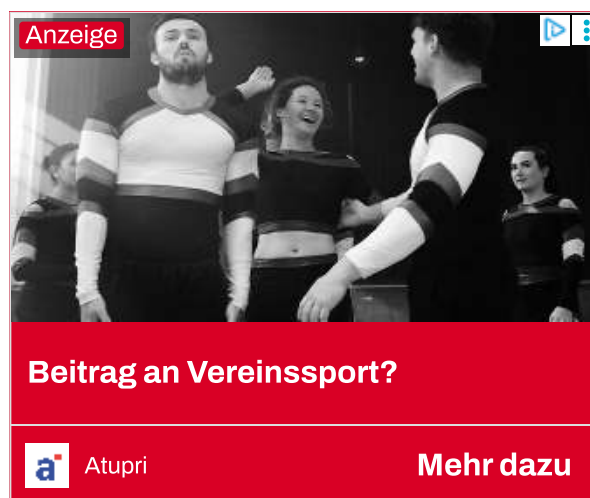




Die neue «persönlich»-Ausgabe ist da - jetzt Probe-Exemplar bestellen.

Vier Schweizer Tierschutz- und Tierrechtsorganisationen haben die Plattform «Werbemist» lanciert. Sie dokumentiert Werbekampagnen, die nach Ansicht der Initianten Tierleid verharmlosen oder ein falsches Bild der Tierhaltung vermitteln, wie es in einer Mitteilung heisst.

Hinter dem Projekt stehen Animal Rights Switzerland, Sentience, die Stiftung für das Tier im Recht (TIR) und Tier im Fokus (TIF). Auf der gleichnamigen Website sowie auf Instagram ordnen sie tierschädliche Werbekampagnen faktenbasiert ein und erklären, weshalb sie diese als problematisch erachten. Zudem rufen die Organisationen die Bevölkerung dazu auf, über einen «Mistmelder» selbst Fotos von Werbungen einzureichen, die ihrer Meinung nach Tierhaltung verharmlosen oder irreführend darstellen. Eingereichte Werbungen werden geprüft; bei tierschädlichen oder irreführenden Inhalten wollen die Organisationen den Dialog mit den Werbetreibenden suchen, die Schweizerische Lauterkeitskommission einschalten und rechtliche Schritte prüfen.



Die beteiligten Organisationen haben nach eigenen Angaben bereits Erfahrung mit Lauterkeitsbeschwerden. So verpflichtete sich Swissmilk nach einer Beschwerde von Animal Rights Switzerland, ein Plakat mit dem Slogan «Familienanschluss und V^hhaltung» nicht mehr zu verwenden. Proviande verzichtete nach einer Beschwerde von Tier im Fokus auf eine Aussage zum Wintergarten-Zugang für

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

Auf der Website zeigt «Werbemist» zum Auftakt fünf Beispiele aus den letzten Jahren: darunter eine Social-Media-Kampagne von Thomy aus dem Jahr 2023 mit dem Stichwort «Traumjob Legehenne», eine Kampagne von Suisseporcs aus demselben Jahr sowie ein Coop-Plakat der Marke «Miini Region» aus den Jahren 2024 und 2025. (pd/cbe)

KOMMENTARE



Kommentarfunktion wurde geschlossen

DIESE ARTIKEL KÖNNTEN SIE AUCH INTERESSIEREN



Carsten Kollmus in den Vorstand gewählt

Die 63. Generalversammlung in Zürich hat zudem zwei langjährige Vorstandsmitglieder verabschiedet.



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

Zwei Abgänge in der Geschäftsleitung

Die SMG Swiss Marketplace Group verliert zwei Mitglieder ihres Führungsteams.

Anzeige

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.



Titlis Tower tritt Marketingallianz bei

Die Engelberger Bergbahnen vermarkten ihren Tower gemeinsam mit Eiffelturm und Burj Khalifa.



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

Leiter Branding & Sponsoring Raffael Kouril über die Marketingmassnahmen der Basler Kantonalbank.

von Matthias Ackeret

BEITRÄGE DER PERSÖNLICH-VERBANDSPARTNER



WENN SPONSORING ZUM POLITIKUM WIRD

Wenn Sponsoring zum Politikum wird

Krankenkassen auf Trikots, Banden und Stadionfassaden gehören in der Schweiz längst zum gewohnten Bild.



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



Wer schnappt sich dieses Jahr das Edelmetall?

Der Schweizer Dialogmarketing Verband SDV hat die Shortlist mit den besten Arbeiten des Jahres publiziert.



Menschen wollen gute Arbeit machen

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

Perikom diskutiert Engagement in Krisenzeiten – mit Schmid über Performance Culture und Organisation.

ZUR ÜBERSICHT



Mit dem Bernina Express zur Sterneküche

Die Agentur hat für Valser 20 Gastro-Profis durchs Engadin geführt, mit zwei Sterneköchen.



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.

The advertisement features the Teads logo and the text "The Power of CTV" on a dark blue background. To the right, there are two television screens displaying Decathlon content. The top screen shows a group of people hiking on a rocky mountain peak with the Decathlon logo. The bottom screen shows a similar scene but with a "trending now" section on the left featuring a Netflix movie. On the right side of the bottom screen, there is a small text box that says "We... We... Durchsuch... zugänglich...".

SPONSORED CONTENT

CTV als Mid-Funnel-Mo...

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.



car subscription
One price, everything included.

**WHO EVEN NEEDS A
CAR SALESMAN?**

Car subscription sale

Discover attractive offers at great prices: a wide selection of vehicles at Carvolution.

Carvolution

[Learn More >](#)

Anzeige

NEWSLETTER ABONNIEREN

Erhalten Sie frühmorgens die relevantesten Branchennews in kompakter Form.

ABONNIEREN

 REKOMMENDATION 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.

Die Nutzung solcher Anwendungen ist zwischen 2025 und 2026 um 79 Prozent gestiegen.



Corine Blesi rückt in die Geschäftsleitung

Das Medienhaus bündelt Werbung, Veranstaltungen und Partnerschaften im neuen Bereich NZZ Experience.

Wohin mit dem Zeug?

Lagere Sport, Hobbies oder Deko sicher bei placeB.



PlaceB

Lager finden



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

Adresse

persönlich Verlags AG

Birsfelderstr. 198

8000 Zürich



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

E-Mail: info@persoenlich.com

KONTAKTFORMULAR

Copyright © 2026 persönlich Verlags AG



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