

## **\*\*Marketing Slogans 01-10\*\***

Jack Daniel =“believe it or not“ here we go a guy

Gordon = „be unusual“

Pepsi=“I do what I got do“

Coca-Cola=“get around - just another one“

Nike=“ each other one another“

Adidas=“be yourself“

NewYorker -H&M=“Take it easy“

Google=“Above the rim“Over the run“

Marketing Slogans

Forward or vorwand=“Election to move

=“move forward“

=“Forewind to drive“

=“Forward with drive“

=“pretext your mind“

## **\*\*TV-Werbung: „The Journey Ahead\*\***

### **\*\*Szene 1: Ein neuer Tag\*\***

Die Kamera zeigt einen weiten, leeren Horizont, auf dem sich die ersten Sonnenstrahlen abzeichnen. Ein junger Mann steht vor einem Fenster, der Blick nach außen gerichtet. Er zieht sich seine Jacke von New Yorker an und setzt einen entschlossenen Schritt in die Zukunft. Die Stimme aus dem Off:

„Believe it or not, here we go.“

### **\*\*Szene 2: Auf der Straße der Möglichkeiten\*\***

Er verlässt das Haus, geht in die Stadt. Auf seinem Weg begegnen ihm Hindernisse, schnelle Entscheidungen müssen getroffen werden. Die Stimme aus dem Off:

„Be unusual.“

Er weicht geschickt einem Hindernis aus und geht weiter, während sich die Kamera auf seinen entschlossenen Blick konzentriert.

### **\*\*Szene 3: Entschlossenheit\*\***

Der Mann läuft durch die belebte Stadt, zieht eine Pepsi aus der Tasche und nimmt einen erfrischenden Schluck. Er sieht sich um und denkt: „I do what I got to do.“

### **\*\*Szene 4: Gemeinsam stark\*\***

Während er weiter läuft, trifft er auf einen Freund, der ebenfalls auf dem Weg ist, seine Ziele zu erreichen. „Each other, one another“ – sie laufen Seite an Seite weiter, in völliger Harmonie.

**\*\*Szene 5: Der Schritt zu sich selbst\*\***

Er erreicht den Park und lässt sich für einen Moment auf einer Bank nieder. Die Sonne scheint, und er schließt die Augen. Die Kamera zeigt, wie er sich selbst und seine Entscheidungen erkennt.

„Be yourself,“ fließt die Stimme aus dem Off.

**\*\*Szene 6: Leichtigkeit und Geschwindigkeit\*\***

Er steht auf, zieht seine Nike-Schuhe fester und läuft weiter. Die Geschwindigkeit nimmt zu. „Take it easy“ – ein Moment der Ruhe, bevor er wieder das Tempo aufnimmt.

**\*\*Szene 7: Der freie Fall\*\***

Der Mann erreicht die Spitze eines Hügels und lässt sich von der Geschwindigkeit treiben. In der Luft weht der Wind, er fühlt sich frei. Die Stimme aus dem Off:

„Above the rim. Over the run.“

**\*\*Szene 8: Auf dem Weg nach vorne\*\***

Er steigt in ein Auto, das ihn weiter auf seiner Reise begleitet. „Election to move“ – er gibt Gas. Das Ziel ist klar.

„Move forward.“

**\*\*Szene 9: Der Weg wird klar\*\***

Der Mann fährt schnell die Straße entlang. Seine Hand greift nach dem Lenkrad, während er mit entschlossenem Blick in die Ferne schaut.

„Forewind to drive“ – er ist bereit für das, was kommt.

**\*\*Schlusszene: Das Ziel ist nicht das Ende\*\***

Die Kamera zeigt ihn, wie er mit voller Geschwindigkeit nach vorne blickt. Die Musik wird kraftvoll, während der Slogan eingeblendet wird:

„Forward with drive.“

Das Bild verblasst, und der Bildschirm zeigt das endgültige Logo und den Text:

**„Pretext your mind – Die Reise beginnt.“**

## **\*\*Marketing Slogans 10-20\*\***

Kong=“stronger than ever“  
Hammerside=“than ever we better“  
In a jiffy=“always my pleasure, often again“  
Red Bull=“we do it and flow it“  
McDonald=“be sharp and start“  
=schmeckes

Burger King=“it’s taste - buddy“  
Reebok=“dove it right“  
Stormball=“Take it make“  
NBA=“along with the best“  
NHL=“together - it’s zone time“

## **\*\*TV-Werbung: „The Power of Taste and Strength\*\***

### **\*\*Szene 1: Ein neuer Tag, ein neuer Anfang\*\***

Die Kamera zeigt einen atemberaubenden Sonnenaufgang, der langsam die Stadt erleuchtet. Ein Mann steht auf seinem Balkon, streckt sich und blickt voller Zuversicht in die Ferne. Die Stimme aus dem Off sagt:  
„Stronger than ever.“

### **\*\*Szene 2: Die Herausforderung annehmen\*\***

Der Mann verlässt das Gebäude und geht entschlossen die Straße entlang. Er trifft auf Herausforderungen, aber statt zurückzuschrecken, geht er mit erhobenem Kopf weiter.  
„Than ever we better,“ fließt es aus dem Off.

### **\*\*Szene 3: Ein genussvoller Moment\*\***

Er macht Halt an einem Food Truck und bestellt ein Gericht, das frisch zubereitet wird. Die Kamera fängt den Moment ein, als er den ersten Bissen nimmt – das Lächeln auf seinem Gesicht spricht Bände.  
„It’s taste, buddy,“ ertönt die Stimme aus dem Off.

### **\*\*Szene 4: Der Flow\*\***

Er setzt seinen Weg fort, die Energie des Moments greift ihn. Auf seinem Weg trifft er Freunde, die ebenfalls voller Begeisterung sind. Sie gehen zusammen, teilen die Freude und spüren die Power, die sie zusammenbringen.  
„We do it and flow it,“ hallt es durch die Musik.

### **\*\*Szene 5: Entschlossenheit und Präzision\*\***

Die Kamera zeigt ihn, wie er in einer Sporthalle steht, bereit, die Herausforderung anzugehen. Er zieht seine Sportschuhe fester, richtet sich auf und tritt in den Wettkampf – „Be sharp and start“ ist das Mantra in seinem Kopf.

### **\*\*Szene 6: Der perfekte Geschmack\*\***

Er hält an einem Stand, an dem ein Getränk serviert wird. „Schmeckes“, sagt er, als er den Drink genießt – das perfekte Zusammenspiel von Energie und Genuss.

### **\*\*Szene 7: Der Moment der Verbindung\*\***

Zusammen mit seinen Freunden erreicht er die Zielgerade, aber sie wissen, dass es nicht nur um das Ziel geht. Sie feiern den Moment und die Stärke, die sie gemeinsam aufgebaut haben.

„Together – it’s zone time.“

### **\*\*Schlusszene: Die Essenz des Moments\*\***

Die Kamera zoomt heraus, und wir sehen die Gruppe in einem Moment des Triumphs.

„Along with the best,“ sagt die Stimme aus dem Off, während der Slogan eingeblendet wird.

**\*\*Finale Botschaft:\*\***

**„Stronger, Better, Together.“**

Das Logo erscheint, gefolgt von:

**„Take it. Make it. Taste it.“**

## **\*\*Marketing Slogans 20-30\*\***

NFL=“Champs younited“  
MLB=“More than ever before“  
PGA=“I Fuze to wizzle“  
NFL=“ catch me if you can“  
APT=“it’s time to get“

Facebook=“boolieve in it“  
=“forewind to elect“  
Tesla=“ready to wizard“  
Tiktok=“kitty like a cat“  
Samsung=“same to sun“  
Iceclear=“Bear patience, keep your eyes going, straight to the sun“

## **\*\*TV-Werbung: „The Power Within\*\***

### **\*\*Szene 1: Die Herausforderung beginnt\*\***

Die Kamera zeigt einen jungen, entschlossenen Athleten, der sich auf einen großen Wettkampf vorbereitet. Der Horizont ist weit und die Sonne geht langsam auf. Die Stimme aus dem Off sagt:  
„Champs Younited“ – wir sind vereint, stärker als je zuvor.

### **\*\*Szene 2: Der unaufhaltsame Wille\*\***

Der Athlet zieht seine Sportschuhe fester und läuft mit einem klaren Ziel vor Augen. Er beschleunigt, während die Musik den Rhythmus seines Laufs widerspiegelt. „More than ever before,“ ertönt die Stimme, als er immer weiter rennt.

### **\*\*Szene 3: Der unvergessliche Moment\*\***

Er trifft auf einen Herausforderer, der ihn auffordert, „Catch me if you can.“ Die beiden beginnen ein spannendes Rennen. Der Athlet gibt alles, zeigt seinen vollen Einsatz, während er die Führung übernimmt.

„It’s time to get“ – der Moment des Sieges ist zum Greifen nah.

### **\*\*Szene 4: Der Zauber des Moments\*\***

Er erreicht die Ziellinie und blickt zum Himmel. Ein Gefühl der Magie und Energie überkommt ihn, als ob er „ready to wizard“ ist. Ein leises Lächeln huscht über sein Gesicht, während er den Sieg und die Energie spürt.

**\*\*Szene 5: Der Glaube an sich selbst\*\***

Er schließt die Augen, atmet tief ein und erinnert sich an die Reise. Die Stimme aus dem Off sagt:

„Boo-ieve in it.“ – Du musst an dich glauben.

**\*\*Szene 6: Die Magie entfaltet sich\*\***

Langsame Aufnahmen zeigen ihn, wie er in der Sonne läuft, seine Bewegungen sind geschmeidig und kraftvoll – „Kitty like a cat“ – elegant und schnell.

**\*\*Szene 7: Den Fokus nicht verlieren\*\***

Er blickt entschlossen geradeaus, während die Sonne langsam hinter ihm untergeht. „Bear patience, keep your eyes going, straight to the sun,“ sagt die Stimme aus dem Off.

**\*\*Schlusszene: Der Weg des Siegers\*\***

Er hält an und schaut stolz zurück. „Forewind to elect“ – er ist bereit für den nächsten Schritt. Die Kamera zeigt ihn, wie er den Weg nach vorne sieht, immer fokussiert.

**\*\*Finale Botschaft:\*\***

„Same to Sun“ – Die Sonne ist nicht das Ende, sondern der Beginn eines neuen Tages.

Das Bild wird schwarz, und der Slogan erscheint:

**„Champs Younited. Believe in the Power Within.“**

## **\*\*Marketing Slogans 30-40\*\***

Nintendo=“keep your head and eyes running“

McDonald=“live laugh love“

Jordan=“slicker than average“

Sony=“be sharp to be ready“

Toshiba=“it feels right“

LaLakers=“avalanche the hope“

Devil=“the Oz is in our onez“

ALF=“Anycat to be in Liberty and Freedom“

Sony=“make sure that you are it“

## **TV-Werbung: „Sei bereit für mehr“**

### **\*\*Szene 1: Der Start – Bewegung und Fokus\*\***

Ein junger Mann joggt früh morgens durch eine belebte Stadt. Die Kamera zeigt seine fokussierten Augen und seinen festen Blick nach vorne. Während er läuft, erscheinen die Worte:

**\*\*“Keep your head and eyes running.“\*\***

### **\*\*Szene 2: Der Moment des Lebens\*\***

Eine Gruppe Freunde lacht gemeinsam in einem Café, während die Kamera ihre unbeschwerte Freude einfängt. Die Szene wechselt zu einem jungen Paar, das Hand in Hand am Strand entlangläuft. Die Worte erscheinen auf dem Bildschirm:

**\*\*“Live. Laugh. Love.“\*\***

### **\*\*Szene 3: Selbstbewusst und stilvoll\*\***

Ein Geschäftsmann betritt selbstsicher einen modernen Wolkenkratzer, sein Look ist makellos. Ein Sportwagen fährt geschmeidig durch die Straßen, das Sonnenlicht reflektiert auf seinem glänzenden Lack. Dann erscheint die Botschaft:

**\*\*“Slicker than average.“\*\***

### **\*\*Szene 4: Vorbereitung auf den Moment\*\***

Eine Sportlerin schnürt sich die Schuhe, atmet tief ein und tritt auf den Platz. In einem Büro öffnet eine Frau selbstbewusst eine Präsentation. Beide haben eines gemeinsam: Sie sind bereit. Die Worte leuchten auf:

**\*\*“Be sharp to be ready.“\*\***

### **\*\*Szene 5: Das Gefühl von Richtigkeit\*\***

Ein Mann sitzt am Steuer eines Autos, öffnet das Fenster und atmet tief die frische Luft ein. Die Kamera fängt das Gefühl von Freiheit und Zufriedenheit ein, während die Worte erscheinen:

