

Kampagnenarbeit von pluswert

Das verstehen wir unter Kampagnen.

Abstimmungskampagnen auf nationaler, kantonaler und kommunaler Ebene;
Image-, Informations- und Aktionskampagnen.

Wir sind Macher

Wir analysieren die Lage. Dabei scheuen wir uns nicht, das Problem an der Wurzel zu packen;
Wir entwickeln die geeignete Strategie und definieren die notwendigen Mittel;
Wir gestalten den Auftritt und legen die Botschaft(en) fest;
Wir planen mit Partnern den Einsatz der Werbemittel;
Wir initiieren, planen, organisieren und koordinieren den täglichen Kleinkram;
Wir behalten Einnahmen und Ausgaben im Gleichgewicht;
Wir machen Agenda-Setting;
Wir coachen und stärken den Rücken, wenn's brenzlig wird.

Wir verbinden

Wir richten Menschen und Organisationen auf das gemeinsame Ziel der Kampagne aus;
Wir finden geeignete Botschafterinnen und Absender;
Wir arbeiten mit langjährigen Partnern zusammen.

Wir sind flexibel

Wir agieren vorausschauend und proaktiv;
Wir reagieren sofort auf Unvorhergesehenes;
Wir sind immer bereit, die Strategie anzupassen.

Unser Anspruch: Wir wollen etwas bewegen.
Relevanz soll es haben, auch für uns.

Kampagnen von pluswert – eine Auswahl



2017. Energiestrategie JA. 58,2 Prozent der Schweiz sagt JA zu mehr Energieeffizienz und einheimischer, erneuerbarer Energie. Unter dem Auftritt „Geld bleibt hier“ verantwortet pluswert die Vorkampagne 2015 und die Abstimmungskampagne 2017.
Kunde: Verein Ja zur Energiestrategie 2050



2016-17. Naturemade. Entwicklung und Umsetzung einer Kommunikationskampagne. Zusammenarbeit mit Spezialisten in der Online-Werbung.
Kunde: VUE



2016. Wir positionieren die Milchkuh Initiative als Raubzug auf die Bundeskasse. Zusammen mit dem bewährten Netzwerk an Partnerfirmen liefert pluswert den Räuber und 70% Nein.
Kunde: Verein Nein zur Milchkuh Initiative



2014. Das Marketing von pluswert unterstützt die Allianz um die Unternehmerinitiative NEUE ENERGIE SOLOTHURN. Das schwierig zu vermittelnde Verbot von Elektroheizungen wird an der Urne angenommen.
Kunde: Neue Energie Solothurn



2014. Wir liefern die „Verpackung“ der Abstimmungsvorlage in Zusammenarbeit mit Guido Weber und zeichnen uns verantwortlich für die Kampagnenleitung, Werbestrategie, Vernetzung unterschiedlicher Akteure und Mediencoaching. 62% der Schweizer Bevölkerung gefällt's.
Kunde: ÖV-Allianz



2013. Strategie und Umsetzung der Abstimmungskampagne. 62,9% der Schweizer Bevölkerung werden gewonnen.
Kunde: Pro Natura