

Seit 1999 Texter,

Frei:

3deluxe

Basis Rose

BBDO

Clean Ocean Project

Designbureau KM7

Die Brut

Elephant Seven

Freundenhaus Eyewear München

Grabarz&Partner

Jung v. Matt/next

PhilippundKeuntje

Ragwear

Fest:

J. Walter Thompson

.start advertising

Springer&Jacoby Design UK Ltd./London

PhilippundKeuntje

*Red Bull On-Premise Knowledge Base
(Elephant Seven)*

Auszeichnungen:

ADC Europe: Nomination, 2008

New York Festival: Bronze, 2008

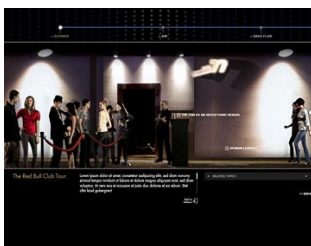
ADC: Auszeichnung, 2008

CCA: Silber, 2008

Annual Multimedia Award: Besondere Auszeichnung, 2008

LIAA: Finalist »Weird Wonderful Websites«, 2007

Onlinestar : Shortlist, 2007



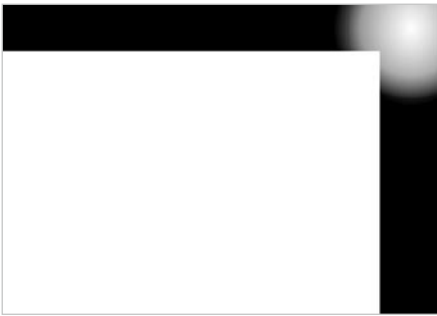
Text und Konzeption

Wer seine über 1.200 Gastronomiemitarbeiter weltweit „Musketiere“ nennt, braucht etwas Besonderes, um sie alle auf dem aktuellem Wissensstand zu halten. Für Red Bull hat e7 ein webbasiertes Trainingstool entwickelt, das so innovativ ist wie die Marke selbst.

Die Idee

Die Stadt ist die Tanzfläche, Red Bull ist der Beat – und der Musketier ist der DJ, der die Gastronomie zum Tanzen bringt. Da werden Seiteninhalte aufgelegt wie Schallplatten, Navigationen werden zu Tonspuren und kernige Backspins sorgen für einen fließenden Übergang zwischen den über dreißig Modulen.

[Weitere Informationen zum Projekt \(...\)](#)



*Mercedes-Benz: Banner
(Elephant Seven)*

Motiv »Leuchtturm«

Beschreibung

In einem Wallpaper ist zunächst eine schwarze Fläche zu sehen. Plötzlich beginnt sich oben eine Lichtquelle zu drehen - das Licht eines Leuchtturmes! Zwei, drei mal dreht sich der Lichtkegel. Mit der nächsten Umdrehung öffnet der Lichtkegel den Tandembanner und leuchtet einen Text aus:

»Seit Jahrhunderten folgen Menschen dem Licht.«

Beschreibung

Die Lichtquelle wird durch die beiden Scheinwerfer der E-Klasse ersetzt. Dazu, nacheinander:

»Jetzt denkt es auch mit.«

Abbilder

Es blendet die E-Klasse ein:

»Das Intelligent Light System von Mercedes-Benz.

Erleben Sie die neue Generation der E-Klasse.

Jetzt bei Ihrem Mercedes-Benz Partner.«

Logo

Mercedes-Benz



Was passiert in einer Notfallsituation?

Die Gurte straffen sich.

Und Sie atmen auf!

PRE-SAFE® denkt voraus. Und das serienmäßig.

Die neue Generation der E-Klasse.



Jetzt bei Ihrem Mercedes-Benz Partner.