**\*\*“It feels right.”\*\***

### **\*\*Szene 6: Die Kraft der Hoffnung\*\***

In den Bergen stehen Menschen in warmer Winterkleidung, blicken nach oben und sehen eine Lawine aus Licht, die den Himmel erhellt. Die Botschaft:

**\*\*“Avalanche the hope.”\*\***

### **\*\*Szene 7: Gemeinschaft und Identität\*\***

Menschen aus verschiedenen Kulturen kommen zusammen, ein Symbol für Einheit und Vielfalt. Die Kamera zoomt auf eine Gruppe von Freunden mit stilvollen Outfits, während eine Stimme sagt:

**\*\*“The Oz is in our onez.”\*\***

### **\*\*Szene 8: Freiheit für alle\*\***

Eine Katze springt elegant auf ein Dach und blickt über die weite Stadtlandschaft. Sie steht für Freiheit, Selbstbestimmung und Unabhängigkeit. Dann erscheint der Text:

**\*\*“Anycat to be in Liberty and Freedom.”\*\***

### **\*\*Szene 9: Der finale Aufruf\*\***

Eine Person steht vor einem Spiegel, sieht sich selbst an und lächelt selbstbewusst. Dann wendet sie sich ab, tritt aus der Tür und geht in die Welt hinaus. Die letzte Botschaft leuchtet auf:

**\*\*“Make sure that you are it.”\*\***

### **\*\*Szene 10: Der Abschluss\*\***

Die Kamera fährt nach oben, zeigt eine atemberaubende Skyline bei Sonnenuntergang. Der Bildschirm wird schwarz, bevor der Slogan in kräftigen Buchstaben erscheint:

**\*\*“Sei bereit für mehr. Lebe es. Fühle es. Sei es.”\*\***



## **\*\*Marketing Slogans 40-50\*\***

Bose=“make it bossible“

Belvedere=“believe the best way“

SEGA=“search the game, you in there“

Facebook=“face a lot of things“

Huawei=“it’s time to come“

Amazon=““ Enjoy the expedition“

Mazda=“maze for your own“

Coca-Cola=“Enjoy the replay“

=“forever a classic“

=“Forewind the classic“

## **\*\*TV-Werbung: „Die Reise zur Perfektion\*\***

**Szene 1:** Eine Person setzt sich Kopfhörer auf. Die Musik beginnt. Der Bildschirm blendet ein: **\*\*“Make it bossible\*\*** – der kraftvolle Sound erfüllt den Raum.

**Szene 2:** Ein Luxusschlitten fährt durch eine malerische Küstenstraße. Der Fahrer blickt selbstbewusst in den Rückspiegel. **\*\*“Believe the best way\*\*** erscheint auf dem Bildschirm.

**Szene 3:** Ein Gamer sitzt vor seinem Bildschirm, konzentriert, sein Avatar bewegt sich blitzschnell durch eine virtuelle Welt. **\*\*“Search the game, you in there\*\*** wird eingeblendet.

**Szene 4:** Eine junge Frau schaut auf ihr Smartphone, scrollt durch Bilder und Nachrichten. **\*\*“Face a lot of things\*\*** – das Leben ist voller Möglichkeiten.

**Szene 5:** Ein Flugzeug hebt ab, die Skyline einer pulsierenden Metropole im Hintergrund. **\*\*“It’s time to come\*\*** leuchtet auf.

**Szene 6:** Ein Wanderer erklimmt einen Berggipfel und blickt auf eine atemberaubende Landschaft. **\*\*“Enjoy the expedition\*\*** wird in die Szene eingeblendet.

**Szene 7:** Ein Sportwagen fährt durch eine komplexe, futuristische Stadtlandschaft. **\*\*“Maze for your own\*\*** – finde deinen eigenen Weg.

**Szene 8:** Eine Gruppe von Freunden stößt mit eisgekühlten Getränken an, Lachen und Freude füllen den Raum. **\*\*\*“Enjoy the replay“\*\*\*** – genieße die besten Momente immer wieder.

**Szene 9:** Ein alter Schwarz-Weiß-Film läuft auf einem großen Bildschirm, dann wechselt das Bild zu einer modernen, lebhaften Szene mit Menschen, die das Leben feiern. **\*\*\*“Forever a classic“\*\*\*** und **\*\*\*“Forewind the classic“\*\*\*** erscheinen gleichzeitig.

Die Kamera zoomt heraus, ein Zusammenschnitt aller Szenen folgt, und eine Stimme sagt:

**\*\*\*“Das Leben ist eine Reise – erlebe es auf deine Weise.“\*\*\***

Der Bildschirm verdunkelt sich, das Firmenlogo erscheint.

## **\*\*Marketing Slogans 50-60\*\***

Teufel=“Comfort feeling“  
Ford=“it’s time to come back“  
VW=“you can imagine“  
Motorola=“emotion your dream“  
Audi=“the circle of imagination“

Tesla=“eyesight your power“  
Ebay=“find your happiness“  
=“happy-go-lucky“  
Dazn=“at least the beast“  
=“Ignite the beast in you“  
=“the beast are in you“

## **\*\*TV-Werbung: „Die Reise zu dir selbst\*\***

**Szene 1:** Eine Person sinkt in einen bequemen Sessel, schließt die Augen und atmet tief ein. Die Worte **\*\*“Comfort feeling\*\*** erscheinen auf dem Bildschirm.

**Szene 2:** Eine lange Straße, gesäumt von bunten Herbstbäumen. Ein Auto fährt geschmeidig entlang, das Lenkrad wird sanft geführt. **\*\*“It’s time to come back\*\*** leuchtet auf.

**Szene 3:** Eine Hand hält einen Pinsel und malt eine lebendige Traumlandschaft auf eine Leinwand. **\*\*“You can imagine\*\*** wird eingeblendet.

**Szene 4:** Ein Tänzer bewegt sich im Rhythmus der Musik, jede Bewegung voller Ausdruck und Emotion. **\*\*“Emotion your dream\*\*** erscheint in leuchtenden Farben.

**Szene 5:** Eine Drohne schwebt über eine atemberaubende Berglandschaft, gefilmt aus einer beeindruckenden Vogelperspektive. **\*\*“The circle of imagination\*\*** begleitet die Szene.

**Szene 6:** Eine Person steht vor einem Spiegel, blickt sich tief in die eigenen Augen und lächelt selbstbewusst. **\*\*“Eyesight your power\*\*** wird eingeblendet.

**Szene 7:** Ein Kind rennt lachend über eine Sommerwiese, verfolgt von einem verspielten Hund. **\*\*“Find your happiness\*\*** – das Glück liegt im Moment.

**Szene 8:** Eine Gruppe von Freunden springt von einer Klippe ins erfrischende Wasser. **\*\*“Happy-go-lucky\*\*** wird eingeblendet.

Szene 9: Ein dunkler Raum. Plötzlich erwachen zwei leuchtende Augen in der Dunkelheit. Ein Motor startet mit einem tiefen Grollen. **“At least the beast”** erscheint auf dem Bildschirm.

Szene 10: Ein Sportler trainiert mit voller Energie, Schweiß tropft von seiner Stirn. Er sieht sich selbst im Spiegel, die Kamera zoomt auf seine entschlossene Miene. **“Ignite the beast in you”** wird eingeblendet.

Szene 11: Ein Hochgeschwindigkeitswagen rast durch eine Neon-beleuchtete Stadtlandschaft. **“The beast is in you”** leuchtet auf.

Die Kamera fährt zurück, ein Zusammenschnitt aller Szenen folgt, begleitet von einer Stimme:

**“Das Leben ist ein Abenteuer – spüre es, lebe es, sei es.”**

Der Bildschirm verdunkelt sich, das Firmenlogo erscheint.

## **\*\*Marketing Slogans 60-70\*\***

Dell="deserve to know"

Dazn="unsplash the beast"

UFC="unleash the beast"

Krombacher="the Natural way"

HP="homemade promise"

Wish="one swish the hand, the other swish to

Internet="sir Swip swish, swish Swip sir"

Krombacher="Premiere des Geschmacks"

= "the taste of premier"

= "premiera with nature"

## **\*\*TV-Werbung:**

### **„Die Entfesselung des Geschmacks“**

**Szene 1:** Ein dunkler Raum. Eine Hand greift nach einer Flasche, langsam wird der Deckel geöffnet. Ein leises Zischen ertönt. **\*\*"Deserve to know"\*\*\*** erscheint auf dem Bildschirm.

**Szene 2:** Eine wogende Welle bricht am Ufer. Eine Raubkatze sprintet durch die Wildnis, ihr Blick fokussiert. **\*\*"Unsplash the beast"\*\*\*** wird eingeblendet.

**Szene 3:** Ein Athlet atmet tief durch, seine Muskeln spannen sich an, er setzt zum Sprint an. **\*\*"Unleash the beast"\*\*\*** erscheint in leuchtenden Buchstaben.

**Szene 4:** Eine Hand pflückt eine reife Frucht direkt vom Baum. Saft tropft von der Klinge eines frisch geschnittenen Stücks. **\*\*"The natural way"\*\*\*** leuchtet auf.

**Szene 5:** Eine rustikale Küche, jemand knetet Teig mit kräftigen Händen. Frische Zutaten werden auf einem Holzbrett angerichtet. **\*\*"Homemade promise"\*\*\*** steht auf einem Etikett.

**Szene 6:** Zwei Hände schwingen gleichzeitig durch die Luft, ein spielerisches Duell mit einer glänzenden Serviette. **\*\*"One swish the hand, the other swish to"\*\*\*** blitzt auf.

**Szene 7:** Ein Kellner in eleganter Uniform serviert ein Getränk mit einer kunstvollen Bewegung. **\*\*"Sir Swip swish, swish Swip sir"\*\*\*** wird in goldenen Buchstaben eingeblendet.

**Szene 8:** Eine edle Flasche wird langsam eingegossen, das Getränk funkelt im Licht. Ein Genießer hebt das Glas an die Lippen. **\*\*\*“Premiere des Geschmacks“\*\*\*** erscheint feierlich.

**Szene 9:** Eine Nahaufnahme der Flüssigkeit, die im Glas sanft kreist. Der erste Schluck wird mit geschlossenen Augen genossen. **\*\*\*“The taste of premier“\*\*\*** flackert in elegantem Schriftzug.

**Szene 10:** Eine weite, grüne Landschaft, der Morgentau glitzert auf den Blättern. Ein Tropfen Natur in jedem Schluck. **\*\*\*“Premiera with nature“\*\*\*** leuchtet im Sonnenaufgang.

Die Kamera zoomt zurück, alle Szenen verschmelzen in einem schnellen Zusammenschnitt. Eine Stimme sagt:

**\*\*\*“Natürlicher Geschmack, entfesselte Kraft – die perfekte Kombination für echte Genießer.“\*\*\***

Das Firmenlogo erscheint.

## **\*\*Marketing Slogans 70-80\*\***

Freddy Krüger="I rescue your dreams to activate your memory"

Chucky="when Freddy Krüger give you memory, I can give you the puzzle"

Es="when I got the memory puzzle I give some flashbacks"

Fifa="I move with you"

Dell="we define and elect"

Real Madrid="whitness win white"

HeMan="from zero to ressource"

Smart="clever macht schlau"

Nvidia="diashow in video"

Sinbadex="supremely bounce experience"

## **\*\*TV-Werbung: „Die Macht der Erinnerung\*\***

**Szene 1:** Eine dunkle, traumhafte Szenerie. Eine Person läuft durch einen nebligen Korridor, während verschwommene Erinnerungen flackern. Eine tiefe Stimme erklingt: **\*\*"I rescue your dreams to activate your memory."\*\***

**Szene 2:** Plötzlich taucht eine bedrohliche Gestalt auf – ein Schatten mit Krallen. Die Kamera zoomt auf die Augen der Person, in denen sich Szenen aus der Vergangenheit spiegeln. **\*\*"When Freddy Krüger gives you memory, I can give you the puzzle."\*\***

**Szene 3:** Ein Puzzle aus Erinnerungen setzt sich zusammen, Bilder fliegen durch die Luft, Vergangenheit und Gegenwart verschmelzen. **\*\*"When I got the memory puzzle, I give some flashbacks."\*\***

**Szene 4:** Die Szene wechselt – ein Mensch läuft durch eine belebte Stadt, blickt sich um, nimmt Eindrücke wahr. **\*\*"I move with you."\*\***

**Szene 5:** Ein Wahlzettel wird in eine Urne geworfen. Eine Stimme sagt: **\*\*"We define and elect."\*\***

**Szene 6:** Eine Nahaufnahme eines schneeweißen Blattes, das langsam beschriftet wird. **\*\*"Whitness win white."\*\***

**Szene 7:** Eine digitale Animation zeigt, wie aus einer Null unendlich viele Ressourcen entstehen. **\*\*"From zero to ressource."\*\***

**Szene 8:** Kinder sitzen in einer Schule, ein Lehrer schreibt an die Tafel, während eine helle Glühbirne aufleuchtet. **\*\*\*“Clever macht schlau.“\*\*\***

**Szene 9:** Eine Kamera zoomt in eine alte Foto-Diashow, die sich in ein lebendiges Video verwandelt. **\*\*\*“Diashow in video.“\*\*\***

**Szene 10:** Eine Person springt auf einem Trampolin, die Szene wechselt in Zeitlupe, dann beschleunigt sie wieder in einer fließenden Bewegung. **\*\*\*“Supremely bounce experience.“\*\*\***

Die Kamera zoomt zurück, zeigt einen Menschen, der mit klarem Blick in die Zukunft schaut. Eine Stimme sagt:

**\*\*\*“Erinnerungen formen uns, bewegen uns, definieren uns.**

**Mach sie lebendig.“\*\*\***

Das Firmenlogo erscheint.



