

VIDEO MARKETING.



Wachsen Ihren Text und Design über den Kopf?

Bei diesen Aufgaben wachsen wir über uns hinaus.

[Jetzt Offerte einholen](#)

etextera
Agentur für Text und Design

Die Branchennews täglich erhalten!

[Jetzt Newsletter abonnieren.](#)

Ruf Lanz

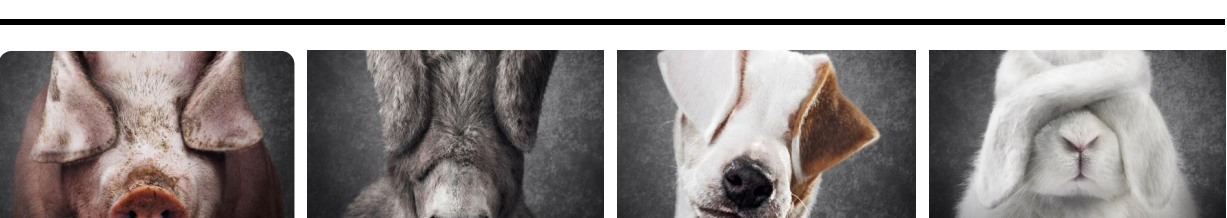
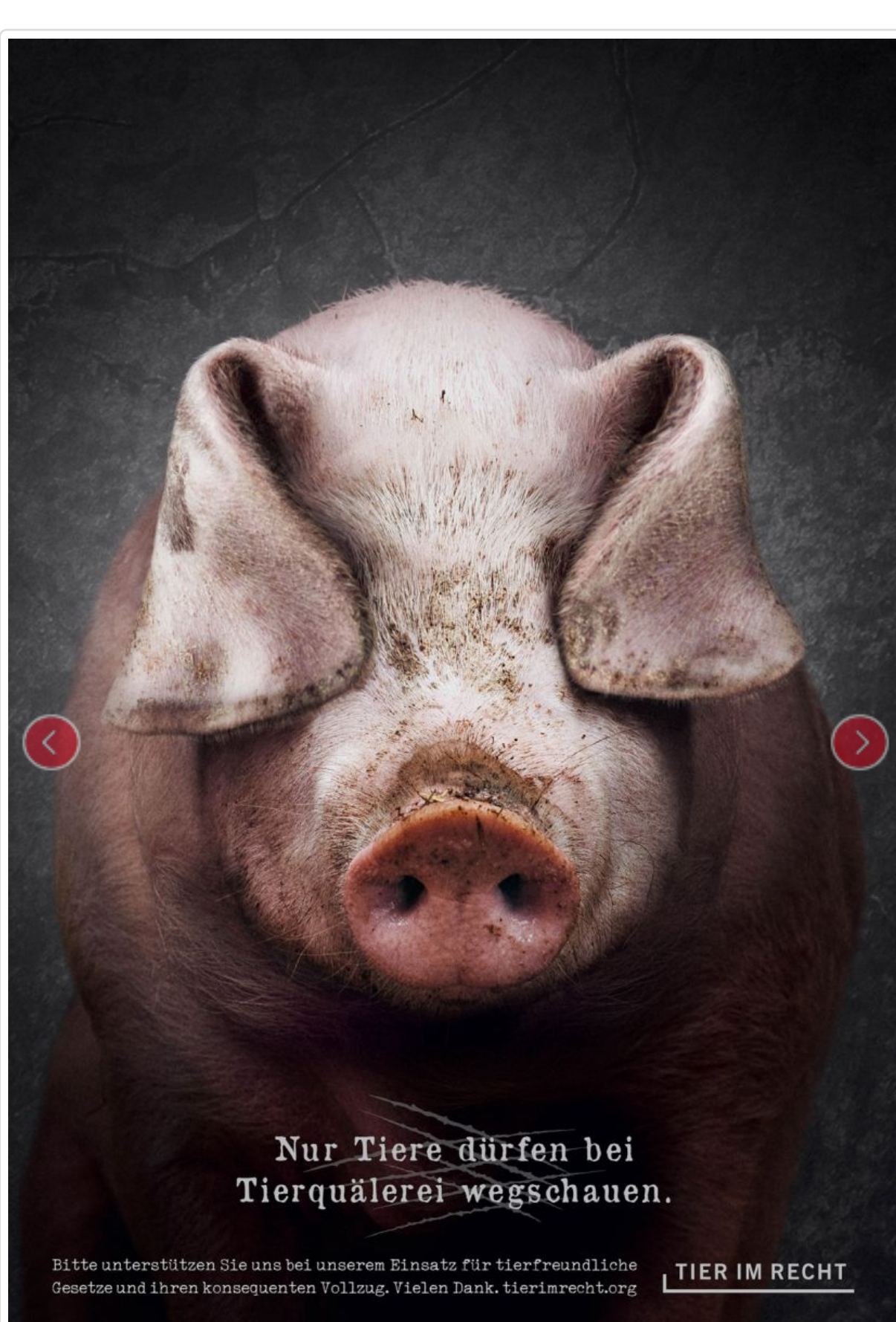
Tierischer Erfolg in Lürzer's Archive

Die aktuelle Kampagne gegen Tierquälerei für die Stiftung Tier im Recht von Ruf Lanz schafft es in die internationale Selektion des renommierten Magazins.



E-MAIL
DRUCKEN
FEEDBACK
KOMMENTAR
09.10.2020

Lürzer's Archive präsentiert alle zwei Monate herausragende Kampagnen aus aller Welt und geniesst in der internationalen Kreativwirtschaft entsprechendes Ansehen. Für die internationale Publikation gestaltete sich die Herausgabe zuletzt aber wegen Corona als besondere Herausforderung. Deshalb erscheint die jüngste Ausgabe als Doppelnummer: Volume 3 und 4 blickt zurück auf die Highlights in den letzten Monaten.



