



Anzeige

TIER IM FOKUS

Mit Hängekartons gegen Corona

Tier im Fokus (TIF) hat am Montag eine Hängekarton-Kampagne in den Städten Bern und Zürich lanciert. Die Tierrechtsorganisation will damit auf den Zusammenhang zwischen Pandemien und Fleischkonsum aufmerksam machen.



Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.



Während mehrerer Wochen hängen in den Trams und Bussen der Städte Bern und Zürich Kartons mit der Aufschrift «Coronavirus – So verhindern wir künftige Pandemien». Darunter eine rosarote Mischung aus Virus und Wurst. Hinter der Kampagne steckt die Schweizer Tierrechtsorganisation Tier im Fokus (TIF). So heisst es in einer Mitteilung vom Montag.

«Wir müssen über den Zusammenhang zwischen Pandemien und Ernährung reden», lässt sich TIF-Präsident Tobias Sennhauser zitieren. Die Schweinegrippe, die Vogelgrippe und das Coronavirus gingen auf den Fleischkonsum zurück oder würden durch diesen befeuert. «Wir züchten nicht nur Tiere, sondern auch Viren», so Sennhauser.



Viele Viren existieren in der Natur schon länger. Gefährlich wurden sie erst durch die Umweltzerstörung des Menschen. Diese passiere unter anderem im Namen der Fleischproduktion: Um neue Futtermittelflächen zu erschliessen, werden Wälder abgeholzt. So geraten Menschen in Kontakt mit Wildtieren, die gefährliche Viren in sich tragen. «Die wachsende Fleischproduktion begünstigt neue Pandemien», sagt Sennhauser.



Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.

Auch in der Schweiz können jederzeit neue Pandemien entstehen. «Wir müssen die Massentierhaltung abschaffen, um weitere Pandemien zu verhindern», fordert Sennhauser. Die Politik müsse die Gefahr eindämmen, die von Schweizer Ställen ausgehe. Ein wichtiger Schritt wäre die Annahme der Trinkwasserinitiative, womit Agrarsubventionen für Massentierhaltung gestrichen würden.

Die Hängekartons sind Teil einer grösseren Aufklärungskampagne der Tierrechtsorganisation Tier im Fokus (TIF). Daneben können auf ihrer Website gratis Flyer, Broschüren, Sticker und Poster bestellt werden. Das Material stösst auf immenses Interesse: «Viele Leute kennen die pandemische Gefahr der Massentierhaltung und wollen sich aktiv dagegen engagieren», vermutet Sennhauser. (pd/lol)

KOMMENTARE



Kommentarfunktion wurde geschlossen

DIESE ARTIKEL KÖNNTEN SIE AUCH INTERESSIEREN



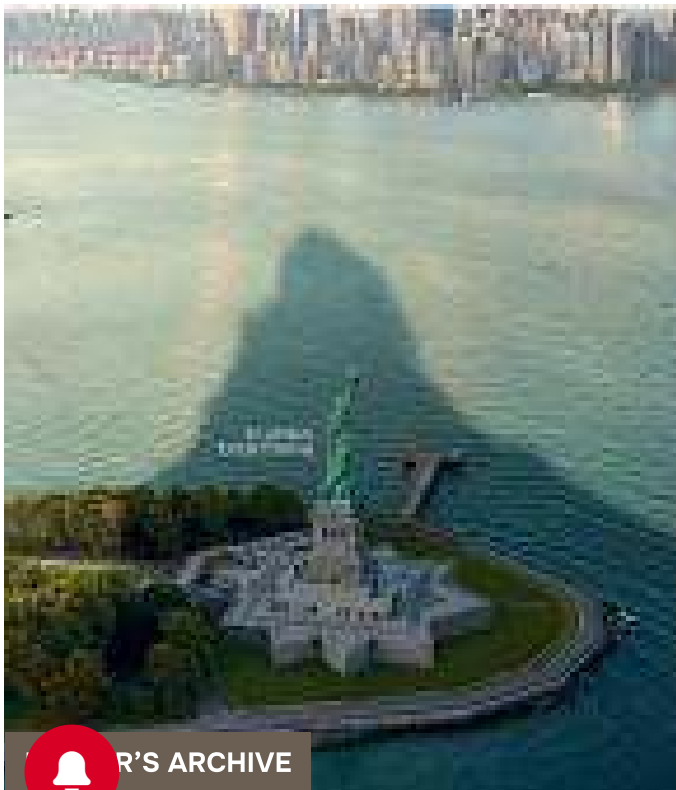
Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.