## **\*\*Marketing Slogans 80-90\*\***

Visa="Vision is audition"

Abflug="zu jedem Zeitpunkt"

Tesla="Time Edition supra like audition"

Ebay="find your way"

SEGA="Anytime game edition star"

Audio="Future is audition"

Facebook="Around be able to do"

Darknet="klatu verata nektu"

Kindle="it's"

Nokia="believe it like a ring"

## **\*\*TV-Werbung: „Die Zukunft hört nie auf\*\***

**Szene 1:** Ein dunkler Raum. Ein einzelner Lichtstrahl fällt auf eine Person, die sich langsam umdreht. Eine Stimme erklingt: **\*\*\*"Vision is audition."\*\*\***

**Szene 2:** Ein Schnitt in die Zukunft – eine holografische Uhr projiziert ein digitales Ziffernblatt. **\*\*\*"Zu jedem Zeitpunkt."\*\*\***

**Szene 3:** Ein junger Mensch mit Kopfhörern schließt die Augen, nimmt die Umgebung auf. **\*\*\*"Time Edition supra like audition."\*\*\***

**Szene 4:** Eine futuristische Stadt erscheint in der Ferne, das Licht spiegelt sich in den Hochhäusern. **\*\*\*"Find your way."\*\*\***

**Szene 5:** Menschen auf der ganzen Welt sind vernetzt – sie spielen, arbeiten, erleben gemeinsam. **\*\*\*"Anytime game edition star."\*\*\***

**Szene 6:** Ein Blick in den Weltraum, Sterne funkeln, ein neues Zeitalter beginnt. **\*\*\*"Future is audition."\*\*\***

**Szene 7:** Ein Symbol beginnt zu leuchten, eine Hand berührt es. **\*\*\*"Around be able to do."\*\*\***

**Szene 8:** Eine Person spricht eine mysteriöse Formel in ein Mikrofon. **\*\*\*“Klatu verata nektu.”\*\*\***

**Szene 9:** Ein Moment der Stille. Dann ein Flüstern. **\*\*\*“It’s...”\*\*\***

**Szene 10:** Eine Hand streift über einen glänzenden Ring, der sich in Licht auflöst. **\*\*\*“Believe it like a ring.”\*\*\***

Die Kamera fährt zurück, eine Stimme sagt: **\*\*\*“Die Zukunft beginnt jetzt – hör sie, sieh sie, erlebe sie.”\*\*\***

Das Firmenlogo erscheint.

## **\*\*Marketing Slogans 90-100\*\***

Matrix=“men at random times“

Honda=“an horizon“

Mazda=“made in zion“

Toyota=“yourself in light“

Hancock=“evermore tires“

Canon=“find the truth“

SEGA=“advance game edition star“

KSW=“don‘t split me like glass“

Audi=“Fast ahead in the future“

Apple=“you see it“

## **\*\*TV-Werbung: „Die Zukunft gehört dir\*\***

### **\*\*Szene 1:\*\***

Eine endlose Straße bei Sonnenaufgang. Ein Mann steht am Rand, blickt nach vorne. Eine Stimme flüstert: \*\*,„Men at random times.“\*\*

### **\*\*Szene 2:\*\***

Der Himmel färbt sich in tiefes Blau, die Sonne taucht hinter der Linie des Horizonts auf. \*\*,„An horizon.“\*\*

### **\*\*Szene 3:\*\***

Schnitt in eine pulsierende Stadt der Zukunft. Schwebende Fahrzeuge, hochmoderne Gebäude, Lichter flackern. \*\*,„Made in Zion.“\*\*

### **\*\*Szene 4:\*\***

Eine Person tritt aus dem Schatten, hebt den Kopf. Ihr Gesicht wird vom Licht erfasst. \*\*,„Yourself in light.“\*\*

### **\*\*Szene 5:\*\***

Ein Fahrzeug fährt über eine leere Straße. Die Reifen hinterlassen keine Spuren, nur Lichtreflexe. \*\*,„Evermore tires.“\*\*

### **\*\*Szene 6:\*\***

Digitale Codes fliegen durch den Raum. Eine Hand greift nach ihnen, fügt sie zusammen. \*\*,„Find the truth.“\*\*

### **\*\*Szene 7:\*\***

Eine Gaming-Arena. Spieler setzen ihre Headsets auf, die virtuelle Welt verschmilzt mit der Realität. \*\*,„Advance game edition star.“\*\*

**\*\*Szene 8:\*\***

Eine zerbrochene Glasscheibe setzt sich plötzlich von selbst wieder zusammen.

**\*\***„Don’t split me like glass.“**\*\***

**\*\*Szene 9:\*\***

Ein Rennwagen rast durch eine futuristische Stadt. Geschwindigkeit, Adrenalin, Präzision. **\*\***„Fast ahead in the future.“**\*\***

**\*\*Szene 10:\*\***

Die Kamera zoomt aus, zeigt den Planeten von oben. Eine letzte Stimme erklingt: **\*\***„You see it.“**\*\***

**\*\***Logo-Einblendung. Slogan:**\*\***

**\*\***„Die Zukunft gehört dir – erkenne sie.“**\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 100-110\*\***

Adobe=“the color in the Cooley, and the mink of an tukan

Hyundai=“eye to hope“

Google=“The circle of perception“

=“plural of perception“

=“infinite perception“

=“ongoing performance“

Xbox=“awake your dream“

=“xendex boddy“

=“xearch the only“

=“Xerxes your way“

=“most important value“

## **\*\*TV-Werbung: „Die Welt, wie du sie siehst\*\***

### **\*\*Szene 1:\*\***

Eine Nahaufnahme: Ein farbenprächtiger Tukan sitzt auf einem Ast im dichten Regenwald. Seine Augen reflektieren das Licht. Die Stimme aus dem Off:

\*\* „The color in the Cooley, and the mink of a Tukan.“\*\*

### **\*\*Szene 2:\*\***

Die Kamera zoomt in sein Auge – eine Welt entfaltet sich darin, voller lebendiger Farben und Formen. \*\* „Eye to hope.“\*\*

### **\*\*Szene 3:\*\***

Menschen aus verschiedenen Kulturen blicken in die Kamera, ihre Augen spiegeln Landschaften, Städte, Natur. \*\* „The circle of perception.“\*\*

### **\*\*Szene 4:\*\***

Die Bilder wechseln: Eine endlose Wüste, eine schneebedeckte Bergkette, das weite Meer. \*\* „Plural of perception.“\*\*

### **\*\*Szene 5:\*\***

Ein Künstler malt ein Bild, ein Tänzer bewegt sich im Rhythmus der Musik, ein Astronaut schwebt schwerelos im All. \*\* „Infinite perception.“\*\*

### **\*\*Szene 6:\*\***

Eine futuristische Bühne, Scheinwerfer tauchen alles in goldenes Licht. Applaus brandet auf. \*\* „Ongoing performance.“\*\*

### **\*\*Szene 7:\*\***

Ein Kind schließt die Augen, ein Sternenhimmel erscheint. \*\* „Awake your dream.“\*\*

**\*\*Szene 8:\*\***

Eine digitale Welt entfaltet sich. Datenströme fließen durch den Raum. **\*\*„Xen-dex boddy.“\*\***

**\*\*Szene 9:\*\***

Jemand tippt auf einen Bildschirm, ein Suchbalken erscheint: **\*\*„Xearch the only.“\*\***

**\*\*Szene 10:\*\***

Ein majestätischer Krieger steht auf einer goldenen Brücke, blickt entschlossen nach vorne. **\*\*„Xerxes your way.“\*\***

**\*\*Szene 11:\*\***

Die Kamera zoomt in ein funkelndes Auge. Darin spiegelt sich eine unendliche Welt voller Möglichkeiten. **\*\*„Most important value.“\*\***

**\*\*Logo-Einblendung. Slogan:\*\***

**\*\*„Sieh die Welt mit neuen Augen.“\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 110-120\*\***

PS5=„play like the sensei“

=„play supra forever“

=„fuzer sense play“

EM-De=„Jungs. Holt den Titel. Wunderbares Deutschland

McDonald=„Supreme taste“

Netto=„sei dir gegönnt“

Tata=„be granted you“

Microsoft=„stay in the light system“

=„never atop a running system“

Porsche=„power to celebrate“

=„celebrate unique power“

=„power for showing“

## **\*\*TV-Werbung: „Die Kraft des Spiels\*\***

### **\*\*Szene 1:\*\***

Ein dunkler Raum. Ein Gamer sitzt konzentriert vor einem Bildschirm, das Licht des Spiels spiegelt sich in seinen Augen. Die Kamera zoomt auf seine Hände, die sich geschmeidig über den Controller bewegen. **\*\*„Play like the sensei.“\*\***

### **\*\*Szene 2:\*\***

Schnitt in eine futuristische Arena. Lichter flackern, digitale Effekte blitzen auf. Ein Team betritt die Spielfläche. **\*\*„Play supra forever.“\*\***

### **\*\*Szene 3:\*\***

Ein epischer Moment im Spiel: Explosionen, schnelle Bewegungen, ein perfekter Spielzug. **\*\*„Fuzer sense play.“\*\***

### **\*\*Szene 4:\*\***

Ein Fußballteam in der Kabine, die Spieler schauen sich entschlossen an. Einer steht auf, ballt die Faust. **\*\*„Jungs. Holt den Titel. Wunderbares Deutschland.“\*\***

### **\*\*Szene 5:\*\***

Jubelnde Fans, Konfetti fällt vom Himmel, ein Spieler reißt den Pokal in die Luft. **\*\*„Supreme taste.“\*\***

### **\*\*Szene 6:\*\***

Ein elegantes Abendessen, feine Gläser klirren, jemand protestiert mit einem Lächeln zu. **\*\*„Sei dir gegönnt.“\*\***

### **\*\*Szene 7:\*\***

Ein Mann in einem schicken Anzug tritt auf eine Bühne, Scheinwerfer blenden ihn. **\*\*„Be granted you.“\*\***

**\*\*Szene 8:\*\***

Eine Stadt bei Nacht. Lichter spiegeln sich in den Straßen, Menschen bewegen sich durch eine digitale Welt. **\*\*„Stay in the light system.“\*\***

**\*\*Szene 9:\*\***

Ein System wird hochgefahren, digitale Codes fliegen über den Bildschirm. **\*\*„Never atop a running system.“\*\***

**\*\*Szene 10:\*\***

Ein DJ hebt die Arme, die Menge tobt, Laserlichter durchbrechen die Dunkelheit. **\*\*„Power to celebrate.“\*\***

**\*\*Szene 11:\*\***

Ein Sportler hebt triumphierend die Arme nach einem Sieg. **\*\*„Celebrate unique power.“\*\***

**\*\*Szene 12:\*\***

Ein Künstler auf der Bühne, die Menge applaudiert. **\*\*„Power for showing.“\*\***

**\*\*Schlusszene:\*\***

Das Licht geht aus, eine Stimme aus dem Off:  
**\*\*„Egal, wo du spielst – spiel mit Kraft.“\*\***



## **\*\*Marketing Slogans 120-130\*\***

Microsoft=“stay in touch“  
=“roll often and keep it simple“  
=“stay tuned for more“  
=“create mind and keep track“  
=“experience is a great way“

Apple=“looking for applause“  
=“let me show you how to move“  
=“elect look play power adjustment“  
=“comeback and memorize“  
Ebay=“find your way, are you there“

## **TV-Werbespot – Dynamik, Innovation und Lifestyle**

### **\*\*Szene 1: Aufbruch\*\***

(Bild: Ein junger Mensch schnürt seine Sneakers, schnappt sich sein Smartphone und verlässt das Haus.)

**\*\*Voice-over:\*\*** ““Stay in touch – bleib verbunden mit dem, was wirklich zählt.““

### **\*\*Szene 2: Bewegung & Einfachheit\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Freunden skatet durch die Stadt, lacht, genießt den Moment.)

**\*\*Voice-over:\*\*** ““Roll often and keep it simple – das Leben ist Bewegung, also mach es dir leicht.““

### **\*\*Szene 3: Spannung & Fortschritt\*\***

(Bild: Ein DJ steht am Mischpult, die Menge wartet auf den Drop.)

