

## **EFG International: die Positionierung auf den Punkt gebracht.**

**Jung von Matt/Limmat hat für EFG International neue Kampagnen-Sujets entwickelt und vermittelt darin mit pointierten Illustrationen und Headlines schnörkellos die Positionierung der Privatbank.**

MEDIENMITTEILUNG, 22.10.2018

EFG International lanciert im 4. Quartal 2018 die Weiterführung ihrer Kampagne. In den neuen Sujets steht die Kundenbeziehung im Zentrum, die von den Mitarbeitenden von EFG langfristig aufgebaut und gepflegt wird. Dabei setzt die Bank auf unternehmerisches Denken und Handeln, um rasch und unkompliziert passende Lösungen für die Erreichung finanzieller Ziele zu finden: Entrepreneurial thinking. Private banking.

Die Kampagne startet in Singapur, Hong Kong und Grossbritannien sowie in renommierten internationalen Titeln wie Financial Times, Wallstreet Journal und The Economist, bevor sie dann auch in der Schweiz zielgruppenspezifisch auf Anzeigen, Plakaten und Banner zu sehen sein wird. Um den gesamten internationalen On- und Offline-Mediamix kümmert sich wie im Jahr zuvor Jung von Matt/Impact.

Zur Differenzierung im Bankenumfeld und ihrer unternehmerischen Haltung entsprechend, setzt EFG International wiederum auf reduzierte, pointierte Illustrationen, die in Kombination mit kurzen Headlines schnörkellos eine anspruchsvolle Kundschaft ansprechen.

Die Illustrationen wurden seit der ersten Kampagne 2017 weiterentwickelt und verfeinert, setzen jedoch weiterhin auf die traditions- und ruhmreiche Schweizer Grafik – in einem modernen, zeitgenössischen Look. Das ist Philipp Dornbierer, einem der grössten Grafiktalente der Schweiz, zu verdanken: Der von ihm exklusiv für EFG International entwickelte, distinguierte Stil springt auf wohlthuende Art ins Auge und seine Illustrationen erzählen die Botschaft von EFG unvermittelt.

### **Verantwortlich bei EFG International**

Daniela Häsler (Head Marketing & Communications), Beat Wyss (Beratung und Realisation)

### **Verantwortlich bei Jung von Matt/Limmat**

Lorenz Clormann, Samuel Wicki (Creative Direction), Ben Staudenmann (Art Direction), Lukas Amgwerd (Text), Flurin Hardt, Andrea Häfliger (Beratung), Cyrill Hauser (Chief Client Officer), Dennis Lück (Chief Creative Officer)

Jung von Matt/impact: André Heller (Head Media Strategy)

### **Externe Partner**

Philipp Dornbierer (Illustrator) @Visualeyes