

Brief Nr. 5 von René Moor, moortext, Buchs AG (2. Platz)

Brief Nr. 11 von Iris Erdenbrink, ebk kommunikation, Montmelon JU (3. Platz)

script und die Kooperationspartner von scriptVALENTIN gratulieren herzlich.

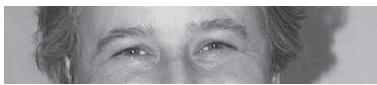
Die Gewinnerinnen und Gewinner der rund 30 Preise sind persönlich benachrichtigt worden. Beziehungsweise wird es bei allen, die ein Annabelle-Jahresabo gewonnen haben, in den nächsten Tagen soweit sein.

Alle Liebesbriefe findet ihr hier: www.scriptweb.ch/scriptvalentin/wettbewerb.html

Der Vorstand dankt allen Texterinnen und Textern sowie den Korrektorinnen fürs Mitmachen und ihre Motivation. Toll, wie gross die Medienpräsenz für scriptVALENTIN und für script dieses Jahr dank dem Engagement und der Initiative der Texterinnen und Texter war. Wo und wie wir präsent waren: www.scriptweb.ch/scriptvalentin/idee_presse06.html

Amor schlummert nun erneut selig und wird nächsten Januar für scriptVALENTIN 2007 wieder aufwachen.

DER VORSTAND WIRD ERWEITERT



Daniela A. Caviglia

«script beizutreten habe ich bisher nicht bereut. Von Anfang an fühlte ich mich willkommen, aufgehoben, getragen. Die Offenheit und der Zusammenhalt der Mitglieder haben mich beeindruckt und ich geniesse die Zusammentreffen jedes Mal sehr. Trotz der eher grossen geografischen Distanz bin ich oft und gern an den Veranstaltungen dabei. Aus einigen der neuen Kontakte innerhalb des Verbands sind nicht nur produktive Zusammenarbeiten, sondern sogar Freundschaften entstanden, die ich nicht mehr missen möchte. Deshalb hat mich die Anfrage, ob ich mich als Vorstandsaspirantin zur Verfügung stellen würde, in Gewissenskonflikte gebracht. Einerseits hatte ich soeben eine Kundenbereinigung hinter mir, weil ich lieber fürs Leben arbeiten als für die Arbeit leben möchte, und andererseits bot sich mir die Chance, mich für script und seine Mitglieder zu engagieren. Die Gelegenheit, etwas von dem zurückzugeben, was mir in so üppigem Masse und vom ersten Moment an – quasi als Vertrauensvorschuss – geschenkt wurde. Und ehrlich gesagt, wenn es nicht um ein Probejahr im Vorstand gegangen wäre, sondern gleich um einen vollwertigen Eintritt, dann hätte ich mich wohl gegen dieses Engagement entschieden. So habe ich jedoch die Gelegenheit, in die neue Aufgabe reinzuschnuppern und diejenigen Aufgabenkreise auszutasten, in denen ich mich sinnvoll und effektiv einbringen kann. Ich bin neugierig, was mir dieses Jahr alles an Erlebnissen und Aufgaben beschert.»



Robert Sulser

Ich bin ein Aspirant für den Vorstand, weil....

...ich weder Jägermeister trinke noch unter Profilneurose leide. Sondern, weil ich mich in einem Verband von beruflich Gleichgesinnten nützlich machen möchte. Weil ich Ideen, Fachwissen sowie eine ganze Menge

Erfahrung einzubringen vermag. Weil ich vielleicht in irgendeiner Form dazu beitragen kann, dem einen oder anderen Mitglied zu helfen.

Darüber hinaus erachte ich dieses Engagement auch als Zeichen der Wertschätzung gegenüber den Verantwortlichen. Denn unsere Spitze hat – in relativ kurzer Zeit – aus dem dahin dümpelnden Karren unseres Berufsverbandes eine kraftvolle Karosse zusammengeschmiedet. Motivation genug also, diesen positiven Schwung zu nutzen und am Leben zu erhalten.