**\*\*Voice-over:\*\*** ““Stay tuned for more – das Beste kommt noch.““

### **\*\*Szene 4: Kreativität & Kontrolle\*\***

(Bild: Ein Künstler malt ein Graffiti, daneben ein Gamer, der konzentriert sein nächstes Level erreicht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** ““Create mind and keep track – erschaffe, was dich ausmacht, und verliere nie den Überblick.““

### **\*\*Szene 5: Erfahrungen machen\*\***

(Bild: Eine Person springt aus dem Flugzeug im Fallschirmtandem, pure Euphorie im Gesicht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** ““Experience is a great way – das Leben ist zum Erleben da.““

**\*\*Szene 6: Applaus & Selbstaussdruck\*\***

(Bild: Ein Performer steht auf der Bühne, das Publikum klatscht begeistert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \**“Looking for applause? Dann zeig, was du kannst.“*\*

**\*\*Szene 7: Bewegung & Individualität\*\***

(Bild: Eine Tänzerin in einer urbanen Kulisse – mit jedem Schritt bringt sie die Stadt zum Leben.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \**“Let me show you how to move – dein Style, dein Rhythmus.“*\*

**\*\*Szene 8: Technologie & Power\*\***

(Bild: Jemand schaltet mit einer smarten Geste zwischen Musik, Sport-Tracking und Social Media um.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \**“Elect, look, play – Power. Adjustment.“*\*

**\*\*Szene 9: Rückkehr & Erinnerungen\*\***

(Bild: Ein altes Fotoalbum wird aufgeschlagen, eine Szene aus der Vergangenheit wird lebendig.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \**“Comeback and memorize – manchmal ist das Beste schon da.“*\*

**\*\*Szene 10: Orientierung & Selbstfindung\*\***

(Bild: Eine Drohnenaufnahme von jemandem, der auf einem Berggipfel steht, über die Weite blickt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \**“Find your way – bist du schon da?“*\*

**\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Markenslogan auf dunklem Hintergrund, dazu ein kraftvoller Sound.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \**“Dein Moment. Deine Entscheidung.“*\*

## **\*\*Marketing Slogans 130-140\*\***

Netflix=“to surf, ongoing service“

=“find your fly in the next“

=“stream your dream“

=“experience on format“

Disney+ =“share it to heaven“

=“dimension in a new way“

IBM=“memory built infrastructure“

=“information building management“

=“More basic infinite“

=“into the building market“

=“built integrated memorie „

=“Ignite the beast into making“

## **\*\*TV-Werbespot – Die Zukunft der digitalen Welt\*\***

### **\*\*Szene 1: Aufbruch in die digitale Ära\*\***

(Bild: Eine endlose Welle im Ozean, über die ein Surfer gleitet – doch statt Wasser besteht sie aus Datenströmen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „To surf, ongoing service – bleib in Bewegung, bleib verbunden.“

### **\*\*Szene 2: Die nächste Dimension entdecken\*\***

(Bild: Eine Drohne fliegt durch eine futuristische Stadt, Technologie und Natur in perfekter Harmonie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Find your fly in the next – entdecke, was als Nächstes kommt.“

### **\*\*Szene 3: Streaming ohne Grenzen\*\***

(Bild: Eine Person setzt eine VR-Brille auf, umgeben von leuchtenden 3D-Elementen, die ihre Welt erweitern.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Stream your dream – deine Vision, grenzenlos erlebbar.“

### **\*\*Szene 4: Innovation in neuer Form\*\***

(Bild: Ein Team von Entwicklern erschafft ein holografisches Interface, mit dem sie interagieren.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Experience on format – Technologie, die dein Leben formt.“

### **\*\*Szene 5: Teilen ohne Limits\*\***

(Bild: Eine Nachricht geht viral – aus einem kleinen Handybildschirm wird eine Welle aus globalem Austausch.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Share it to heaven – deine Ideen kennen keine Grenzen.“

**\*\*Szene 6: Neue Dimensionen erschaffen\*\***

(Bild: Architekten entwerfen einen virtuellen Wolkenkratzer, der sich in Echtzeit in der Realität materialisiert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Dimension in a new way – die Zukunft beginnt jetzt.“

**\*\*Szene 7: Intelligente Infrastruktur\*\***

(Bild: Ein Netzwerk aus Daten, das sich in eine digitale Stadt verwandelt, die durch Informationen wächst.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Memory built infrastructure – gebaut auf Wissen, für die Welt von morgen.“

**\*\*Szene 8: Smart Building Revolution\*\***

(Bild: Ein Hochhaus, dessen Glasfassade auf Berührung reagiert und Informationen in Echtzeit anzeigt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Information building management – Intelligenz, die Architektur neu definiert.“

**\*\*Szene 9: Unendliche Möglichkeiten\*\***

(Bild: Ein Designer scrollt durch ein scheinbar endloses digitales Interface, in dem sich neue Ideen entfalten.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „More basic infinite – alles beginnt mit einer Idee.“

**\*\*Szene 10: Die Zukunft des Bauens\*\***

(Bild: Bauarbeiter setzen mit Augmented-Reality-Brillen ein smartes Gebäude zusammen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Into the building market – Fortschritt auf jeder Ebene.“

**\*\*Szene 11: Die Kraft der Erinnerung\*\***

(Bild: Ein riesiges Datenzentrum, in dem Informationen sicher gespeichert und blitzschnell verarbeitet werden.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Built integrated memory – Erinnerungen, fest verankert in der digitalen Welt.“

**\*\*Szene 12: Innovation entfesseln\*\***

(Bild: Ein Startknopf wird gedrückt, Maschinen beginnen zu arbeiten, ein neues Zeitalter beginnt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Ignite the beast into making – entfessele das Potenzial der Zukunft.“

**\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Eine dynamische, pulsierende Lichtanimation, die schließlich das Markenlogo formt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Die Zukunft gehört denen, die sie gestalten.“

## **\*\*Marketing Slogans 140-150\*\***

Facebook=“fame the clock - is a great way“

=“Ignite the most important thing“

=“IS THAT YOU CAN“

=“forewind to use the tools you need“

=“plural of your own“

BMW=“best motion in ways“

=“built integrated memories“

=“built in many different ways“

=“believe in memories will be great“

## **\*\*TV-Werbepot – Die Zukunft gehört dir\*\***

### **\*\*Szene 1: Die Zeit nutzen\*\***

(Bild: Eine Nahaufnahme einer tickenden Uhr, die sich plötzlich vorwärts beschleunigt. Ein junger Mensch sprintet durch eine pulsierende Stadt, jede Sekunde zählt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Fame the clock – ist eine großartige Möglichkeit, den Moment zu nutzen.“

### **\*\*Szene 2: Leidenschaft entfachen\*\***

(Bild: Ein Musiker auf der Bühne, ein Unternehmer bei einem Pitch, ein Sportler kurz vor dem Wettkampf – ihre Augen voller Entschlossenheit.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Ignite the most important thing – das, was wirklich zählt, beginnt mit dir.“

### **\*\*Szene 3: Grenzen überwinden\*\***

(Bild: Eine Person steht vor einem Spiegel, atmet tief durch, dann wechselt die Szene zu einem erfolgreichen Auftritt oder einem geschafften Meilenstein.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „IS THAT YOU CAN – du kannst mehr, als du denkst.“

### **\*\*Szene 4: Die richtigen Werkzeuge nutzen\*\***

(Bild: Ein kreativer Mensch arbeitet mit High-Tech-Tools, ein Architekt designt mit Augmented Reality, ein Programmierer schreibt Code auf einem holografischen Interface.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Forewind to use the tools you need – nutze, was dich weiterbringt.“

**\*\*Szene 5: Individualität zählt\*\***

(Bild: Unterschiedliche Menschen, verschiedene Kulturen, einzigartige Ideen – alle verbunden durch Kreativität und Fortschritt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Plural of your own – deine Vielseitigkeit macht dich einzigartig.“

**\*\*Szene 6: Bewegung schafft Möglichkeiten\*\***

(Bild: Ein Tänzer, der mit jeder Bewegung eine neue Realität erschafft, ein Auto, das durch eine leuchtende Zukunft fährt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Best motion in ways – Fortschritt ist Bewegung.“

**\*\*Szene 7: Erinnerungen, die bleiben\*\***

(Bild: Eine Familie blättert durch digitale Erinnerungen, alte und neue Momente verschmelzen zu einer Geschichte.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Believe in memories will be great – das Beste entsteht aus dem, was du bewahrst.“

**\*\*Szene 8: Zukunft gestalten\*\***

(Bild: Eine Skyline, die sich in Sekunden verändert – von der Vergangenheit bis in die Zukunft, von Beton zu Innovation.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Built integrated memories – Erinnerungen, die die Welt formen.“

**\*\*Szene 9: Fortschritt auf vielen Wegen\*\***

(Bild: Menschen auf der ganzen Welt, die neue Ideen erschaffen, ihre Träume verwirklichen und gemeinsam wachsen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Built in many different ways – weil es mehr als einen Weg zum Erfolg gibt.“

**\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Eine leuchtende Spur aus Energie, die sich zum Markenlogo formt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Deine Zeit. Deine Vision. Deine Zukunft beginnt jetzt.“

## **\*\*Marketing Slogans 150-160\*\***

Mercedes=“the circle in style“  
=“More than ever this“  
=“emotion moreover is „  
=“deserve to be a good“  
=“serious difference in built“  
=“More basic infinite than the other“

Fanta=“Life is fantastic“  
Pepsi=“Do ya thang“  
Coca Cola=“get around just another one“  
Budweiser=“The art of homage“  
McDonalds=“shemekiss“

## **\*\*TV-Werbung: „The Circle in Style\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Langsame Kamerafahrt über eine schimmernde Oberfläche, ein kreisförmiges Design wird enthüllt. Ein Hauch von Eleganz und Präzision.)\*  
**\*\*Sprecher:\*\*** „The Circle in Style – mehr als nur eine Form, ein Statement.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Schnelle Schnitte von Menschen, die ihre Emotionen ausleben – ein Lachen, ein tiefer Blick, ein Moment der Freiheit.)\*  
**\*\*Sprecher:\*\*** „More than ever this. Emotion moreover is.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Eine Hand gleitet sanft über das Produkt, hochwertiges Material, perfektes Design.)\*  
**\*\*Sprecher:\*\*** „Serious difference in built – weil Qualität zählt.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein Mann und eine Frau im urbanen Umfeld, selbstbewusst, stilvoll, einzigartig.)\*  
**\*\*Sprecher:\*\*** „Deserve to be a good – sei du selbst, in deiner besten Version.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Blick in den Himmel, eine endlose Weite, ein Gefühl von Freiheit.)\*  
**\*\*Sprecher:\*\*** „More basic infinite than the other – das Unendliche beginnt hier.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Szenen voller Leben – Tanz, Musik, Kunst, Bewegung.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Life is fantastic. Do ya thang.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein ikonischer Moment – das Produkt wird getragen, inszeniert, mit Bedeutung gefüllt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „The art of homage – eine Hommage an Stil und Individualität.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Sanfte, intime Momente – eine Berührung, ein stilles Versprechen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Shemekiss – ein Hauch von Ewigkeit.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Schwarzblende, das Logo erscheint mit einem letzten Satz.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Get around just another one – und doch einzigartig wie nie zuvor.“

**\*\*Ende.\*\***



## **\*\*Marketing Slogans 150-160\*\***

Sprite=“be unusual“

Pizza Hut=“Above the rim“

Budweiser=“the wise in your eyes“

Jack Daniel=“the only way to make“

Ebay=“Find out, are you in“

Coca Cola=“CooL flavor“

Fanta=“Fantasystico“

Spotify=“Grove the beast“

YT Music=“Time is yours“

Beer=“let’s duff it“

## **\*\*TV-Werbung: „Be Unusual\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Dynamische Kamerafahrt über eine pulsierende Stadt bei Nacht. Lichter spiegeln sich in glänzenden Oberflächen, eine Silhouette bewegt sich selbstbewusst durch die Straßen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Be unusual – denn gewöhnlich kann jeder.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Ein Sprung in Zeitlupe, ein Basketball fliegt durch die Luft, trifft perfekt in den Korb. Schnitt zu einem Mann auf einem Rooftop mit Blick über die Stadt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Above the rim – über Grenzen hinaus.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Close-up auf einen intensiven Blick, reflektierende Sonnenbrillen, ein entschlossener Ausdruck.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „The wise in your eyes – weil du weißt, was zählt.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Szenenwechsel – verschiedene Menschen in Bewegung, im Flow ihres Moments, kreativ, aktiv, voller Energie.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „The only way to make – ist, es einfach zu tun.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Ein schneller Schnitt. Eine Gruppe feiert, lacht, lebt den Moment.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Find out, are you in?“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Eine kühle Welle bricht an der Küste, Eiswürfel klirren in einem Glas.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Cool flavor – erfrischend anders.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Bunte, schillernde Bilder – eine surreale Party, leuchtende Farben, eine Welt, die Grenzen sprengt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Fantasystico – willkommen in deiner Welt.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein wilder Tanz, ein urbaner Beat. Ein Tierisches Brüllen, übertragen in pulsierende Beats.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Grove the beast – entfessele deine Energie.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Eine Uhr auf einem Handgelenk, Sekunden vergehen, die Welt um einen herum bleibt nicht stehen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Time is yours – nutze sie.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Ein frecher Blick, ein Kopfnicken, ein Schritt nach vorne. Der Bildschirm wird schwarz, dann erscheint eine letzte Botschaft.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Let’s duff it – worauf wartest du noch?“