LA STRATÉGISTE

Mütter mit Brustkrebs im Fokus

«Krebsmama» ist die zweite Welle der im Februar lancierten Kampagnenplattform der Krebsliga.



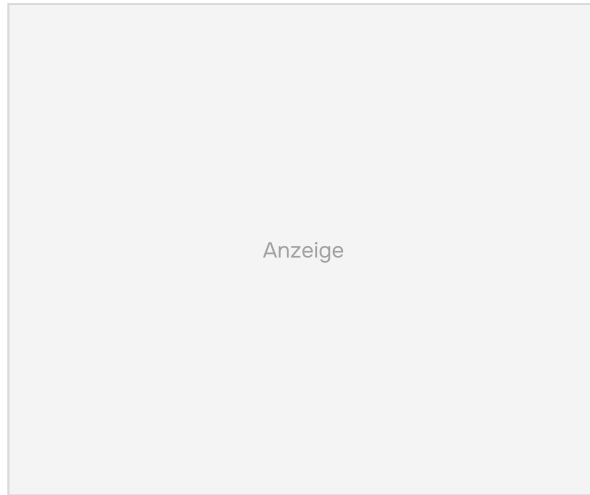
R'S ARCHIVE



Zwei Schwestern besetzen zusammen

Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.

Die Agenturen Kreisvier und Studio Thom Pfister sind in der neuen Ausgabe des Magazins vertreten.



MEISTGELESEN

OpenAI: KI-Training nach neuem Zwischenfall pausiert

publiziert am 27.09.2026

Nebelspalter: Reporterin schildert Angriff an Klimademo

publiziert am 27.09.2026

BKB: «Optimierungspotenzial gibt es immer»

publiziert am 25.09.2026



Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.



Geberit rückt Produkte ins Zentrum

Nach dem Auftakt im Juni folgt die zweite Stufe der internationalen B2C-Kampagne «Better. For you».



Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.

Die Zürcher Agentur macht in der neuen Abokampagne der WOZ aus dem Logo das Wort «Wozu».



BEITRÄGE DER PERSÖNLICH-VERBANDSPARTNER



LEADING SWISS AGENCIES

Attraktivität und Talent kommen von innen

Die LSA-Arbeitsgruppe stärkt Arbeitgeberattraktivität und Führung, um Talente langfristig zu binden.



Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.



SCHWEIZER WERBE-AUFTRAGGEBERVERBAND SWA

Preisführerschaft bei Frische und Qualität

Wie Lidl Schweiz Preisführerschaft mit Qualität, Regionalität und digitaler Kundenbindung verbindet.



MARKETING-CHECK MIT VIWE BARTEL (HEAD OF MARKETING ADNOVUM AG)

Dynamik als Risiko

Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.

Digitale Resilienz ist zentral. Adnovum stärkt Organisationen mit sicheren Lösungen. Bartel kam von Deloitte.

ZUR ÜBERSICHT



Zweite Runde für die Liebe zum Team

Die Alters- und Pflegeorganisation Liebenau Schweiz setzt ihre Employer-Branding-Kampagne fort.



PODCAST

Reinhold Weber:

«Wir wollten unbedingt nach Deutschland»



Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.



Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.