Aus meiner Sicht ist script nicht dazu da, seinen Mitgliedern einfach nur eine hohe Nutzniessung zu garantieren. Vielmehr müsste es doch im Interesse eines jeden Einzelnen liegen, sich aktiv für den eigenen Berufsstand einzusetzen. Sei es mit konstruktiven Beiträgen, wichtigen Hinweisen oder interessanten Links aus dem Netz. Vielleicht sogar durch persönliche Mitgliederwerbung. Denn dieser Verband ist letztlich nur ein Werkzeug – Güte und Qualität werden dabei immer durch die Mitglieder bestimmt. Wir alle haben es somit selbst in der Hand, etwas zum Gelingen und zur positiven Entwicklung beizutragen. Mal ehrlich: Gibt es wirklich einen Grund, es nicht gleich JETZT zu tun?



Patrick Zoll

«Stephanie fragt, ich sag Ja – zumindest in diesem Fall. Warum? Weil ich es schade finde, dass so viele script-Veranstaltungen in der letzten Zeit aus mangelndem Teilnehmerinteresse abgesagt wurden. Ich möchte dazu beitragen, dass script noch stärker der Ort des Gedanken- und Wissensaustausches zwischen Texterinnen und Textern wird.»

Warum überhaupt?

Mit Hélène Apel und Pierre-André Rion ist die Romandie mit rund 15 Mitgliedern in einer komfortablen Lage und, salopp gesagt, vorstandsmässig fast überbetreut. In der Deutschschweiz – rund 160 Mitglieder – sieht es anders aus: Hier sind

neben Präsidentin Stephanie Hugentobler und Geschäftsführer Christoph Fuchs «nur» noch drei Vorstandsmitglieder im Einsatz: Gabriele Clara Leist, Sonja Brunswiler und Paul Girard. Um die Verbandsarbeit, die immer mehr Zeit in Anspruch nimmt, auf mehrere Schultern zu verteilen, hat sich der Vorstand entschlossen, drei «Vorstandsaspirantinnen und -aspiranten» anzuwerben. Und er hat Glück gehabt: Die Angefragten haben zugesagt! Sie werden den Vorstand aktiv unterstützen, mitarbeiten, mitdenken. Und auf die nächste GV hin entscheiden, ob sie ein gewähltes Mitglied des Gremiums werden möchten.

Und warum Daniela, Robi und Patrick?

Alle drei sind uns aufgefallen als besonders aktive, motivierte Mitglieder. Sei es durch die Teilnahme an Veranstaltungen des Verbands und auch anderer Organisatoren, sei es durch Inputs, Fragen, Kritik und Lob. Ausserdem wollten wir die grosse Bandbreite der Mitglieder breiter abgestützt und vertreten wissen.

Robi ist ein alter Hase in der Branche und ein langjähriges Mitglied, kennt den Verband also schon seit ewig und konnte seine Entwicklung live miterleben. Patrick ist erst seit einigen Jahren Texter und ist quasi seit seiner Stunde Null bei script dabei. Er kennt die Anliegen und Hoffnungen der Berufseinsteiger sehr genau. Daniela lebt und arbeitet in der Peripherie und das aus voller Überzeugung. Sie kann all jenen wertvolle Inputs liefern, die ebenfalls – vermeintlicherweise – weit ab vom Schuss sind, geografisch gesehen, oder es gerne sein möchten. Dies alles sind nur einige Beispiele.

Unsere neue Kollegin, unsere zwei Kollegen bringen noch viele andere Qualitäten mit. Lernt sie kennen und überzeugt euch selbst.

Liebe Daniela, lieber Robi, lieber Patrick: Euch danken wir herzlich und wünschen euch ein tolles, erlebnisreiches Jahr und spannende Begegnungen mit unseren Verbandskolleginnen und -kollegen!