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 160-170\*\***

NBA=“do it 4 Tha game“

Coca-Cola=“Time to enjoy“

=“Safe to do it“

Fanta=“Fantasy & Delicious“

Pepsi=“While we smile“

Google=“we are the web“

=“we find, that you can“

=“the best way to find“

Papa John=“The Rounders are here“

Ultra beer=“we go all in“

## **\*\*TV-Werbung: „Do It 4 Tha Game\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Schnelle Schnitte – ein Basketball fliegt durch die Luft, ein Skateboarder macht einen Trick, ein Gamer taucht in ein Spiel ein. Energie, Leidenschaft, Bewegung.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Do it 4 Tha game – denn es geht um mehr als nur den Moment.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Schnitt zu einem sonnigen Strand, eine Gruppe von Freunden lacht, hebt die Gläser, genießt das Leben.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Time to enjoy – lebe den Augenblick.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Ein Basejumper steht an einer Klippe, atmet tief ein, springt. Kamera folgt ihm in atemberaubender Perspektive.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Safe to do it – Vertrauen in das, was du tust.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein verführerischer Blick auf eine unwiderstehliche Köstlichkeit, jemand nimmt den ersten Bissen, pure Zufriedenheit.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Fantasy & Delicious – eine Welt voller Genuss.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Szenenwechsel – eine lebendige Straße, Musik in der Luft, tanzende Menschen, Lächeln überall.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „While we smile – weil das Leben uns gehört.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Schnitt zu einem digitalen Netzwerk, Datenströme, Menschen vernetzen sich weltweit.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „We are the web – verbunden wie nie zuvor.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Eine Herausforderung, ein spannender Moment – ein junger Athlet atmet tief durch, bereit, über sich hinauszuwachsen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „We find, that you can – du hast es in dir.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein Blick auf verschiedene Wege, Straßen, Möglichkeiten, dann ein entschlossener Schritt nach vorne.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „The best way to find – ist, einfach loszugehen.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Eine Gruppe versammelt sich, alle blicken sich an, bereit für das große Spiel.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „The Rounders are here – jetzt geht es los.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Karten werden auf den Tisch gelegt, ein Pokerface, ein letztes Augenzwinkern.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „We go all in – alles oder nichts.“

**\*\*Schwarzblende. Logo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 170-180\*\***

American Express =“we take pride to fly“

Huawei=“eye wow, wow eye“

Samsung=“same ginue, same day“

Lakers=“Avalanche the hope“

Xbox X=“Xperia is magic“

Meta=“way think you need“

Gazprom =“drop its like is hot“

Media Markt=“discover the magic“

Toyota=“At system together“

Coca Cola=“just enjoy yourself“

## **\*\*TV-Werbung: „Discover the Magic\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Eine Kamera schwenkt über eine Startbahn, ein Flugzeug hebt majestätisch ab. Ein Pilot blickt stolz in den Himmel.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „We take pride to fly – denn jeder Aufbruch ist der Beginn von etwas Großem.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Nahaufnahme eines Auges, das sich in einem leuchtenden Bildschirm spiegelt. Farben, Formen, Innovation.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Eye wow, wow eye – sieh die Welt mit neuen Augen.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Ein schnelles Leben – Menschen arbeiten, reisen, treffen Entscheidungen. Eine Hand greift nach einem Smartphone, das perfekt in den Tag integriert ist.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Same ginue, same day – dein Tempo, deine Regeln.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Basketball-Spiel in Zeitlupe. Ein perfekter Wurf trifft den Korb, die Menge explodiert in Jubel.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Avalanche the hope – wo Träume Wirklichkeit werden.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Ein Gamer betritt eine virtuelle Welt, greift nach einem Controller. Mit einem Klick entfaltet sich Magie auf dem Bildschirm.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Xperia is magic – eintauchen, erleben, staunen.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Ein Raum voller Menschen, Ideen fließen, Innovation entsteht.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Way think you need – die Zukunft gehört dir.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Eine heiße Flamme trifft auf Eis, Spannung liegt in der Luft.

Plötzlich bricht Energie los, eine Explosion aus Kraft und Bewegung.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Drop it’s like is hot – weil Power den Unterschied macht.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein Geschäft voller Möglichkeiten – Technik, Gadgets, smarte Lösungen. Ein Kunde entdeckt sein neues Lieblingsprodukt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Discover the magic – das Beste wartet auf dich.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Eine Stadt erwacht. Technologie verbindet Straßen, Menschen, Fahrzeuge – alles läuft reibungslos zusammen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „At system together – smarter, schneller, effizienter.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Lachende Freunde, ein entspannter Moment. Ein kühles Getränk wird eingeschickt, pure Zufriedenheit.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Just enjoy yourself – lehn dich zurück und genieße den Moment.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 180-190\*\***

Meta=“combine the future“

Hyundai=“hi and eye“

NBA - Above the rim

NHL - Play like a satellite

MLB - More than ever before

NFL - And on of the best

PGA - Point guarantee amusement

APT - Play pointtime again

Volkswagen - Passion in E motion

Volkswagen - Passion in motion

## **\*\*TV-Werbung: „Passion in Motion\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Eine digitale Welt entfaltet sich – Menschen vernetzen sich, Zukunftstechnologie trifft auf Realität.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Combine the future – sei Teil der nächsten Evolution.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Ein eleganter Hyundai fährt vor, die Scheinwerfer spiegeln sich in der Stadt bei Nacht. Ein Fahrer steigt aus, trifft einen Blick im Rückspiegel.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Hi and eye – Design trifft Vision.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Ein Basketball fliegt durch die Luft, Zeitlupe, perfekte Flugbahn – der Dunk trifft ins Netz, die Menge jubelt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Above the rim – wo Grenzen überschritten werden.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein Eishockey-Spiel auf höchstem Niveau – blitzschnelle Bewegungen, harter Check, ein Puck fliegt wie ein Satellit ins Tor.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Play like a satellite – schneller, stärker, unaufhaltsam.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Ein Baseball-Schlag, der Ball fliegt ins Unendliche. Fans stehen auf, pure Begeisterung.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „More than ever before – weil jede Saison Geschichte schreibt.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Ein Football-Spieler steht bereit, die Menge tobt. Der Ball wird geworfen, gefangen – ein Touchdown.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „And one of the best – weil nur das Beste zählt.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein Golfer konzentriert sich, schlägt den Ball präzise ins Loch. Die Menge applaudiert, ein Lächeln.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Point guarantee amusement – jeder Schlag ein Erlebnis.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein Tennisball trifft auf den Court, schnelles Spiel, pure Leidenschaft.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Play pointtime again – weil jeder Moment zählt.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Ein Volkswagen gleitet über eine kurvige Straße, dynamisch, kraftvoll. Lichtreflexe auf glänzendem Lack, ein zufriedenes Lächeln des Fahrers.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Passion in E motion – Innovation, die bewegt.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Langsame Kamerafahrt auf eine offene Straße. Ein Volkswagen fährt dem Sonnenuntergang entgegen – Freiheit, Emotion, Leidenschaft.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Passion in motion – fahr mit dem Gefühl von morgen.“

**\*\*Schwarzblende. Das Logo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***



## **\*\*Marketing Slogans 180-190\*\***

Volkswagen - Passion in motion sens

Volkswagen - Only passion

You Tube - Make Karaoko to learn

You Tube - Are you in there

You Tube - get you, tube in

You Tube - You are in it instead of just there

Volkswagen - translate in motion sense

Volkswagen - translate in E motion

Volkswagen - translation in sense

Google - One can search with change

## **\*\*TV-Werbung: „Passion in Motion\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Eine dynamische Kamerafahrt durch eine lebendige Stadt bei Nacht. Lichter spiegeln sich in den Straßen, Menschen bewegen sich mit Energie und Zielstrebigkeit.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Passion in motion sense – denn wahre Leidenschaft kennt keine Grenzen.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Schnitt auf eine Person, die sich voller Hingabe einer Sache widmet – sei es Musik, Sport oder Technologie. Nahaufnahme von entschlossenen Augen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Only passion – alles beginnt mit echter Begeisterung.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Ein Mikrofon in der Hand, ein Lächeln, eine Stimme füllt den Raum. Menschen singen, lachen, lernen spielerisch durch Musik.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Make Karaoke to learn – weil Lernen Freude macht.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein leuchtendes Display, ein Finger gleitet darüber. Eine Entscheidung steht bevor – der Moment gehört dir.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Are you in there? – Sei mehr als nur ein Zuschauer.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Szenenwechsel – ein schneller Klick, ein Video startet, ein kreativer Geist teilt seine Vision mit der Welt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Get you, tube in – sei mittendrin, nicht nur dabei.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Menschen tauchen in ihre Erlebnisse ein – sie erschaffen, erleben, inspirieren. Die Welt bewegt sich, sie sind Teil davon.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „You are in it instead of just there – erlebe, statt nur zuzusehen.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein Globus dreht sich, Worte erscheinen in Echtzeit in verschiedenen Sprachen, Kulturen verbinden sich nahtlos.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Translate in motion sense – Kommunikation ohne Grenzen.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein Auto gleitet durch die Straßen, vollelektrisch, innovativ. Die Zukunft beginnt jetzt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Translate in E motion – Technologie trifft Emotion.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Ein Suchfeld erscheint auf einem Bildschirm, jemand tippt ein Wort ein, und die Welt der Informationen öffnet sich mit neuen Perspektiven.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „One can search with change – finde, was dich weiterbringt.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Schnitt auf eine offene Straße, eine neue Reise beginnt. Freiheit, Energie, Zukunft.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Translation in sense – weil Bewegung immer Sinn macht.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 180-190\*\***

Google - You can look for change, with change  
Google - One can seek change by seeking  
Google - Observation in search finds the search over the edge  
Google - Search found the Search in time  
Coca Cola - Check up your System

Coca Cola - Ready to take off  
Coca Cola - flavor your style  
Coca Cola - we will happy  
Coca Cola - cool flavor  
Coca Cola - that's win  
Coca Cola - all over me plus

## **\*\*TV-Werbung: „The Search for More\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Ein Blick auf eine Stadt im Morgengrauen – Menschen wachen auf, die Welt bewegt sich, neue Möglichkeiten entstehen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „You can look for change, with change – denn Veränderung beginnt mit dir.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Eine Hand gleitet über einen Touchscreen, ein Suchfeld füllt sich mit Worten, Ideen entstehen in Echtzeit.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „One can seek change by seeking – wer sucht, wird Neues finden.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Szenenwechsel: Ein Forscher blickt durch ein Mikroskop, eine Astronautin schaut aus dem Fenster einer Raumstation, ein Künstler studiert sein Werk.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Observation in search finds the search over the edge – echte Entdeckungen entstehen dort, wo wir weiterdenken.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Eine digitale Welt entfaltet sich, Datenströme fließen, Innovation trifft auf Vision.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Search found the search in time – wer die Zukunft sucht, findet sie heute.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Ein Laptop fährt hoch, ein System-Check läuft – bereit für den nächsten Schritt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Check up your system – denn Fortschritt braucht das richtige Fundament.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Ein Flugzeug hebt ab, ein Skateboarder springt über eine Rampe, ein Rennwagen beschleunigt auf der Strecke.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Ready to take off – es ist Zeit, durchzustarten.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein eiskaltes Glas Cola, sprudelnd, erfrischend. Freunde lachen, Musik spielt, das Leben ist in Bewegung.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Coca Cola – flavor your style – dein Moment, dein Geschmack.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein Sonnenuntergang am Strand, glückliche Gesichter, pure Lebensfreude.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „We will happy – weil Glück geteilt noch schöner ist.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Ein eisgekühltes Getränk wird eingeschenkt, Kondenswasser perlt am Glas ab – Erfrischung pur.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Cool flavor – weil Geschmack den Unterschied macht.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Ein Sieger hebt die Arme, ein Ziel wird erreicht, Applaus bricht aus.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „That’s win – weil Erfolg ein Gefühl ist.“

