

EFG International lanciert Werbekampagne für neuen Markenauftritt

Die global tätige Privatbankengruppe EFG International mit Sitz in Zürich hat nach der rechtlichen Integration des Schweizer Geschäfts von BSI die erneuerte Marke lanciert. Jung von Matt/Limmat entwickelt die Kampagne und den neuen Markenclaim für die Privatbank EFG.

MEDIENMITTEILUNG, 20.04.2017

Die Lancierung wird unterstützt von einer Werbekampagne, wobei die Positionierung als unternehmerisch denkende Privatbank im Vordergrund steht. Jung von Matt/Limmat entwickelte die Kampagne und den neuen Markenclaim «Entrepreneurial thinking. Private banking.».

Die Motive und Illustrationen für die Werbekampagne wurden mit dem Schweizer Illustrator Philipp Dornbierer realisiert. So entstand der neue und für die Bankenwelt frische Auftritt.

Die Kampagne vermittelt, dass Private Banking bei EFG praktisches Banking ist und die Kundenberater den Kundinnen und Kunden mit einer agilen und unternehmerischen Haltung zur Seite stehen.

Zum Auftakt der Kampagne erscheinen Anzeigen, Plakate und Megaposter. Die Illustrationen aus der Werbekampagne werden auch in Online-Bannern, Bewegtbild, E-Screens und der internen Kommunikation eingesetzt.

Verantwortlich bei EFG International

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

Verantwortlich bei Jung von Matt/Limmat

Dennis Lück (Chief Creative Officer), Lorenz Clormann (Creative Director), Samuel Wicki (Creative Director), Benjamin Staudenmann (Junior Art Director), Lukas Amgwerd (Junior Texter), Balz Chen (Texter), Isabel Stenner (Texterin), Andrea Walker (Beratungsgruppenleiterin), Pascal Fussen (Berater)

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

Externe Partner

Philipp Dornbierer (Illustration)