

Wir das passende Wie.

Abo [Mediadaten](#)[Such](#)
[STARTSEITE](#) [WERBUNG](#) [MEDIEN](#) [DIGITAL](#) [MARKETING](#) [PR/CORPORATE COMM.](#) [GESELLSCHAFT](#) [STELLENMAF](#)

Werbung


JIM & JIM 19.05.2015**Die Jugend mit Slang-Wörtern ansprechen**

Crossmediale Kampagne für Kantonalbanken-Programm Stucard.ch.



Den USP veranschaulichen und deren Nutzung erhöhen: Mit diesem Ziel hat jim & jim eine crossmediale Kampagne für das Jugendprogramm der Kantonalbanken, Stucard.ch, konzipiert und umgesetzt.

Im Zentrum steht der Slogan "Mehr ... mit Stucard.ch", der jeweils mit einem Slang-Ausdruck wie "Fashionista", "Selfie" oder "on the way" sowie einem passenden Bild ergänzt wird. Abgerundet wird der Slogan mit dem Call to Action "Be smart use Stucard". Jugendliche und Studierende will man dazu aufrufen, von den Budget-Optimierungsmöglichkeiten Gebrauch zu machen und gleichzeitig maximal zu geniessen, zu leben und die eigenen Träume zu verwirklichen, wie es in einer Mitteilung heisst.

[STELLENMARKT](#)[VERANSTALTUNGEN](#)

Angebot: GrafikerIn 100 %
Möbel Pfister AG – 5034 Suhr

Angebot:

Wir suchen Dich! Engagierte/r BeraterIn – 100%.
gestalten AG – 8045 Zürich Binz

Angebot: Grafiker (m/w) 100%
AMMARKT – 9015 St.Gallen

Angebot: Brand Consultant, 100% (w/m)
By Heart Kommunikation AG – 8032 Zürich

Angebot: Art Director (m/w)
Plan.Net Suisse AG – 8032 Zürich

Angebot: Projektmanager im Beratungsteam
Blue Spirit Communications AG – 8952 Schlieren

Angebot:

Kommunikationsplaner / Junior BeraterIn (100%)
Renzen & Partner AG – 5000 Aarau

Angebot: JUNIOR ART DIRECTOR vor:
Unikat Kommunikationsagentur AG – 8702 Küsnacht

[alle Stellen »](#)

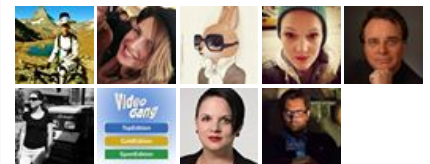
Finde uns auf Facebook



persönlich

Gefällt mir

Dir gefällt das.

Dir und 914 weiteren Personen gefällt [persönlich](#).

Soziales Plug-in von Facebook

PERSÖNLICH BLOG**Matthias Ackeret**

DER ÜBERSPANNTE BOGEN



Die Kampagne ist crossmedial einsetzbar, für die jeweiligen Anspruchsgruppen adaptiert und regional individualisierbar. So können die Kantonalbanken, Stucard.ch selbst und deren Partner die Werbemittel individuell anpassen. So könne man verschiedene Zielgruppen in unterschiedlichen Regionen ansprechen.



[alle Blogbeiträge »](#)



[Agentur finden »](#)

TOPAKTUELL

TOP GEKLICKT

NZZ: Die Webseite erscheint neu in Listenform

NZZ und Blick: Hildegard Schwaningers Medienschelte

Miley Cyrus: Die Sängerin schreibt ein Lied für ihren toten Kugelfisch

Microsoft Advertising: Daniela Shlezinger kommt von Goldbach Media

Wörterberg: Prominente Namen für Frank Baumann

Gunter Berger: Der deutsche Fernsehschauspieler ist tot

ADC Deutschland: Einjährige Kooperation mit Google

Ringier: Maud Hoffman wird Geschäftsführerin von geschenkidee.ch

EMPFEHLUNGEN

NEU KOMMENTIERT

Facebook Instant Articles: Grosse Chance oder blinde Euphorie

Affäre Kasachstan: Res Strehle fordert Ständesgremium analog dem Presserat

Hinderling Volkart: Edelweiss startet online durch

Serranetga: Was als nächstes kommen sollte, ist schon da

bsw: Kritik am Agentur-Ranking der Media Research Group

Ringier: "Unternehmen müssen gezielt nach Frauen suchen"



Die Kampagne besteht aus einem TV-, Kino- und Online-Spot sowie diversen Bildsujets, die auf Plakaten, in Inseraten und im Digital-Bereich gleichermaßen eingesetzt werden.

