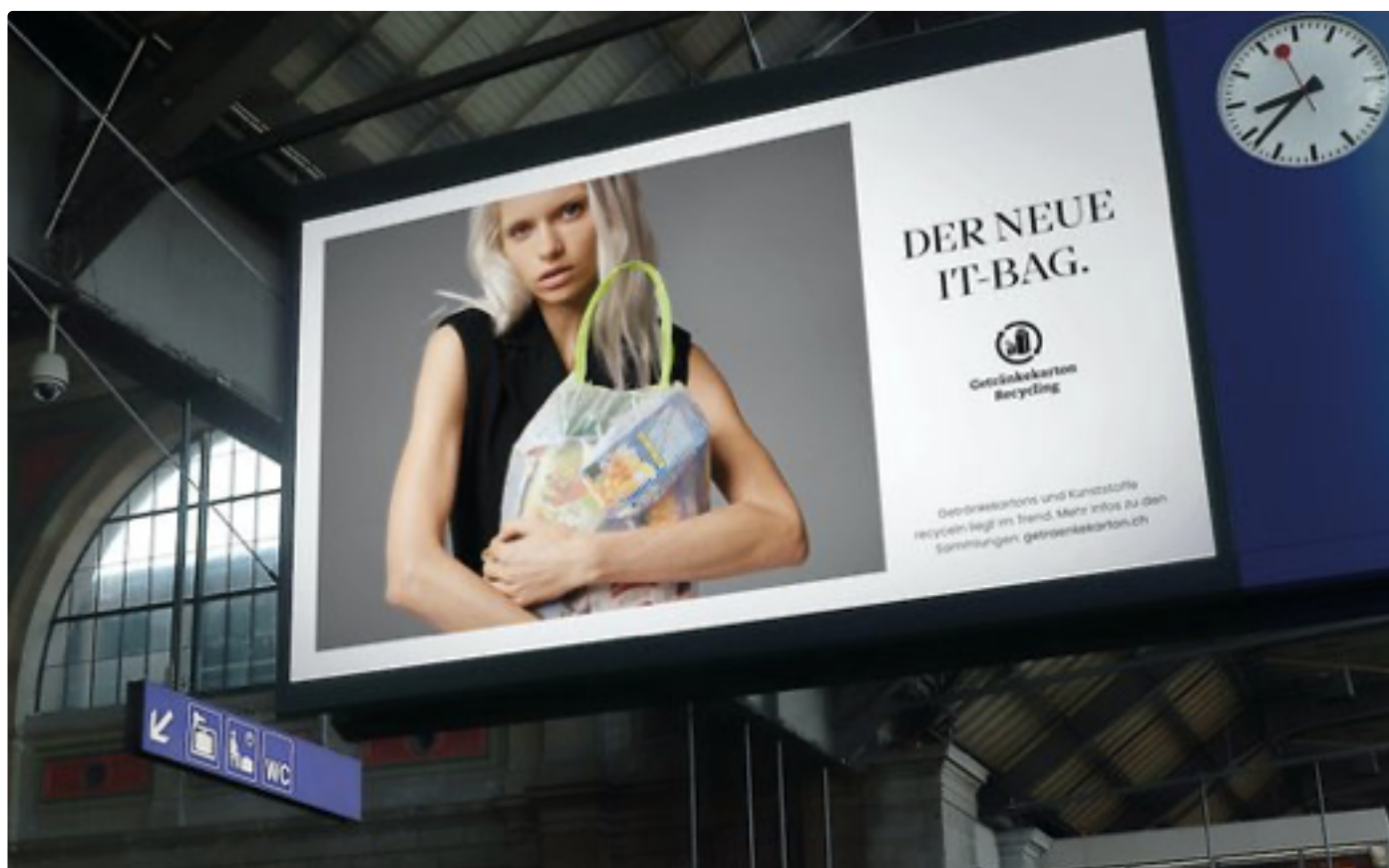




Ruf Lanz inszeniert Recycling als Lifestyle

Montag
20.10.2025

Marketing /
PR



Ohne erhobenen Zeigefinger: Die Kampagne präsentiert Recycling-Bags als modische Accessoires... (Bild: zVg)

Die Getränkekartons von Milch, Eistee oder Fruchtsäften bestehen zu 75 Prozent aus Papierfasern. Eine neue Awareness-Kampagne von Ruf Lanz macht aufs Recycling aufmerksam. Ganz ohne Moralkeule.

Beauftragt wurden die Zürcher Kreativen vom Verein Getränkekarton-Recycling Schweiz. Hinter dem Verein stehen die drei Produzenten Tetra Pak, SIG Combibloc und Elopak.

«Ruf Lanz hat als Erstes den moralinsauer erhobenen Zeigefinger entsorgt, der viele Menschen bei grünen Anliegen rotsehen lässt», schreibt die Agentur mit Wortwitz.

Stattdessen werden prallvolle Recycling-Bags betont modisch als neue sogenannte «It-Bags» inszeniert. Sozusagen das neue «Must-have» für den zeitgemässen Lifestyle.

«Viele wissen nicht, wie umweltfreundlich der Getränkekarton ist und dass man die Verpackung recyceln kann – das wollen wir mit unserer gross angelegten Kampagne ändern», sagte **Simona Marty**, Geschäftsführerin von Getränkekarton-Recycling Schweiz, zum Hintergrund der Kampagne.

Die Kampagne wurde in enger Zusammenarbeit mit dem Modefotografen **Chris Tribelhorn** umgesetzt. Seit Montag wird sie ausgespielt, unter anderem auf Plakaten, ePanels und eBoards.

Verantwortlich bei Ruf Lanz waren **Danielle Knecht-Lanz**, **Markus Ruf** (Creative Direction), **Mario Moosbrugger**, **Isabelle Hauser** (Art Direction), Danielle Knecht-Lanz, Mario Moosbrugger (Supervision Shooting & Styling), Markus Ruf (Copywriter), **Gian Marco Juon** (Account Executive), **Claudine Bernet** (Account Assistant), **Sherif Ademi** (DTP).

Ruf-Lanz



[Newsletter abonnieren](#)



[Klein Report unterstützen](#)

[Newsletter abonnieren](#)

[Redaktion / Impressum](#)

[Werbung schalten](#)



Ursula Klein,
CR & Verlegerin