**\*\*Szene 11:\*\*** \*(Eine Welt voller Möglichkeiten, Menschen verbinden sich, Inspiration entsteht.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „All over me plus – mehr erleben, mehr fühlen, mehr genießen.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 190-200\*\***

Pepsi - more than you think

Pepsi - believe in more

Pepsi - While we smile

Pepsi - Do ya thang

Pepsi - pep your life

Pepsi - be sure to be a part

Just in difference

Pepsi Cola - Higher than your expectations

Pepsi Cola - experience is a expectation

## **\*\*TV-Werbung: „More Than You Think\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Die Sonne geht auf über einer pulsierenden Stadt. Menschen starten ihren Tag voller Energie, Träume und Möglichkeiten.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „More than you think – das Leben hält mehr für dich bereit.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Ein junger Mensch steht vor einer Herausforderung, atmet tief durch – und geht mutig seinen Weg.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Believe in more – glaub an das, was möglich ist.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Lachende Freunde sitzen zusammen, genießen den Moment, pures Glück in der Luft.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „While we smile – weil wahre Freude geteilt wird.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein Tänzer auf einer Bühne, ein Sportler vor dem großen Moment, ein Künstler mitten im kreativen Flow.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Do ya thang – sei du selbst, mach dein Ding.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Farben explodieren, ein Sprung ins kühle Wasser, ein erfrischender Drink – Lebensfreude pur.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Pep your life – mach dein Leben bunter.“ +

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Ein Konzert, ein Stadion, ein Treffen mit inspirierenden Menschen – mittendrin statt nur dabei.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Be sure to be a part – erlebe, was zählt.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein rebellischer Look, ein neuer Stil, ein Schritt in eine andere Richtung.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Just in difference – denn anders sein macht einzigartig.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein Fallschirmsprung, ein Gipfelmoment, ein Traum, der wahr wird.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Higher than your expectations – geh über deine Grenzen hinaus.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Eine Person blickt in den Spiegel, lächelt – bereit für das, was kommt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Experience is an expectation – erwarte mehr vom Leben.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 200-210\*\***

RTL - Real Time Live  
VOX - Vision Only Xtra  
ZDF - Zeit des Fernsehens  
Kabel 1 - cable able one  
Krombacher - Nature on the bay

Budweiser - The art of the best  
Desperados - Fantastico is a pearl  
Google - and you better get use do it  
Google - One can search with change  
Google - hand takeover the line of search

## **\*\*TV-Werbung: „The Future of Entertainment\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Die Kamera zoomt durch eine digitale Landschaft – Pixel verwandeln sich in Bilder, ein Livestream startet, das Publikum ist bereit.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Real Time Live – erlebe Unterhaltung in Echtzeit.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Ein großes Display leuchtet auf, brillante Farben, gestochen scharfe Bilder. Ein Blick in die Zukunft des Fernsehens.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Vision Only Xtra – mehr sehen, mehr erleben.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Szenenwechsel: Ein Wohnzimmer, eine Familie versammelt sich vor dem Fernseher, Lachen und Spannung liegen in der Luft.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Zeit des Fernsehens – dein Moment, dein Erlebnis.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Eine fließende Bewegung entlang eines Glasfaserkabels, das Signal rast durch Lichtgeschwindigkeit.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Cable able one – immer verbunden, immer bereit.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Die Kamera fährt über eine atemberaubende Küstenlandschaft – Wellen brechen sanft an der Bucht, ein Sonnenuntergang taucht alles in goldenes Licht.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Nature on the bay – pure Schönheit, direkt zu dir.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Eine Filmszene in Perfektion – die besten Bilder, die beste Inszenierung.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „The art of the best – weil Qualität zählt.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein funkelnder Edelstein reflektiert das Licht – eine Metapher für das Außergewöhnliche.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Fantastico is a pearl – einzigartig, strahlend, unvergleichlich.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein neues Gerät wird in Betrieb genommen, eine Hand bewegt sich sicher über den Bildschirm – bereit für das, was kommt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „And you better get used to it – denn die Zukunft beginnt jetzt.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Eine Suchmaschine öffnet sich, Begriffe werden eingegeben, neue Möglichkeiten entstehen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „One can search with change – finde, was dich weiterbringt.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Eine Hand gleitet über eine interaktive Oberfläche, ein Touch – und die Welt des Entertainments öffnet sich.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Hand takeover the line of search – du entscheidest, was als Nächstes kommt.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***



## **\*\*Marketing Slogans 210-220\*\***

Google - You can look for change

Google - One of the most popular

Coca-Cola - everybody looking for something

Fantomas - Ride on the day, even back I want to say

Fantomas - If you try to make me hack, I try to use it back

Fantomas - You dress like a duck, have fun with my luck

Dazn - Run the clock, before you get knocked

Dazn - call me brainiac, because I am a maniac

Dazn - keep track, will be great

Dazn - run the biggest crew, live laugh louder

## **\*\*TV-Werbung: „Find Your Moment\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Ein junger Mensch sitzt vor einem Computer, das Licht des Bildschirms spiegelt sich in den Augen. Die Hände tippen schnell – ein Suchfeld erscheint.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „You can look for change – aber findest du, was du wirklich suchst?“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Schnitt auf eine belebte Straße, riesige Werbetafeln leuchten, Menschen scrollen auf ihren Smartphones.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „One of the most popular – sei dabei, wo alle hinwollen.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Ein Musiker auf der Bühne, eine Sportlerin im entscheidenden Moment, ein Gamer vor dem letzten Level.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Everybody looking for something – was treibt dich an?“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein Motorradfahrer rast durch eine endlose Straße, die Sonne geht unter, ein neuer Tag beginnt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Ride on the day – selbst wenn du zurückschaust, zählt nur der nächste Schritt.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Ein Hacker tippt auf einer Tastatur, dann wechselt die Szene zu einem Programmierer, der neue Software entwickelt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „If you try to make me hack, I try to use it back – wer den Code versteht, schreibt die Regeln.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Ein skurriler Modetrend auf einem Laufsteg, ein waghalsiger Style auf der Straße.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „You dress like a duck – hab Spaß mit deinem Glück.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein Countdown läuft, ein Sprinter startet, eine Schachuhr tickt, der letzte Sekundenbruchteil entscheidet.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Run the clock, before you get knocked – handle schnell, bevor die Chance vergeht.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein Nerd mit Brille grinst in die Kamera, umgeben von Zahlen und Codes.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Call me brainiac, because I am a maniac – Wissen ist Macht.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Ein Team versammelt sich, motiviert, bereit für die nächste Herausforderung.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Keep track, will be great – bleib dran, es lohnt sich.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Eine riesige Menschenmenge feiert, lacht, lebt den Moment – Musik dröhnt, das Leben pulsiert.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Run the biggest crew, live, laugh, louder – denn gemeinsam sind wir stärker.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 220-230\*\***

Dazn - go advice, and keep it twice  
Dazn - come to my way, say to be pray  
VW - Rückwärts nimmer, vorwärts immer  
VW - Database in +  
VW - quick sense thinking

VW - life in emotion +  
VW - school way to grove  
Audi - we show off  
Audi - new romantic  
Audi - trust me, my is better in emotion

## **\*\*TV-Werbung: „Drive the Future\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Eine leere Straße im Morgengrauen. Ein Fahrzeug startet, Scheinwerfer durchschneiden die Dunkelheit. Die Kamera zoomt auf die Hand des Fahrers, die entschlossen das Lenkrad greift.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Go advice, and keep it twice – wer den richtigen Weg kennt, bleibt vorne.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Ein Auto fährt dynamisch durch eine futuristische Stadt, Lichter spiegeln sich in der glänzenden Karosserie.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Come to my way, say to be pray – Innovation führt, der Rest folgt.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Szenenwechsel: Ein Offroad-Fahrzeug durchquert raues Gelände, Matsch spritzt auf, der Motor brüllt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Rückwärts nimmer, vorwärts immer – Fortschritt kennt keine Rückschritte.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Eine digitale Benutzeroberfläche erscheint auf einem hochmodernen Cockpit-Bildschirm. Daten werden analysiert, die Route optimiert.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Database in + – Intelligenz, die mit dir fährt.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Ein elegantes Fahrzeug meistert mit Präzision eine enge Kurve, als wäre es eins mit der Straße.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Quick sense thinking – Kontrolle auf höchstem Niveau.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Eine Familie lacht während der Fahrt, eine Hand streckt sich aus dem Fenster in den Wind, Freiheit spürbar.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Life in emotion + – Autofahren ist mehr als Bewegung, es ist ein Gefühl.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein junger Mensch steigt in sein Auto, die Musik startet, der Motor brummt – bereit für den Tag.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „School way to groove – mit Stil unterwegs, von Anfang an.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein Sportwagen fährt vor, das Design atemberaubend, alle Blicke sind auf ihn gerichtet.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „We show off – Leistung, die sich sehen lässt.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Ein elegantes Cabrio fährt bei Sonnenuntergang an der Küste entlang, das perfekte Zusammenspiel aus Technik und Emotion.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „New romantic – wo Design auf Leidenschaft trifft.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Zwei Autos stehen nebeneinander an einer Ampel. Der eine Fahrer grinst selbstbewusst, legt den Gang ein.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Trust me, mine is better in emotion – Fahrgefühl, das überzeugt.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 240-250\*\***

Mercedes - Better to use, better move, better chose get improved

Tesla - Überall einmalig

VW - Andere suchen auch nach

Ferrari - others search looking forwards

Everywhere All Unique True Once - E - AUTO

Tesla - Unique everywhere

Tesla - ignition into translation

Tesla - Driving pleasure

Tesla - Others are also looking

Tesla - A step towards elation

Ford - Forevermore

## **\*\*TV-Werbung: „The Drive of the Future\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Eine dynamische Kamerafahrt durch eine Stadt bei Nacht. Lichter spiegeln sich auf der glänzenden Oberfläche eines modernen Autos. Der Motor startet sanft, die digitale Anzeige leuchtet auf.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Better to use, better move, better choose – get improved.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Das Fahrzeug fährt lautlos durch urbane Straßen, vorbei an Menschen, die sich umdrehen und staunen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Überall einmalig – einzigartig in jeder Hinsicht.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Eine Gruppe von Menschen sucht nach dem perfekten Weg, nach dem nächsten großen Erlebnis. Die Kamera zoomt auf einen Fahrer, der bereits losfährt, seinem eigenen Ziel entgegen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Andere suchen auch nach – du hast es längst gefunden.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein elegantes Elektroauto gleitet über eine Panoramastraße, die Sonne spiegelt sich auf der Windschutzscheibe.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Everywhere all unique, true once – E-AUTO.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Der Fahrer drückt den Startknopf, das Display leuchtet auf, die Zukunft beginnt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Ignition into translation – Fahrgefühl in einer neuen Sprache.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Ein kurvenreicher Bergpass, ein leistungsstarkes Auto, das sich mühelos an die Straße schmiegt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Driving pleasure – pure Leidenschaft auf jeder Strecke.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein Blick aus der Vogelperspektive: Autos in der Stadt, auf Landstraßen, überall unterwegs.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Others are also looking – doch du bist schon angekommen.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein elektrisierender Moment: Ein Fahrer lächelt, gibt Gas, der Horizont öffnet sich.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „A step towards elation – jeder Kilometer bringt dich weiter.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Ein atemberaubender Sonnenuntergang, das Auto fährt in die Zukunft – ohne Grenzen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Forevermore – weil Fahren mehr ist als nur Bewegung.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 250-260\*\***

Ford - For every single day

Ford - Forward to the best

Ford - Four to door

McDonald - Being my self

McDonald - Above the rim

McDonald - Rounders are here

McDonald - Live life superb

McDonald - I am myself

## **\*\*TV-Werbung: „Drive Your Own Way\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Die Sonne geht auf, eine Stadt erwacht. Ein Auto startet sanft, die Kamera schwenkt auf den Fahrer, der entschlossen nach vorne blickt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „For every single day – dein Weg, deine Entscheidung.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Das Fahrzeug beschleunigt auf einer leeren Straße, die Welt zieht in fließender Bewegung vorbei.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Forward to the best – immer einen Schritt voraus.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Die Kamera zeigt einen eleganten Wagen vor einer offenen Tür, bereit für die nächste Fahrt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Four to door – komfortabel, kraftvoll, bereit für alles.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Szenenwechsel: Ein Fahrer mit selbstbewusstem Blick, die Hände am Lenkrad, das Ziel klar vor Augen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Being myself – weil wahre Freiheit beginnt, wenn du deinen eigenen Weg fährst.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Eine atemberaubende Perspektive: Ein Auto schwebt fast über eine kurvige Bergstraße, über den Wolken.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Above the rim – höher hinaus, weiter denken.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Eine Gruppe von Menschen steigt aus ihren Autos, trifft sich, lacht, feiert das Leben.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Rounders are here – zusammen, doch einzigartig.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein Roadtrip an der Küste, das Meer glitzert, der Fahrtwind bringt pure Energie.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Live life superb – genieße den Moment, jeden Tag.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Der Fahrer hält an, schaut in den Rückspiegel, dann nach vorne – mit einem Lächeln. Der Motor startet erneut.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „I am myself – fahr, wie du bist.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***



