

Werbung im Alltag



society

Gesellschaftliche Verantwortung

Zyklus 3

**ResponsAbility**  
empowered by Free. Fair. Future.

Personalisiertes Marketing	3
Mitmach-Marketing	4
Greenwashing	5
Pinkwashing	6
Versteckte Werbung	7
Erlebnismarketing	8
Gesellschaftliche Verantwortung	9

# Personalisiertes Marketing



Quelle: Wünschen Sie Ihren Kunden alles Gute mit Ricola B2B | Ricola



It's coming...

WITH OVER A THOUSAND NAMES

#ShareaCoke.



Quelle: share-a-coke-its-coming1200xx1440-811-0-0-0.jpg (1200x675) (wordpress.com)

# Mitmach-Marketing

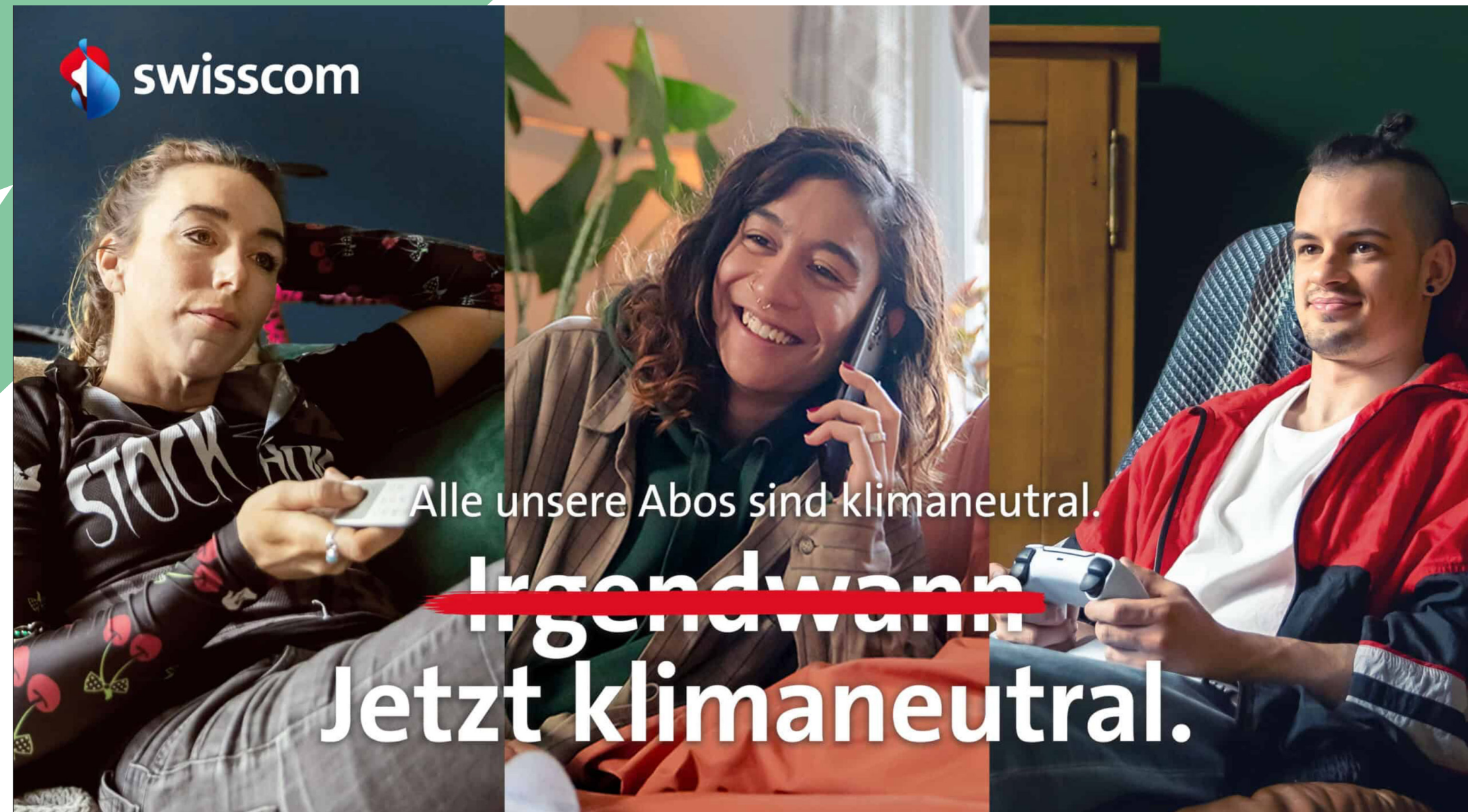


Persönliche Quelle



Quelle: Bell Schweiz - Fleisch- & Geflügelprodukte – Schweiz

# Greenwashing



Quelle: «Jetzt statt irgendwann» – Swisscom Kampagne von Serviceplan - Werbeweche m&k



Quelle: Tabak Sursee Shop - Parisienne Authentique ohne RYO 25g

# Pinkwashing

In Anlehnung an Greenwashing jedoch in Bezug zu einer (vorgegebenen) Unterstützung der LGBTQIA+-Community.