Verantwortlich bei STUcard.ch: Marc Schlüssel, Leiter Marketing und Kommunikation; verantwortlich bei jim & jim: Fabio Emch (Gesamtlead), Tobias Bonfanti (Projekt Lead), Pascal Fierz (Art Direction); verantwortlich Spot Produktion: Hillton Productions. (pd)

Gefällt mir 7

Twittern 1

Diesen Beitrag teilen

Werbung

Top 5 TV-Sendungen vom 18.05.2015

	Zeit	Titel	Rating*	MA%
1	19:59	METEO	192	33.9
2	21:51	10VOR10	181	24.1
3	19:30	TAGESSCHAU	171	34.1
4	22:17	METEO	160	22.9
5	21:09	PULS	122	14.6

Quelle: Mediapulse Fernsehpanel (InfoSys+), D-CH, Personen 15 - 59 inkl. Gäste, *Rating in Tausend, Marktanteil, alle Plattformen, Overnight

[Weiter zu den Top TV-Quoten](#)

ERKLÄRFILME



Die Aufgaben der Europäischen Zentralbank – in 3 Min. erklärt

FOTOGALERIE powered by amiado group.com



Globus Glatt Eröffnung
Glattzentrum

VIDEOBOX powered by amiado group.com

Cheers, es ist Weekend Time! - Uncle Charlie

»
Alle aktuellen Videos »



KOMMENTIEREN

Kommentar *

Keine HTML-Tags erlaubt.

Weitere Informationen über Textformate

Internet- und E-Mail-Adressen werden automatisch umgewandelt.

HTML - Zeilenumbrüche und Absätze werden automatisch erzeugt.

Kommentare werden zunächst moderiert und erst dann freigeschaltet. Anonyme, persönlichkeitsverletzende und unsachliche Kommentare werden nicht veröffentlicht.

Ihr Name *

Ihr korrekter Vor- und Nachname

E-Mail *

Ihre gültige E-Mail-Adresse

SPEICHERN



WEITERE NEWS AUS DIESEM BEREICH

ADC Deutschland: Einjährige Kooperation mit Google

Der Internetriese gibt den Kreativen Nachhilfe in Sachen Onlinekompetenz.

Inhalt&Form: Sujets im 90er-Jahre-Look

Kampagne für Swizly unter dem Motto: "Trends wechseln. Geschmack bleibt".

TBWA/Zürich: Ein riesiges Selfie für den Kanton Zürich

Zürich startet eine neue Integrationsoffensive - und setzt dabei auf Identifikation. Die Kampagne "Gib Zürich dein Gesicht" soll ein kollektives Gemeinschaftsgefühl schaffen. Dafür wurde eigens eine Gesichtserkennungssoftware programmiert auf der Männer und Frauen dem Kanton per Webcam sein Gesicht geben können. Verantwortlich für die Kampagne ist die Agentur TBWA - persoendlich.com stellt sie vor.

ViznerBorel: Eindrückliche Bilder und überraschende Aussagen

Anzeigen entwickelt für Zentralstelle für Baurationalisierung.

Publicis: Fast legendäre Geschichten

TV-Spots mit nicht perfekten, aber unvergesslichen Stories.

Jung von Matt/Limmat: Gian und Giachen wortlos

Im Spot von Graubünden Ferien warten die zwei Böcke den perfekten Moment.

Media Focus: Weniger Werbung im April

Migros und Coop führen Werbetreiber-Rangliste weiterhin an.

walder, werber: Es kommt nicht auf die Verhandlungsstrategie an

Auto Discount Uster preist seine Aktionen an.

Freundliche Grüsse: Brack.ch packt die Koffer

Der Onlineshop will mit einer Kampagne eine neue Zielgruppe ansprechen.

Vitamin 2: Rätsel um weisse "8" gelöst

Die Agentur inszenierte Neuauftritt für 8 days a week.

Werbung

Ohne Kommunikation keine Demokratie!

Tag der Werbung 2015
Freitag, 29. Mai 2015
Fabrikhalle 12, Bern

Jacques Séguéla
Werberlegende

Aufbruch gemeinsam
Kunft
90 Jahre Jubiläum

AKTUELLE AUSGABE:



Das Schweizer Wirtschafts-
magazin der Kommunikation

- » Abo
- » Mediadaten
- » Interviews
- » Titelgeschichten
- » Medienrhetorik

Jetzt Heft bestellen!

PERSÖNLICH

- » Team
- » Kontakt
- » Impressum
- » Datenschutz

SOCIAL

- » Newsletter
- » Blog
- » Twitter
- » RSS

WERBUNG

- » Medienpartner

Copyright © 2015