

# Wir legen ein gutes Wort für Sie ein.



Die Branchennews täglich erhalten!

Jetzt Newsletter abonnieren.

Ruf Lanz

## Mit Tiersternzeichen gegen Missstände

Die Stiftung Tier im Recht lanciert eigene Sternzeichen für Löwe, Stein, Steinbock, Fisch oder Krebs.

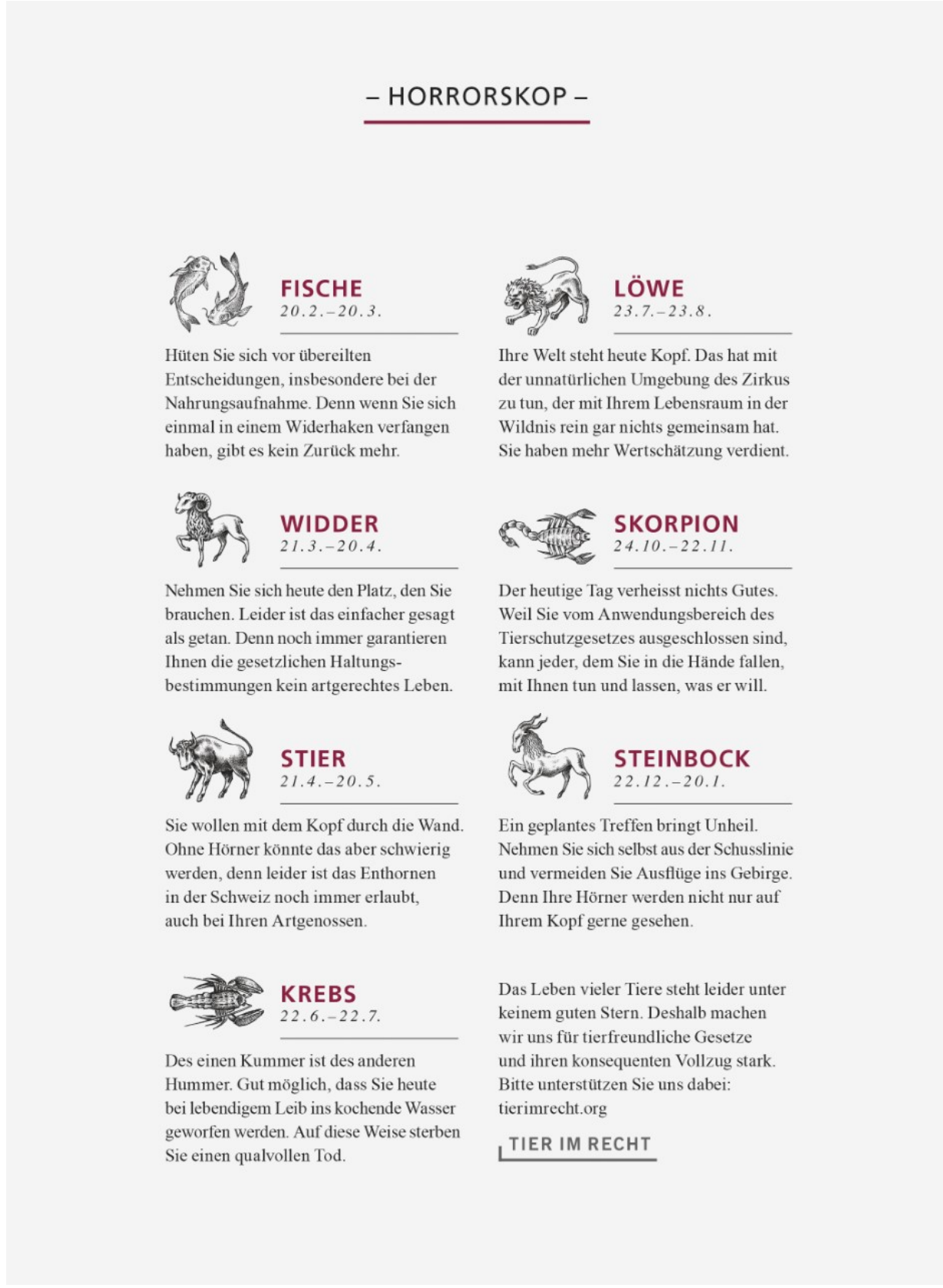


E-MAIL  
DRUCKEN  
FEEDBACK  
KOMMENTAR  
24.09.2020

Horoskope erfreuen sich in vielen Zeitungen und Zeitschriften grosser Beliebtheit. Für die Stiftung Tier im Recht (TIR) nutzt Ruf Lanz die Tiersternzeichen einmal anders, heisst es in einer Mitteilung. In einem täuschend echten «Horroroskop» macht die Stiftung darauf aufmerksam, dass das Schicksal von Löwe, Stier, Steinbock, Fisch, Krebs usw. oft unter einem ungünstigen Stern steht.

Obwohl Tieren in unserer Gesellschaft ein hoher Stellenwert zukommt, würde ihnen das geltende Recht nicht überall ausreichend Schutz gewähren, heisst es weiter. Zudem würden viele Tierschutzverstösse nicht angemessen oder überhaupt nicht untersucht und bestraft. Das Bewusstsein für diese Missstände müsse immer wieder von Neuem geschärft werden.