Motiv »Aufatmen«

Beschreibung

Wir lesen diesen Text:

»Was passiert in einer Notfallsituation?«

Beschreibung

Der Text blendet aus, ein neuer erscheint, gleichzeitig zieht sich der Banner ein wenig zusammen:

»Die Gurte straffen sich.«

Beschreibung

Der Text läuft nach oben weg. Gleich hinterher folgt ein neuer:

»Die Fenster und das Schiebedach schließen sich.«

Beschreibung

Ein letzter Textbaustein wird eingeblendet, während sich der Banner wieder auf seine ursprüngliche Größe ausweitet:

»Und Sie atmen auf!«

Abbilder

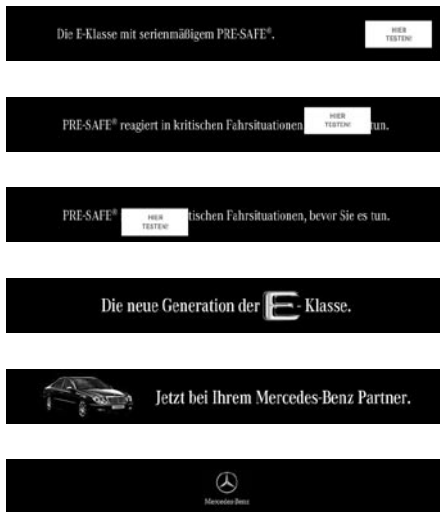
»PRE-SAFE® denkt voraus. Und das serienmäßig.

Die neue Generation der E-Klasse.

Jetzt bei Ihrem Mercedes-Benz Partner.«

Logo

Mercedes-Benz



Motiv »Distraction«

Beschreibung

Wir lesen diesen Text:

»Die E-Klasse mit serienmäßigem PRE-SAFE®.«

Beschreibung

Und dazu die Aufforderung in einem Button:

»Hier testen!«

Beschreibung

Kommt der Anwender mit dem Mauszeiger in die Nähe des Buttons, springt er in einen dazu gebuchten Skyscraper. Und von dort, bei Annäherung, wieder zurück. Nun blendet ein zweiter Text ein:

»PRE-SAFE® reagiert in kritischen Fahrsituationen, bevor Sie es tun.«

Abbilder

Es blendet die E-Klasse ein:

»Die neue Generation der E-Klasse.

Jetzt bei Ihrem Mercedes-Benz Partner.«

Logo

Mercedes-Benz

Das Intelligent Light System* von Mercedes-Benz sieht mehr.

Das Intelligent Light System* von Mercedes-Benz sieht mehr.

Das Intelligent Light System* von Mercedes-Benz sieht mehr.

Die neue Generation der **E**-Klasse.



Jetzt bei Ihrem Mercedes-Benz Partner.



Motiv »Syntax«

Beschreibung

Wir lesen diesen Text:

»Das Intelligent Light System von Mercedes-Benz sieht mehr.«

Beschreibung

Plötzlich leuchten hinter dem Text die Scheinwerfer der E-Klasse auf. Mit dem Licht wird der Text vollständig:

»Das Intelligent Light System von Mercedes-Benz sieht mehr.«

Abbilder

Es blendet die E-Klasse ein:

»Die neue Generation der E-Klasse.

Jetzt bei Ihrem Mercedes-Benz Partner.«

Logo

Mercedes-Benz

DeBeers: Milleniums-Kampagne

(JWT Frankfurt)



Headline:

Seit Jahrtausenden benutzen Männer Steine um ein Feuer zu entfachen.

Claim:

DeBeers – Ein Diamant ist unvergänglich



Headline:

Leben Sie jedes Jahrtausend, als wäre es Ihr letztes.

Claim:

DeBeers – Ein Diamant ist unvergänglich



Headline:

Millennium. Harte Männer schenken harte Steine.

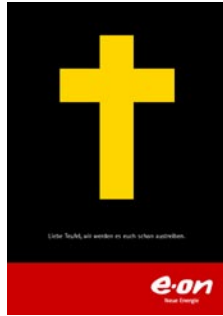
Claim:

DeBeers – Ein Diamant ist unvergänglich

Eon: Anzeigen im Stadionmagazin des BVB

»Freundlicher Empfang für den nächsten Gegner«

(start. München)

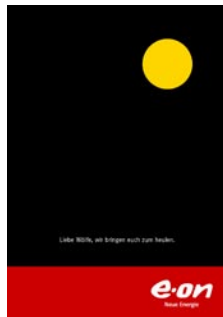


Headline:

Liebe Teufel, wir werden es euch schon austreiben.