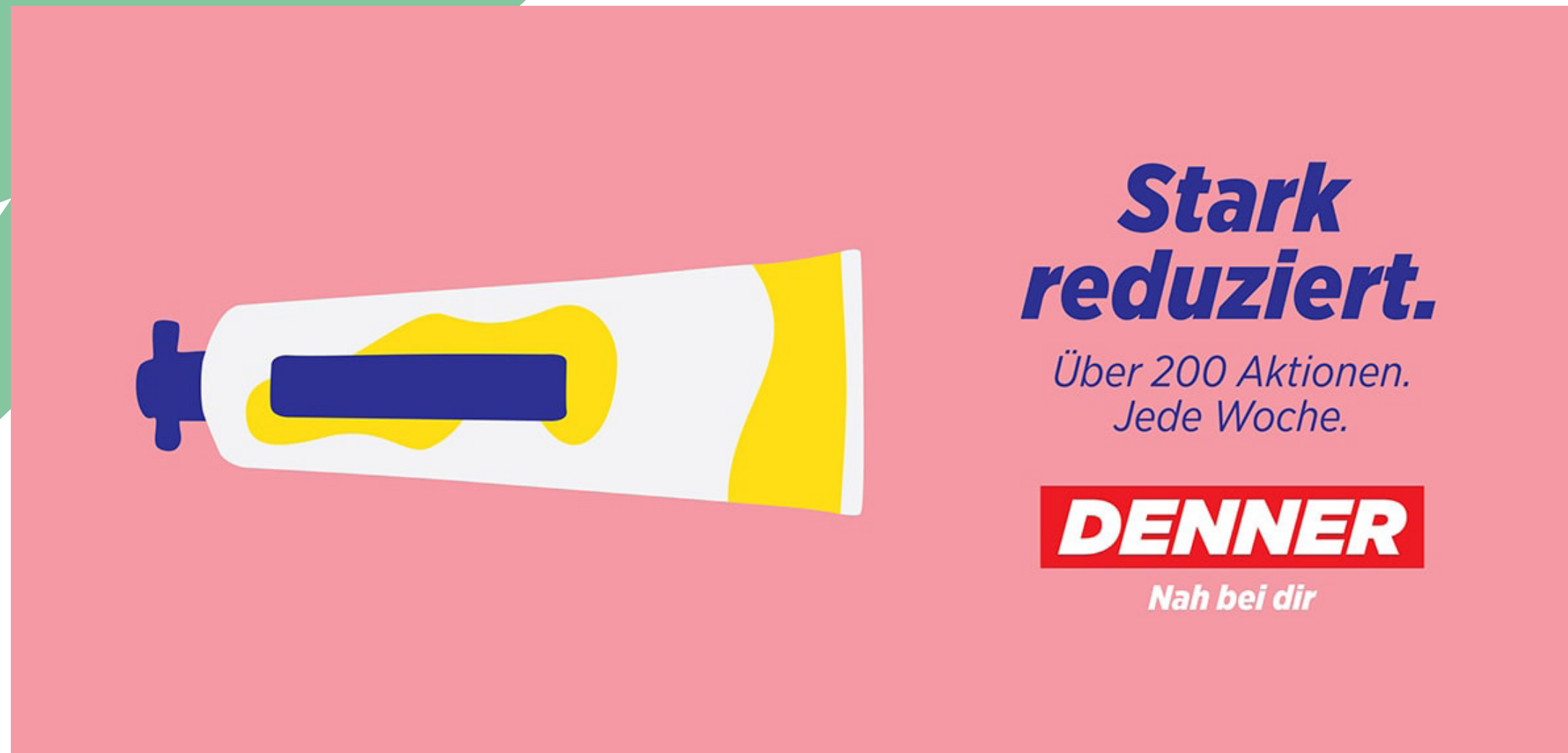


Quelle: Rainbow-Washing Isn't Just Hurtful. It's Bad Creative | Muse by Clio



Quelle: Burger King Austria Declares It's «Time to Be Proud» With New Pride Whopper (today.com)

# Versteckte Werbung



Quelle: Kampagne «stark reduziert», Denner AG (denner.ch)



Quelle: Kampagne «stark reduziert», Denner AG (denner.ch)

# Erlebnismarketing



Quelle: Die Chips-Experten - Zweifel Chips – Experiential Aktivierung - jim & jim (jimjim.ch)



Quelle: Rivella | Events

Zur Website



# Gesellschaftliche Verantwortung



Quelle: Migros #supportyoursport Fundraiser (zurichrugbyacademy.ch)



**TATENDRANG HEISST MACHEN, NICHT REDEN**

Wir reden nicht, wir machen: Unter dem Motto «Taten statt Worte» fassen wir unser Nachhaltigkeits-Engagement für Mensch, Tier und Natur zusammen. Erfahren Sie hier mehr über unseren Einsatz für einen nachhaltigen Konsum und entdecken Sie unsere neusten Taten!

Quelle: Nachhaltigkeit bei Coop – Taten statt Worte (taten-statt-worte.ch)





**ResponsAbilita**  
empowered by Free. Fair. Future.