Ruf Lanz ist gleich mit vier Sujets der aktuellen Kampagne für die Stiftung Tier im Recht (TIR) in der internationalen Selektion vertreten, wie die Agentur in einer Mitteilung schreibt. Die Kampagne zeige: «Nur Tiere dürfen bei Tierquälerei wegschauen.» Und werde gerade dadurch zum Hingucker.

Um das Bewusstsein für Missstände zu schärfen, arbeite die Stiftung Tier im Recht seit über acht Jahren mit Ruf Lanz zusammen. «Schon die bisherigen Kampagnen haben Aufsehen erregt und Debatten rund ums Tierwohl ausgelöst», lässt sich Gieri Bolliger, TIR-Geschäftsleiter, zitieren. «Zudem wurden durch die vielen Auszeichnungen neue Medien auf uns und unsere Arbeit aufmerksam.» (pd/lo)

KOMMENTARE

Vor- und Nachname

E-Mail-Adresse

Kommentar schreiben

[ABSENDEN](#)

MARKTPLATZ SUCHE

Finden Sie die gewünschten Unternehmen im Marketing und senden Sie gleich eine Offertanfrage zu.

Jetzt Suche starten

Firmennamen / Keyword

Branche auswählen

Region

[ZUM MARKTPLATZ](#) [Q SUCHEN](#)

- NEUESTE MELDUNGEN**
- BAG-Kampagne: Orange ist das neue Blau
 - Ruf Lanz: BFU-Kampagne für mehr Sichtbarkeit im Verkehr
 - Kulturmarketing: Mit 500 Briefen «zur grossen Liebe»
 - Etienne Jornod: 400'000 NZZ-Abonnements als Ziel
 - Branchenumfrage: Düstere Aussichten für Schweizer Hotellerie
 - Aus für SRF-Sendungen: Was die SRG kann

DIESE ARTIKEL KÖNNTEN SIE AUCH INTERESSIEREN:



BAG-KAMPAGNE

Orange ist das neue Blau

Nach dem jüngsten Anstieg der Coronainfektionen kommt die Kampagne des BAG nun im orangenen Kleid daher.



RUF LANZ

BFU-Kampagne für mehr Sichtbarkeit im Verkehr

Nur wer sich sichtbar macht, wird im Strassenverkehr gesehen: Dies zeigt die aktuelle BFU-Präventionskampagne.



NEW AGENCY GLAUnited

- HEUTE MEIST GELESEN**
- BAG-Kampagne: Orange ist das neue Blau
 - Kulturmarketing: Mit 500 Briefen «zur grossen Liebe»
 - Ruf Lanz: BFU-Kampagne für mehr Sichtbarkeit im Verkehr
 - Aus für SRF-Sendungen: Was die SRG kann
 - Etienne Jornod: 400'000 NZZ-Abonnements als Ziel
 - Radio Top: Mitarbeiterin positiv auf Corona getestet



BLAUES KREUZ

Faltkarte liefert Erkenntnis im Handumdrehen

Die Original-Endlosfaltkarte demonstriert: mit jedem Falten zu mehr Lebensqualität und weniger Abhängigkeit.



NEUER NAME, NEUES LOGO

Aus Cubegrafik wird nach 20 Jahren Neofluxe

Die Kernkompetenzen sind Strategie, Design und Technologie für Websites, Apps, E-Mail-Marketing und Social.



SIR MARY

Nicolas Hostettler verstärkt Geschäftsleitung

Der Strategy Director ist seit dem Start der Agentur an Bord und ist nun befördert worden.

PROBE-EXEMPLAR

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



[JETZT BESTELLEN](#)



HEIMAT ZÜRICH

Charles Nguela pitch für Wingo

Der Comedian führt in der zweiten Kampagne für das Unternehmen durch eine PowerPoint-Präsentation.



ZIMMERMANN COMMUNICATIONS

Für mehr Onlinepräsenz von KMUs

Gefunden, gebucht und geliked lauten die drei Hero-Benefits der landesweiten Kampagne von Localsearch.

NEWSLETTER ABONNIEREN

Erhalten Sie frühmorgens die relevantesten Branchennews in kompakter Form.

Vorname

Nachname

E-Mail

[ABONNIEREN](#)

NEUROMARKETING

Video: Brain-Insight Nr. 1
Wie kauft unser Hirn ein?

persoenlich.com und Zutt & Partner erklären Neuromarketing-Prinzipien. Diesmal: Der Kaufentscheid



[ZUM VIDEO](#)

- VERANSTALTUNGEN**
- «Zukunft der Schweizer TV-Werbung»
 - Skill Up Festival
 - GOLDBACH TAG DER ONLINE-WERBUNG
 - Future of Marketing trifft auf MarTech Europe (digital)
 - IGEM-Workshop «Programmatic DOOH»
- [WEITERE VERANSTALTUNGEN](#)



JUNG VON MATT/LIMMAT

Wenn sich das Kanu selbständig macht

Der neue Mobiliar-Spot aus der Feder von JvMLimmat greift ein aktuelles Thema auf: Familienferien im Camper.



VON WIRZ ZU SCHROTEN

«Wir erzählen Geschichten in allen Farben»

Michèle Roten und Adrian Schröder über das Schreiben mit verschiedenen Hüten und Ihre Sympathien für Pandas.

von Edith Hollenstein



Das Schweizer Kommunikationsmagazin für Entscheider und Meinungsführer

Abonnement
Interview
Medienrhetorik
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