Claim:

Eon – Neue Energie



Headline:

Liebe Wölfe, wir bringen euch zum heulen.

Claim:

Eon – Neue Energie

Mercedes-Benz: Katalog

»Die Geländewagen der G-Klasse«

(Springer&Jacoby Design UK Ltd./London)

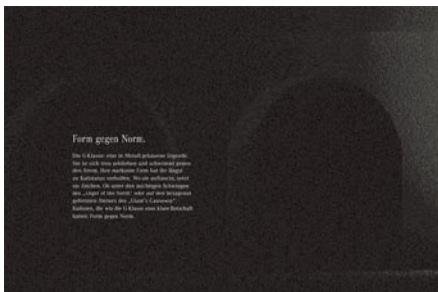


Headline:

Form gegen Norm.

Copy:

Die G-Klasse: eine in Metall gehauene Legende. Sie ist sich treu geblieben und schwimmt gegen den Strom. Ihre markante Form hat ihr längst zu Kultstatus verholfen. Wo sie auftaucht, setzt sie Zeichen. Ob unter den mächtigen Schwingen des »Angel of the North« oder auf den hexagonal geformten Steinen des »Giant's Causeway«. Kulissen, die wie die G-Klasse eine klare Botschaft haben: Form gegen Norm.

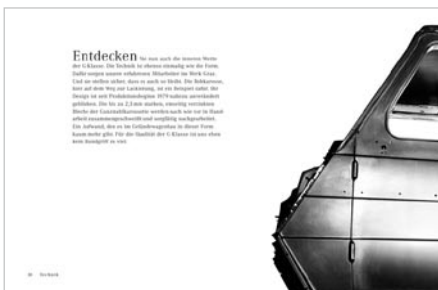


Headline:

Entdecken

Copy:

... Sie nun auch die inneren Werte der G-Klasse. Die Technik ist ebenso einmalig wie die Form. Dafür sorgen unsere erfahrenen Mitarbeiter im Werk Graz. Und sie stellen sicher, dass es auch so bleibt. Die Rohkarosse, hier auf dem Weg zur Lackierung, ist ein Beispiel dafür. Ihr Design ist seit Produktionsbeginn 1979 nahezu unverändert geblieben. Die bis zu 2,5mm starken, einseitig verzinkten Bleche der Ganzstahlkarosserie werden nach wie vor in Handarbeit zusammengeschweißt und sorgfältig nachgearbeitet. Ein Aufwand, den es im Geländewagenbau in dieser Form kaum mehr gibt. Für die Qualität der G-Klasse ist uns eben kein Handgriff zu viel.



**Headline:**

Die Liebe

Copy:

... zum Detail bestimmt bei uns das Tempo. Dinge, die anderswo längst maschinell ablaufen, legen wir lieber in die erfahrenen Hände unserer Mitarbeiter. Und das aus gutem Grund: Es gibt nicht nur drei Varianten der G-Klasse, sondern noch jede Menge Spezialfahrzeuge. Das verlangt mehr Flexibilität und individuelle Hingabe bei der Fertigung. Nehmen wir nur die hier abgebildeten Bremsleitungen: Sie werden von Hand von den Mitarbeitern geformt und im Fahrzeug verlegt. Und wie man es von einer Manufaktur erwarten kann, nehmen wir uns viel Zeit. So können wir dafür geradestehen, dass alles sitzt wie angegossen.

Rolex: Anzeigen

(JWT Frankfurt)



Headline:

Für den Unterwasserfotografen David Doubilet gibt es Wertvolleres als Licht. Und das ist Zeit.