Dafür engagiert sich Ruf Lanz im Auftrag der Stiftung bereits seit acht Jahren. Die bisherigen Kampagnen haben laut Gieri Bolliger, TIR-Geschäftsleiter, «viel Aufsehen erregt und engagierte Debatten rund ums Tierwohl ausgelöst. Zudem wurden durch die zahlreichen Awards neue Medien auf uns und unsere Arbeit aufmerksam.»



Die neue Kampagne ist ab Oktober in Zeitungen und Zeitschriften zu sehen und wird auch auf den Social-Media-Kanälen von TIR ausgespielt.

Verantwortlich bei Tier im Recht (TIR): Gieri Bolliger (Geschäftsleiter), Christine Künzli (stv. Geschäftsleiterin), Denise Eggenberger (Marketing und Kommunikation).; verantwortlich bei Ruf Lanz: Markus Ruf (Creative Direction), Christian Stüdi (Text), Isabelle Hauser (Art Direction), Armin Arnold (DTP), Lara Cavelti (Beratung). (pd/wid)

### KOMMENTARE

Vor- und Nachname

E-Mail-Adresse

Kommentar schreiben

ABSENDEN

### DIESE ARTIKEL KÖNNTEN SIE AUCH INTERESSIEREN:

**JUNG VON MATT/LIMMAT**

**An der Haltestelle unverhofft zum Ersthelfer**

Mit einem Spot werfen das Schweizerische Rote Kreuz und Helsana die Frage auf: Bist du bereit zu helfen.

**BRANDERS**

**«Gemeinsam»-Kampagne geht in die zweite Runde**

Die neuen Plakatt motive von Branders sollen die Haltung der Gemeinsamkeit von Sanitas unterstreichen.

**NEW AGENCY GLAUnited**

**HEUTE MEIST GELESEN**

**Effizienzprogramm: CH Media spart weitere 30 Millionen ein**

**Aus wirtschaftlichen Gründen: NZZ entlässt Filmredaktor**

**Persönlichkeitsverletzung: Nau entschuldigt sich bei Sandro Brotz**

**Krisenkampagne des BAG: Das neue Motto lautet «Mach's einfach!»**

**JVM/Limmat: «Man kann Menschen nicht für dumm verkaufen»**

**Gian und Giachen: Steinböcke werben für Graubünden mal anders**

**FAMILY**

**Mit Analogien für Love Toys werben**

Die aktuelle nationale Kampagne umfasst 5 Image- und 25 Produktespots, die im TV und online gezeigt werden.

**WUNDERMAN THOMPSON**

**Von der Badewanne aus sein Geld anlegen**

Die neue Kampagne für PostFinance soll aufzeigen, dass Vermögensaufbau ganz entspannt sein kann.

**DIE WILDEN ZWANZIGER**

**GESTALTEN**

**Die wilden Zwanziger sollen zurück**

Ein lebendiges Ausrufezeichen soll einen wohlwundert erfrischenden Akzent nach Zürich bringen.

**PROBE-EXEMPLAR**

**Jetzt ein kostenloses Probe-Exemplar von «persönlich» bestellen.**

**personlich**

**JETZT BESTELLEN**

**CONTEXTA**

**Drei Sennen flitzen über Wald und Wiesen**

Mit aufgespisstem Käsebroten unterwegs: Appenzeller-Fondue lanciert einen rasanten Online-Spot.

**ART.I.SCHOCK**

**Nicht filmen, sondern sofort helfen**

So erschreckend ein Anfall aussieht: Drei Betroffene fordern in der Kampagne auf, hinzuschauen und zu helfen.

**NEWSLETTER ABONNIEREN**

Erhalten Sie frühmorgens die relevantesten Branchennews in kompakter Form.

Vorname

Nachname

E-Mail

**ABONNIEREN**

**REDAKTION EMPFIEHLT**

**Screen-up 2020: Plattform ersetzt die Programm-Screenings**

**SRF: Schlussendlich kreativ**

**Buch zum Lockdown: «Berset plauderte so manchmal aus dem Nähkästchen»**

**Ringier: «Für mich gehts nach Hause» in die Medien»**

**Sunrise: «Roger ist im Spot durch und durch authentisch»**

**Echo der Zeit: «Bei der Technik wird es einen grossen Sprung geben»**

**VERANSTALTUNGEN**

XAVER neXt

XAVER-Award 2020

«Zukunft der Schweizer TV-Werbung»

GOLDBACH TAG DER ONLINE-WERBUNG

Digital Marketing trifft auf MarTech Europe (digital)

**WEITERE VERANSTALTUNGEN**

**KOMET**

**Auch Visana-Angestellte haben Kita-Kinder**

In einer neuen Kampagne will sich Visana noch näher bei den Kindern positionieren.

**NZZ-GRUPPE**

**Keine Wahrheit ist unangreifbar**

**Prominente Werbung in eigener Sache**

Auf je vier Seiten publizieren NZZ und NZZaS neun Bilder und Botschaften. Es war der Start einer Kampagne.



Das Schweizer Kommunikationsmagazin für Entscheider und Meinungsführer

Abonnent Interview Medienthetorik Archiv

**PROBE-EXEMPLAR BESTELLEN**

Mediadaten Team Medienpartner Newsletter Veranstaltungen RSS

Impressum Datenschutz

Adresse persönlich Verlags AG Birmensdorferstr. 198 8003 Zürich

Tel.: +41 43 960 79 00 E-Mail: info@persoenlich.com

**KONTAKTFORMULAR**

Copyright © 2020 persönlich Verlags AG