BUCHTIPPS

Handbuch Werbetext (2. Auflage)



Jörn Winter
Deutscher Fachverlag (2004) |
450 Seiten (gebunden) | ISBN
3871508691
68.00 Euro | 115.00 Franken

Mit seinem «Handbuch Werbetext» bricht Jörn Winter, Mitinhaber einer Werbeagentur sowie Dozent am Corporate Text Institut und an der Texterschmiede Hamburg, eine Lanze für die Texter. Gemeinsam mit 20 renommierten Fachleuten, alles hoch dekorierte Kreative und ausgezeichnete Strategen, zeigt er auf, was einen guten Texter, was gute Texte ausmacht. Das Buch ist mehr Grundlagenbuch denn Handbuch. Wer (besser) texten lernen will, findet sicherlich den einen oder anderen wertvollen Tipp, doch es gibt Bücher, die sich besser dafür eignen. «Handbuch Werbetext» bietet einen umfassenden Überblick; angefangen bei der Frage, was ein Texter ist und was er tut, über sprachliches Handwerk, Strategie und Philosophie, das Werkzeug und die tägliche Arbeit bis zum Blick über den Tellerrand hinaus.

Wir danken script-Mitglied Roger Hausmann, Schreibwerkstatt GmbH, Winterthur, für seine Buchtipps! Buchtipps-Newsletter abonnieren unter www.schreibwerkstatt.ch

Deutsch!



Wolf Schneider
Rowohlt, Reinbek (2005) | 318 Seiten (gebunden) ISBN 3498063812 | 19.90 Euro | 34.90 Franken

Wolf Schneider ist und bleibt ein grosser Meister der deutschen Sprache. Ohne ihn würden zahlreiche Journalisten und viele Texterinnen noch immer kaum verständlich und nur schwer lesbar schreiben. Trotz seiner inzwischen 80 Jahre ist Schneider kein Gralshüter oder Bewahrer, wie viele andere, sondern ein kritischer Beobachter. Er weiss, die Sprache verändert sich täglich, darum geht er in seinem jüngsten Buch unter anderem darauf ein, wie E-Mails, SMS und Chats sich auswirken. Auf seine Diagnose folgen 44 Rezepte, wie Journalistinnen und Texter attraktiv(er) schreiben. Wer das eine oder andere der über 20 Bücher von Wolf Schneider gelesen hat, weiss, sie sind nicht nur lehrreich, sie sind auch unterhaltsam. «Deutsch!» macht vor allem Spass, wenn Schneiders Beispiele aus Zeitungen oder Büchern herauspicks und Texten von Goethe, Heine oder aus der Bibel gegenüberstellt.

RECHTE LINKS

Der Vorstand präsentiert einige seiner Lieblingslinks. Schräges, Spannendes, Sehenswertes – querbeet durchs Web und die Themen. Viel Spass!

Gabriele Clara Leist rät:

www.etymologie.info

Über diesen Link kommt man auf eine Seite mit drei Links; wer gerne mehr darüber wissen möchte, woher die Wörter kommen, was sie bedeuten, wie sie sich entwickelt haben, findet da tausende Wortgeschichten und Informationen zur Entwicklung der Sprache und Sprachen sowie Links zu weiteren etymologischen Themen.

Paul Girards Tipp:

<http://ripfiles.e-workers.de/fun/bullbingo.php>

Bullshit-Bingo: Der grossartige Zeitvertreib für Besprechungen. Lässt sich auch weiter entwickeln oder – als Bullshit-Solitaire – beim Durchlesen von KMU-Imagebroschüren spielen.

Daniela A. Caviglia klickt auf:

<http://www.andreaseschbach.de/>

Andreas Eschbach, Autor des Bestsellers «Das Jesus-Video», verrät auf seiner Website wirklich wertvolle und aufmunternde Tipps für alle, die mit einem Roman schwanger gehen.

Patrick Zoll empfiehlt:

www.deutschepost.de/corporatepublishing

Alles rund ums Thema Kundenzeitschriften, vom Konzept bis Distribution.