Copy:

Das Sonnenlicht umspielt eine Gruppe von Seelöwen, die bei den Galapagos-Inseln im kristallklaren Wasser über strahlend weißem Sand herumtoben. Der Fotograf David Doubilet beschreibt das als »Tanz in einem Atelier ohne Schwerkraft«, aufgeführt zu seinem Vergnügen. »Sie tollen herum, geben mit ihrer Überlegenheit unter Wasser an – und spielen mit dem Wertvollsten, das es für einen Taucher gibt: Zeit.« Und mit seiner Zeit muss David Doubilet diszipliniert umgehen, denn für das perfekte Foto harret er oft stundenlang unter Wasser aus. Also vertraut er bei der Kontrolle seiner Tauchzeit - gerade unter extremen Bedingungen - nur auf seinen Rolex Submariner Chronometer. Denn nach David Doubilets Auffassung ist Leichtsinn unter Wasser einzig etwas für Seelöwen.



Headline:

Sylvie Guillem, Primaballerina.

Copy:

Die Position, die die Tänzerin hier mit atemberaubender Grazie und Präzision einnimmt, heißt im Ballett »sechs Uhr«. Für Ihre Rolex hingegen ist es exakt fünf Uhr achtundfünfzig und siebzehn Sekunden.

*Rolex: Katalog
(JWT Frankfurt)*



Headline:

Bevor Sie in eine hochwertige Uhr investieren, lesen Sie unbedingt das Kleingedruckte.

Inschrift auf Zifferblatt:

Superlative Chronometer Officially Certified

Copy:

Jede Rolex Oyster mit dieser Inschrift auf dem Zifferblatt ist ein echter Schweizer Chronometer. Das bedeutet, dass das Manufakturwerk 15 Tage und Nächte lang den unerbittlichen Testverfahren des Controle Officiel Suisse Chronometres unterzogen wurde und mit Bravour bestanden hat. Diese besondere Form der Schweizer Inquisition ist unvermeidlich. Denn so stellen wir eins sicher: absolute Zuverlässigkeit selbst unter schwierigsten Bedingungen. Deswegen vertrauen Taucher, Bergsteiger und Forscher auf der ganzen Welt Ihren Rolex Uhren. Oder um exakt zu sein: Ihren Rolex Chronometern.



Headline:

Wenn Sie Ihre Rolex aufziehen wollen, einfach umblättern.

Wenn Sie wissen wollen, was dabei passiert, blättern Sie noch nicht um.

Copy:

Schauen Sie ihn genau an: den Oyster Perpetual Rotor. Dieses kleine, halbkreisförmige Gewicht schwingt frei um eine Zentralachse im Innern eines jeden Rolex Chronometers. Jedesmal wenn Sie Ihr Handgelenk bewegen, überträgt dieser ausgeklügelte Mechanismus Energie auf die Aufzugsfeder. Dabei wird Ihre Rolex mit einer konstanten Spannung aufgezogen, um einen gleichmäßigen Gang zu gewährleisten. Alles klar? Jetzt können Sie umblättern, und denken Sie daran, was dabei mit Ihrer Rolex passiert.

*Volkswagen Service: Funk-Spot Frühjahrs-Service
(Grabarz&Partner)*

Titel:

Das Liebesspiel der Schnecken.

Musik:

Klassische Frühlingsmusik

Sprecher:

(erhaben, würdevoll)

Der Frühling. Das zarte Licht der noch tief stehenden Sonne wärmt den Asphalt. Die Bühne für das faszinierende Liebesspiel der Schnecken. Ungestüm fallen sie übereinander her, streicheln sich mit den Fühlern und wiegen sich liebestoll zur Ekstase. In einem Meer aus Schleim.

(Musik bricht ab, Sprecher jetzt sachlich)

Gut, wenn man jetzt genügend Profil auf den Reifen hat. Kommen Sie deshalb zum Frühjahrs-Service von Volkswagen, dem Rundum-Check für 20 Euro. Und nur noch bis zum 31. März.

Absender:

Ihr Volkswagen-Partner Carl Bondauer am Kurfürstendamm.



Adresse:

Joachim Grimm

Tornberg 22

22337 Hamburg

Telefon:

040.36 19 70 19

E-Mail:

kontakt@jogrimm.de