## **\*\*Marketing Slogans 260-270\*\***

McDonald - Magic Connect  
Google - pushing to the limit  
Google - the limit is nowhere  
Google - One can search with change  
Google - You can look for change

Google - One of the most powerful and easy way to search  
Google - Tell others about your impressions  
Google - your impressions, our way  
Google - we are Others above the rim  
Carmax - this it was it is

## **\*\*TV-Werbung: „Beyond the Limit\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Ein Finger tippt auf ein Display. Eine Suche beginnt. Daten fließen wie Lichtstrahlen durch ein digitales Netzwerk.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Magic Connect – alles ist nur einen Klick entfernt.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Eine rasante Kamerafahrt durch eine Metropole. Menschen in Bewegung, Technologie überall. Ein Auto beschleunigt auf einer offenen Straße.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Pushing to the limit – denn Grenzen existieren nur, wenn du sie setzt.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Perspektivwechsel: Ein Astronaut schwebt im All. Ein Surfer reitet die größte Welle. Ein Kletterer erreicht den höchsten Punkt eines Berges.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „The limit is nowhere – es gibt immer einen Schritt weiter.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein Suchfeld erscheint, Worte werden eingegeben. Die Ergebnisse verändern sich, neue Möglichkeiten entstehen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „One can search with change – wer sucht, findet mehr als Antworten.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Schnitt zu einem Stadtbild. Menschen schauen auf ihre Bildschirme, neugierig, erwartungsvoll.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „You can look for change – oder du wirst selbst zur Veränderung.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Eine beeindruckende Animation zeigt ein Netzwerk, das sich weltweit verbindet. Ein fließender Übergang zu realen Menschen, die miteinander interagieren.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „One of the most powerful and easy ways to search – intelligent, schnell, für alle.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein User teilt seine Erfahrungen, Lächeln, Begeisterung, ein Kommentar wird gepostet.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Tell others about your impressions – dein Wort zählt.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Eine Gruppe Menschen, die sich verbinden, austauschen, Ideen teilen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Your impressions, our way – gemeinsam gestalten wir die Zukunft.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Drohnenaufnahme über einer vibrierenden Stadt. Lichter, Energie, Bewegung.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „We are others above the rim – wir gehen weiter, wo andere aufhören.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Ein Blick in die Zukunft – Innovation, Technologie, Menschen, die sich weiterentwickeln.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „This is what it was. This is what it is. Und das ist erst der Anfang.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 270-280\*\***

Carmax - fuzer the max, power to use  
Carmax - you got chilly, get easy  
Carmax - flow to be unusual  
Carmax - is a great way to get a good feel for your maximum  
Carmax - fuzer the style, and we drive

Tyskie - is a great way  
Tyskie - and the other  
Tyskie - gramy daley  
Tyskie - is the best  
Tyskie - heart ever noted

## **\*\*TV-Werbung: „Fuze – Drive Beyond Limits\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Ein Auto startet. Die Scheinwerfer durchbrechen die Dunkelheit. Eine Nahaufnahme des Fahrers – konzentriert, bereit.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Fuze the max, power to use – maximale Leistung, wenn du sie brauchst.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Das Fahrzeug gleitet durch eine kurvenreiche Straße, mühelos, mit voller Kontrolle.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „You got chilly? Get easy – Komfort, der dich mitnimmt.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Szenenwechsel: Ein einzigartiges Design, ein stilvolles Interieur. Alles fließt, nahtlos und außergewöhnlich.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Flow to be unusual – weil anders besser ist.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Der Fahrer beschleunigt, spürt die Kraft, ein Lächeln auf den Lippen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „A great way to get a good feel for your maximum – spüre, was möglich ist.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Die Kamera schwenkt auf das Auto im Sonnenuntergang, das Logo glänzt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Fuze the style, and we drive – Design trifft Dynamik.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Ein Blick auf das digitale Cockpit – innovativ, intuitiv, intelligent.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „A great way – die Zukunft beginnt hier.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein Fahrer, eine Stadt, eine offene Straße – unendliche Möglichkeiten.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „And the other? Spielt keine Rolle mehr.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Schnitt auf eine legendäre Rennstrecke – Geschwindigkeit, Präzision, Adrenalin.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Gramy Daley – pure Performance, Tag für Tag.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Nahaufnahme: Eine Hand legt sich auf das Lenkrad, bereit für die nächste Fahrt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Is the best – weil nur das Beste zählt.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Der Herzschlag eines Motors, das Pulsieren der Geschwindigkeit. Die Kamera zoomt auf das Fahrerherz – voller Begeisterung.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Heart ever noted – spüre den Rhythmus der Straße.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 280-290\*\***

Tyskie - Orion Mantel  
Burger King - All correct, nice to eat  
Burger King - We are kingasaurus  
Burger King - Correct, to be there  
Burger King - eat, flush, groove

Coca Cola - Alles zu gut, nice to have  
Coca Cola - nice to have, all to well  
Coca Cola - All to well, Nice to have  
Coca Cola - Have to well, Nice all  
Coca Cola - to have to well, Nice to have

## **\*\*TV-Werbung: „Burger King – Mehr als nur Geschmack\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Nahaufnahme eines saftigen Burgers, frisch vom Grill. Der Käse schmilzt langsam über das Fleisch. Ein knackiger Salat fällt in Slow Motion auf das Brötchen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Orion Mantel – der Geschmack, der alles umhüllt.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Ein zufriedenes Lächeln, jemand beißt genüsslich in den Burger. Die Kamera schwenkt auf eine belebte Burger-King-Filiale.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „All correct, nice to eat – weil guter Geschmack einfach stimmt.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Eine Gruppe Freunde lacht, genießt ihre Mahlzeiten. Ein Kind trägt eine selbstgebastelte Krone.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „We are Kingasaurus – regiere den Hunger!“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein Tablett voller knuspriger Pommes, dampfender Burger und eisgekühlter Softdrinks.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Correct, to be there – genau das, was du brauchst.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Eine humorvolle Szene: Ein Gast nimmt den letzten Bissen seines Burgers, lehnt sich zurück, seufzt zufrieden.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Eat, flush, groove – der Rhythmus deines Genusses.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Eine Kamera schwenkt über verschiedene Menüs, von klassischen Burgern bis zu neuen Kreationen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Alles zu gut, nice to have – weil jede Wahl die richtige ist.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein Blick auf die zufriedenen Gäste. Lächeln, Gespräche, Genuss.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Nice to have, all to well – einfach gut, einfach Burger King.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Schwenk auf das ikonische Burger-King-Logo, das leuchtet.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Have to well, nice all – weil du es verdienst.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Letzte Einstellung: Ein Burger-King-Mitarbeiter reicht einem Gast sein Essen mit einem Lächeln.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „To have to well, nice to have – Willkommen bei Burger King.“

**\*\*Schwarzblende. Das Burger-King-Logo erscheint mit dem Slogan:\*\***

**\*\*„Have it your way.“\*\***

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 290-300\*\***

Red Bull - all correct, iceclear  
Red Bull - Ready to take off  
Red Bull - Hawkeye the first  
Google - all correct above the rim  
Google - Above all correct the rim

Google - all the rim correct above  
Google - all above the rim correct  
Fanta - kiss and hug me  
Fanta - fairytalento  
Fanta - your Participation

## **\*\*TV-Werbung: „Above the Rim – Bereit für den nächsten Schritt\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Ein Basketball springt in Zeitlupe auf den Boden. Ein Spieler blickt konzentriert nach oben – bereit für den Wurf.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „All correct, iceclear – der Moment, in dem alles passt.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Schnelle Schnitte: Ein Sprinter in den Startblöcken. Ein Jet hebt ab. Ein Gamer drückt den Startknopf.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Ready to take off – weil es jetzt beginnt.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Ein Adler kreist über den Wolken, ein scharfer Blick nach unten.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Hawkeye the first – sieh, was andere nicht sehen.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein Dunking in Zeitlupe. Der Ball durchbricht die Luft, trifft das Netz.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „All correct above the rim – höher, schneller, weiter.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Ein Schnitt auf ein Formel-1-Auto, das über die Ziellinie rast.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Above all correct the rim – wenn Perfektion keine Grenzen kennt.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Ein Skateboarder, der einen Trick über eine Rampe vollführt, während die Menge jubelt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „All the rim correct above – gewinne die Höhe.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Zwei Menschen umarmen sich, ein Lächeln, ein Moment der Freude.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Kiss and hug me – weil echte Verbindungen zählen.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Eine schimmernde Skyline bei Nacht. Magische Farben, pulsierende Energie.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Fairytalento – wo Träume Realität werden.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Ein Spotlight fällt auf eine wartende Bühne. Die Spannung steigt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Your Participation – du bist der Hauptakteur.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Eine Nahaufnahme: Ein Blick nach vorne, ein entschlossener Ausdruck. Ein Sprung in eine neue Dimension.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „All above the rim correct – bist du bereit?“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***



## **\*\*Marketing Slogans 300-310\*\***

Coca-Cola - Time to enjoy  
Coca-Cola - Time to rise  
Coca Cola - Talent of fairytale taste  
Coca Cola - Fairy taste talent

Coca Cola - taste talent tale  
VW - You drive better with us  
VW - From then to now  
VW - We understand them  
VW - Wir fahren mit!

## **\*\*TV-Werbung: „Fahr mit uns – Erlebe den Moment“\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Sonnenaufgang über einer leeren Straße. Ein Auto startet, sanftes Motorengeräusch.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Time to enjoy – genieße jede Fahrt, jeden Moment.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Nahaufnahme des Fahrers, der das Lenkrad festhält. Die Stadt erwacht zum Leben.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Time to rise – der Tag gehört dir.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Ein elegantes Dinner, ein stilvolles Ambiente. Jemand nimmt einen ersten Bissen, schließt die Augen, genießt den Geschmack.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Talent of fairytale taste – ein Erlebnis, das verzaubert.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Eine Fahrt entlang einer malerischen Küstenstraße. Das Licht spiegelt sich auf der Wasseroberfläche.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Fairy taste talent – jeder Moment ein Genuss.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Szenenwechsel: Ein sportliches Auto auf der Autobahn, Geschwindigkeit trifft Eleganz.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Taste talent tale – weil jede Fahrt eine Geschichte erzählt.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Ein Familienauto auf einer Reise, Kinder lachen auf der Rückbank, die Eltern genießen die Fahrt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „You drive better with us – Komfort und Sicherheit, die du spürst.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein Oldtimer neben einem modernen Elektroauto – Vergangenheit trifft Zukunft.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „From then to now – Innovation, die verbindet.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Szenenwechsel: Verschiedene Fahrer aus aller Welt, ein gemeinsames Ziel.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „We understand them – weil jede Reise einzigartig ist.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Eine Gruppe von Freunden steigt ins Auto, lacht, die Musik startet.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Wir fahren mit! – Mach dich bereit für das nächste Abenteuer.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 310-320\*\***

Samsung TV - Play only with unity

Samsung TV - circle on eyes

Samsung TV - Video Telekommunikation - Breitschnittstellenanzeigen

DFB - Wenn es die Zeit erlaubt

DFB - Die Zeitwendung kommt

DFB - Wir sind die Zeit

DFB - Wenns kommt, dann kommst

Automobil - be easy be move

Automobil - be move be easy

Automobil - moving by doing

## **\*\*TV-Werbung: „Die Zukunft der Kommunikation – Vernetzt in Bewegung\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Eine Gruppe von Freunden spielt ein Online-Game, ihre Stimmen hallen durch das Headset, das Team arbeitet perfekt zusammen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Play only with unity – weil echte Verbindung mehr als nur ein Spiel ist.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Nahaufnahme: Ein Auge reflektiert einen digitalen Kreis, der sich dreht – moderne Technologie trifft auf Menschlichkeit.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Circle on eyes – die Zukunft im Blick.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Ein nahtloser Videoanruf über verschiedene Geräte hinweg, gestochen scharf, ohne Verzögerung.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Video Telekommunikation – Breitschnittstellenanzeigen – grenzenlose Verbindungen, in Echtzeit.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Szenenwechsel: Menschen in verschiedenen Teilen der Welt, verbunden durch Technologie.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Wenn es die Zeit erlaubt – sind wir immer nah.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Ein digitaler Countdown läuft, eine neue Innovation wird enthüllt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Die Zeitwendung kommt – und wir gehen den nächsten Schritt.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Schnelle Schnitte: Menschen telefonieren, streamen, arbeiten, spielen – alles synchron.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Wir sind die Zeit – immer in Bewegung, immer vernetzt.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein Messenger-Ton ertönt. Eine Nachricht wird versendet und kommt sofort an.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Wenn’s kommt, dann kommt’s – und zwar sofort.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Eine Person steigt auf ein futuristisches E-Bike, der Bildschirm des Smartphones zeigt eine nahtlose Routenführung.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Be easy, be move – Kommunikation, die mit dir geht.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Szenenwechsel: Eine Familie auf einer virtuellen Konferenz, ein Geschäftsmann auf einer smarten Brille, ein Gamer in VR.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Be move, be easy – weil Verbindung keine Grenzen kennt.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Eine Weltkarte mit leuchtenden Verbindungslinien – das Netzwerk lebt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Moving by doing – gemeinsam in die Zukunft.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 320-330\*\***