PAULS ECKE

TEXTTOON

Paul Girard



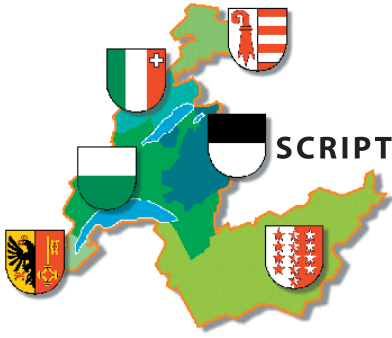
1. Das Briefing.



2. Kritik des Resultats.



3. Analyse der überarbeiteten Version.



SCRIPT ROMANDIE DE A JUSQU'À Z

A comme action

C'est l'objectif essentiel de script Romandie.

B comme boule de neige

Tel est l'effet souhaité de nos séminaires de formation permanente et de nos «stamms».

C comme collaboration

Collaboration avec le comité de script, avec les membres script de Suisse alémanique, avec les membres romands de script, avec les créatifs et les agences romandes, avec la Fédération romande de publicité (FRP), le SAWI et la Maison de la communication.

D comme dialogue

Un dialogue que nous engageons avec vous, maintenant grâce à scriptINFO.

E comme élan

C'est animés par cet élan que nous faisons connaître script dans toute la Suisse romande. Avec votre appui.

F comme formation permanente

Car bon nombre de conceptrices-rédactrices/concepteurs-rédacteurs aimeraient continuer de se rencontrer et de se former hors du cadre de leur agence. script leur offre cette possibilité.

G comme Grand Prix Romand de la Création 2006

Les rédactrices et rédacteurs publicitaires romands sont fiers de leur travail. Les meilleurs d'entre eux seront récompensés par le Grand Prix Romand de la Création le 1er juin 2006 à 19 h 00, aux Docks à Lausanne (détails: www.gprc.ch)

Le jury décernera le GRAND prix à la meilleure publicité francophone de l'année et aux lauréats de chaque catégorie.

Ouverte à toutes les agences de publicité et à tous les créatifs de Suisse, cette soirée festive réunira également un grand nombre d'annonceurs romands et suisses allemands.

H comme Hervé (Vernet)

Pour celles et ceux qui ne le sauraient pas encore, Hervé Vernet nous a fait transpirer dans ses exercices de lisibilité (dernier séminaire script). Avec lui, nous passons des «mots mous» aux mots qui font mouche. Avec brio et sans complaisance.

I comme ici

Parce que c'est en travaillant ici, en Suisse romande, que nous pouvons faire la différence.

J comme Jaoui (Agnès)

Parce que «Le goût des autres» est un scénario qui se cultive à plusieurs.

L comme liens

Des liens comme ceux noués entre les rédactrices et les rédacteurs de script à la Maison de la Communication.

O comme Olivier (Vuille)

Producteur, concepteur-rédacteur et speaker, son workshop publicitaire radiophonique a permis à beaucoup de réviser leurs spots. Une mise au diapason à l'écoute des mots.

P comme prise de température

Interrogés par le comité romand de script sur la nécessité d'une formation continue spécifique, la plupart des rédactrices et rédacteurs publicitaires de Suisse romande reconnaissent que «travailler sur le tas ne suffit pas».



R comme reconnaissance

Les rédactrices et rédacteurs publicitaires romands veulent plus de reconnaissance pour leur métier. Seule association professionnelle de Suisse, script leur tient à cœur, car ils ne veulent plus être pris pour des guignols.

S comme Schlittler (Laurent)

Auteur de «On est pas des guignols», éditions Navarino, www.navarino.ch. Un huis clos dans la succursale romande d'une agence alémanique.

T comme tarifs recommandés

Votre facturation: le nerf de la guerre. La brochure de script sur les tarifs recommandés 2006 est le document le plus souvent commandé sous www.scriptweb.ch.

Z comme gare au zorille

Zorille n. m. Les zorilles, ou mouffettes africaines, intermédiaires entre les ratels et les vraies mouffettes, sont de taille médiocre, à queue touffue. Il en existe cinq espèces à odeur infecte. Georges Perec affirme que leur chair n'a aucun goût. Mais il parle du zorilla, forme non attestée dans les dictionnaires, qui signale en revanche l'existence d'un ZORRILLA (Manuel Ruiz), homme d'État espagnol (1834-1895), sur l'odeur duquel ils ne se prononcent pas.