SPONSORED CONTENT

Social Media Marketing 2026: 3 wichtige Trends

KI-Suche, Creator, trügerische Kennzahlen: die drei Entwicklungen, die 2026 wirklich zählen.

An advertisement for Teads CTV. The background is a gradient of blue and purple. On the left, the Teads logo is displayed above the text "The Power of CTV". On the right, two screens show Decathlon advertisements. The top screen displays the Decathlon logo and a group of people hiking. The bottom screen shows a "trending now" section with a Netflix logo and a Decathlon advertisement. A small notification icon is visible in the bottom left corner.

SPONSORED CONTENT

CTV als Mid-Funnel-MoBil

Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.

Connected TV liefert nicht nur Reichweite: Richtig aufgesetzt verbessert es Traffic-Qualität und Performance im Omnichannel-Setup

LEADING SWISS AGENCIES



Das Handbuch «The Perfect Match» unterstützt Auftraggebende mit praktischen Tipps und Checklisten bei der Wahl ihrer Agenturpartnerschaft.

Das Buch kann bei der Geschäftsstelle gegen eine Schutzgebühr von CHF 30.- bestellt werden: info@leadingswissagencies.ch

JETZT HERUNTERLADEN

Anzeige



Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.

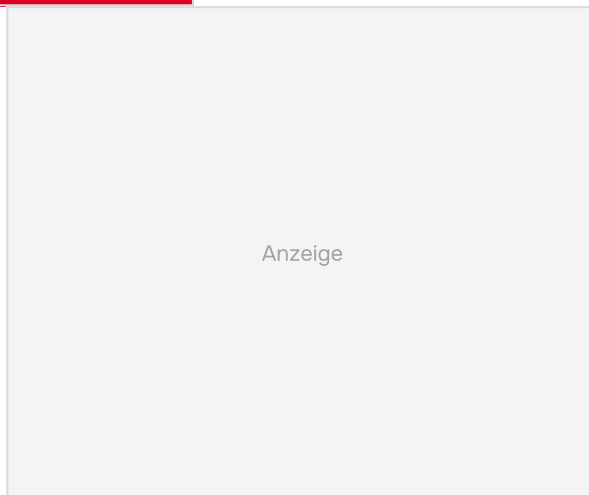
Anzeige



Lager gesucht?

 PlaceB

Lager mieten



NEWSLETTER ABONNIEREN

Erhalten Sie frühmorgens die relevantesten Branchennews in kompakter Form.

ABONNIEREN



REDAKTION EMPFIEHLT

Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.

publiziert am 25.09.2026

Reinhold Weber: «Wir wollten unbedingt nach Deutschland»

publiziert am 24.09.2026

Tamedia: «Meine Knie sind so was von lieb zu mir»

publiziert am 24.09.2026

EVENTS

06.10.2026

SPONSORING AKTIVIERT MARKE & VERTRIEB

07.10.2026

SO FINDET MAN SPONSOREN

16.10.2026 - 18.10.2026

EVENTMANAGEMENT BASISKURS

WEITERE EVENTS



Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.

Sanitas lanciert als erste Schweizer Krankenversicherung eine eigene Hunde- und Katzenversicherung.



PUBLICIS

Axa hinterfragt gängige Altersbilder

Ein Kampagnenfilm und Strasseninterviews sollen zeigen: Pläne und Leidenschaften kennen kein Alter.



Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.



Das Schweizer
Kommunikationsmagazin
für Entscheider und Meinungsführerinnen

Abonnement

Interview

Archiv

PROBE-EXEMPLAR BESTELLEN

Mediadaten

Newsletter

Fotogalerie

Events

Verbandspartner

RSS

Team

Impressum

Datenschutz



AG

Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.

8003 Zürich

Tel.: +41 43 960 79 00

E-Mail: info@persoenlich.com

KONTAKTFORMULAR

Copyright © 2026 persönlich Verlags AG



Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.