Ein herzliches «Määrssi» an die Sponsoren der scriptNIGHT 2006

publimedia

Der beste Platz für Ihre Anzeigen.

PRÄSENZ EFFIZIENZ in Printmedien® (PEP)	Medienarbeit ✓	Schulung ✓
	Redaktion ✓	Beratung ✓
	Kommunikation ✓	Dienstleistung ✓

text zwei

Roger Hausmann, Stephanie Hugentobler

... wie auch allen Natural-Sponsoren:



DRUCKEREI
KUNZ ELGG

Elgger Zeitung



Gemeinde Elgg

DRUCKSPRINT

eventio®

Corporate, Private & Public Events



AGENDA

SCRIPT MEET

Aarau
6. Juni 2006
1900 open end
Hotel Aarauerhof, Aarau

SCRIPT MEET

Graubünden/Liechtenstein
10. Juni 2006
1530 – 1900
Rheinschlucht, Valendas

SCRIPT SEM

Kreatives Denken
29. Juni 2006
0900 – 1700
Diego Bally AG, Zürich

SCRIPT MEET

Biel
4. Juli 2006
1900 open end
Restaurant l'écluse, Biel

SCRIPT FUN

Soirée Française
6. Juli 2006
1800 open end
Sonnenberg-Park, Zürich

SCRIPT MEET

St. Gallen
6. Juli 2006
1930 – 2200
Hintere Post, St. Gallen

SCRIPT SEM

Kreatives Denken
7. September 2006
0900 – 1700
Diego Bally AG, Zürich

SCRIPT INTERN

„Wie man eyn Mannsbild bey Kräfften hält“
15. September 2006
1800 open end
Diego Bally AG, Zürich

DM über alles

«DM über alles», war ein zweimal halbtägiges Seminar auf dem Üetliberg mit script als Patronatspartner. Besonders spannend waren die Fallstudien aus so unterschiedlichen Bereichen wie Auto, Sanitärarmaturen und Weinversandhaus. Die Tipps und Tricks aus der Praxis sind direkt umsetzbar, etwas weniger greifbar hingegen die allgemein gehaltenen Referate. Gut gelungen war der Mix zwischen PR-Profis (auch im Publikum) und solchen, die sich neu mit DM auseinandersetzen – eine ideale Basis, das eigene Netzwerk zu erweitern.

Patrick Zoll

Diese Veranstaltung findet am 28.8./4.9.2006 in Bern statt. Wir informieren euch, sobald sie ausgeschrieben ist und ihr euch via www.scriptweb.ch anmelden könnt. Als script-Mitglieder profitiert ihr von ermässigten Teilnahmegebühren.

Nimm ein Pfund* Reis** für ein Essen. Wasche ihn sauber, lese ihn aus. [Du] sollst ihn nicht verhochen lassen, [sondern] er soll gut aufgequollen sein. Nun brauchst Du eine süsse Kuhmilch, die sollst Du aufwallen lassen, und lege den aufgequollenen Reis hinein und nimm 24 Dotter und schlage sie [gut]. Wenn du anrichten willst, dann mische die Dotter darunter, damit er [der Reis] dick wird, und gib reines

SCRIPT INTERN

Freitag, 15.09.06
Z ü r i c h

Anmeldung und weitere Detailinformationen unter <http://www.scriptweb.ch/scriptweb/veranstaltungen/index.php>



Baden Basel St. Gallen

Die neuen scriptFUN «Zmorge in ...» und «Zmittag in ...» bald auch in deiner Region! Infos siehe Veranstaltungsagenda auf www.scriptWEB.ch

IMPRESSUM

Redaktion und Gestaltung
Präsidium, Vorstand und Geschäftsstelle

Korrektorat
Tiptopp, Claudia Scherrer, Brugg

© script, 2006