Automobil - moving mind  
Automobil - do moving we doing  
Huawei - grow up its a shine  
Huawei - let the shine through  
Huawei - up shine grow to

Nike - Just chill.  
Nike - get chilly, make easy  
Nike - grove to grow  
Nike - dip it to hot  
Nike - king mak3 it

## **\*\*TV-Werbung: „Beweg dich. Lebe. Strahle.“\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Ein junger Mensch steht früh morgens auf, öffnet das Fenster, atmet tief ein. Die Stadt erwacht.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Moving mind – Bewegung beginnt im Kopf.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Schnelle Schnitte: Menschen auf Fahrrädern, Jogger im Park, Tänzer auf der Bühne.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Do moving, we doing – gemeinsam in Bewegung.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Ein Sonnenstrahl bricht durch die Wolken, trifft das Gesicht eines Kindes, das lacht.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Grow up, it’s a shine – wachse über dich hinaus.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein Sportler läuft ins Ziel, die Menge jubelt. Eine Person erreicht ihr Ziel auf einer digitalen Karte.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Let the shine through – Erfolg beginnt mit dem ersten Schritt.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Ein Skateboarder springt über eine Rampe, ein Surfer reitet eine Welle.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Up, shine, grow to – immer weiter, immer höher.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Szenenwechsel: Eine Gruppe Freunde entspannt am Strand, genießt den Moment.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Just chill – weil das Leben Balance braucht.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein eiskaltes Getränk wird eingeschenkt, Eiswürfel klirren.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Get chilly, make easy – erfrisch dich, mach’s dir leicht.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Eine Pflanze wächst in Zeitraffer, ein DJ legt auf, die Musik pulsiert.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Grove to grow – Bewegung schafft Veränderung.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Ein heißes Gericht wird serviert, dampfend, perfekt gewürzt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Dip it to hot – genieße den Moment.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Eine Krone erscheint im Licht, eine Silhouette tritt nach vorne.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „King mak3 it – du bestimmst deinen Weg.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 330-340\*\***

Nike - Just g3t grove  
Nike - Nice to hav3  
Nike - Nice to have, just chill.  
Coca Cola - She me. Kiss  
Coca Cola - Girlfire

Coca Cola - Check the love  
Coca Cola - You and I  
Coco Cola - I move to someone  
Coca Cola - Someone move it  
Coca Cola - Be it love

## **\*\*TV-Werbung: „Feel the Vibe. Live the Moment.“\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Eine pulsierende Stadt bei Nacht. Lichter spiegeln sich auf nassem Asphalt, Musik vibriert in der Luft.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Just g3t grove – spür den Rhythmus, folg dem Beat.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Eine Gruppe Freunde sitzt entspannt am Strand, lacht, genießt den Moment.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Nice to hav3 – denn die besten Dinge sind einfach.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Eine Hand greift nach einem eiskalten Drink, Sonnenstrahlen brechen durch die Szenerie.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Nice to have, just chill – lehn dich zurück, spür die Freiheit.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein kurzer Blickkontakt in einer vollen Bar. Ein Lächeln. Ein Kuss in der Nacht.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „She me. Kiss – ein Moment, der bleibt.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Ein Feuerwerk explodiert am Himmel, jemand nimmt eine Hand, sie laufen lachend los.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Girlfire – wenn Funken fliegen, wird’s magisch.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Ein Smartphone-Display: Eine neue Nachricht leuchtet auf. „Check the love.“ Herzklopfen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Check the love – spür, was wirklich zählt.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein Paar tanzt unter Straßenlaternen, verloren im Moment.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „You and I – zwei Herzen, eine Geschichte.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein Blick aus dem Autofenster, die Stadt zieht vorbei, ein Ziel noch unbekannt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „I move to someone – weil das Leben Begegnung ist.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Lächelnde Gesichter, Hände reichen sich, Energie fließt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Someone move it – alles beginnt mit einem Schritt.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Eine herzförmige Lichterkette leuchtet auf, die Musik verstummt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Be it love – lebe, liebe, fühle.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***



## **\*\*Marketing Slogans 340-350\*\***

Coca Cola - Kiss me show, love it be

Fanta - Love in my mind

Coca Cola - turn around

Sprite - be unusual

Mezo Mix - Kiss and hug me

Coca Cola - Always take in trust feeling

Pepsi - Everyone has to be Somehow

Coca Cola - In terms of vitality

Coca Cola - More crazy then ever

Coca Cola - Makes you feel a live

## **\*\*TV-Werbung: „Feel the Love. Live the Moment.“\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Eine nächtliche Skyline. Weiche Lichter spiegeln sich in den Fenstern. Zwei Menschen stehen sich gegenüber, ein Moment voller Spannung.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Kiss me show, love it be – wenn ein Blick mehr sagt als tausend Worte.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Nahaufnahme: Ein Herzschlag, ein Lächeln im Kerzenschein.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Love in my mind – weil Liebe überall beginnt.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Eine spontane Drehung – zwei Menschen tanzen barfuß am Strand, lachen, verlieren sich im Moment.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Turn around – lass das Leben dich mitreißen.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Eine junge Frau läuft durch den Regen, Arme weit ausgebreitet, völlig frei.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Be unusual – die besten Geschichten entstehen, wenn du anders bist.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Nahaufnahme: Ein sanfter Kuss, ein herzlicher Moment. Hände, die sich finden.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Kiss and hug me – weil Nähe alles bedeutet.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Schneller Szenenwechsel: Freunde feiern, ein Roadtrip bei Sonnenaufgang, tiefe Gespräche bis in die Nacht.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Always take in trust feeling – Vertrauen führt dich dorthin, wo das Leben beginnt.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Bunte Straßenlichter, ein fahrendes Cabrio, lachende Gesichter im Rückspiegel.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Everyone has to be somehow – wir alle hinterlassen Spuren.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein Sprung ins kalte Wasser, ein Adrenalinkick. Ein Lächeln, das den Moment einfängt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „In terms of vitality – spüre, dass du lebst.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Ein wildes Konzert, Hände in die Luft, pure Ekstase.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „More crazy than ever – weil das Leben nur in Extremen gefühlt wird.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Schwarzblende. Nur eine leuchtende Silhouette bleibt zurück, dann ein tiefer Atemzug.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Makes you feel alive – fühl es, leb es, sei es.“

**\*\*Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 350-360\*\***

Coca Cola - Kiss me show, love it be

Fanta - Love in my mind

Coca Cola - turn around

Sprite - be unusual

Mezo Mix - Kiss and hug me

Coca Cola - Always take in trust feeling

Pepsi - Everyone has to be Somehow

Coca Cola - In terms of vitality

Coca Cola - More crazy then ever

Coca Cola - Makes you feel a live

## **\*\*TV-Werbung:**

### **„Taste the Feeling – Erlebe den Moment.“**

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Eine warme Sommernacht. Eine Gruppe Freunde sitzt am Lagerfeuer, Musik spielt leise im Hintergrund. Zwei Blicke treffen sich, ein sanftes Lächeln.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Coca Cola – Kiss me show, love it be. Denn die besten Momente beginnen mit einem Funken.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Eine junge Frau fährt mit dem Fahrrad durch eine blühende Allee, den Kopf in den Himmel gereckt, die Augen voller Glück.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Fanta – Love in my mind. Spüre die Leichtigkeit des Augenblicks.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Ein Paar dreht sich lachend im Kreis auf einer Tanzfläche, umgeben von bunten Lichtern.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Coca Cola – Turn around. Manchmal reicht eine kleine Drehung, um Großes zu entdecken.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein junger Mann springt von einer Klippe ins Wasser, das Adrenalin spürbar, das Lachen ansteckend.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Sprite – Be unusual. Die besten Geschichten entstehen, wenn du anders bist.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Zwei Freunde umarmen sich nach langer Zeit der Trennung, ein ehrliches Lächeln, echtes Gefühl.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Mezzo Mix – Kiss and hug me. Manche Dinge sind einfach unvergleichlich.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Schnelle Schnitte: Roadtrip durch endlose Straßen, Sonnenuntergang über einer Großstadt, lachende Gesichter am Meer.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Coca Cola – Always take in trust feeling. Vertraue auf den Moment, er gehört dir.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein Konzert, die Menge tobt, Musik, die vibriert, Hände in die Luft.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Pepsi – Everyone has to be somehow. Jeder hat seine eigene Geschichte – lebe deine.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein Athlet sprintet ins Ziel, das Publikum jubelt, Schweiß und Glück verschmelzen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Coca Cola – In terms of vitality. Energie, die dich antreibt.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Ein Festival, bunte Farben, Lichter, ekstatische Freude.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Coca Cola – More crazy than ever. Weil das Leben intensiver ist, wenn du es fühlst.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Ein letzter Schluck, Augen schließen, genießen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Coca Cola – Makes you feel alive. Jeder Moment zählt.“

**\*\*Schwarzblende. Das Coca-Cola-Logo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 360-370\*\***

Jack Daniel - A Privilege to Enjoy

Jack Daniel - Harmonie in extraction, Old to be New

Jack Daniel - Cast me now, I'm your Daydream

Jack Daniel - Don't waste anything, I'm speaking now

Jack Daniel - Don't avoid me, check my Editor choice Edition

Jack Daniel - Oh... Wait. I'm on the mission

Jack Daniel - It'll be OK, I'm on my Way

Jack Daniel - Take a look Around, Believe the taste of ME

Jack Daniel - What I have to Do, taste else for You

Jack Daniel - Bring me back, here me To night

## **\*\*TV-Werbung:**

### **„Taste the Moment – Feel the Difference.“**

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Ein elegantes Dinner bei Kerzenschein, sanfte Musik im Hintergrund. Eine Hand greift nach einem Glas, ein erwartungsvoller Blick.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „A privilege to enjoy – manche Dinge sind mehr als ein Genuss.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Schneller Schnitt: Ein Barista gießt Kaffee mit perfekter Latte-Art, eine antike Uhr tickt, alte Vinylplatten drehen sich.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Harmonie in extraction – wenn das Alte neu erstrahlt.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Eine junge Frau schließt die Augen, lässt sich von der Musik treiben, ein Lächeln auf den Lippen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Cast me now, I'm your daydream – verliere dich in dem, was du liebst.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein belebter Markt, exotische Düfte, frische Früchte werden aufgeschnitten, die Farben leuchten.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Don't waste anything – wahre Qualität verdient es, gefeiert zu werden.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Ein Schriftsteller tippt leidenschaftlich an seiner Schreibmaschine, überdenkt jedes Wort, löscht, beginnt neu.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Don't avoid me – check my Editor's Choice Edition.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Ein Sportler zieht sich die Kapuze über, atmet tief durch, startet seinen Sprint im ersten Licht des Morgens.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Oh... Wait. I'm on the mission – dein Moment beginnt jetzt.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein Auto fährt durch eine verlassene Küstenstraße, die Sonne geht langsam unter, Freiheit liegt in der Luft.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „It'll be OK, I'm on my way – manchmal ist der Weg das Ziel.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein gedeckter Tisch, Freunde stoßen an, lachen, genießen den Moment.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Take a look around – believe the taste of me.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Ein Mann hält einen duftenden Kaffee in der Hand, schließt die Augen, nimmt einen ersten Schluck.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „What I have to do? Taste else for you.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Ein Konzert, ein funkelnder Nachthimmel, jemand schließt die Augen, atmet tief ein.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Bring me back – hear me tonight.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 370-380\*\***

Jack Daniel - Now... or never

Jack Daniel - Believe my Balance or go Home

Jack Daniel - Your the best Taste, that ever been mind in strong

Jack Daniel - Save the Day, Bring a new One

Jack Daniel - Who's anyway, My plasure

Jack Daniel - Story of Taste, does, how we Do

Jack Daniel - Trust me, natural way in Perfection

Jack Daniel - I got no rules, I got it

Jack Daniel - Brave Taste in honor of Names

Jack Daniel - I need encore y'all, you should welcome back

## **\*\*TV-Werbung:**

### **„Taste the Moment – The Choice is Yours.“\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Eine pulsierende Stadt bei Nacht. Eine Person steht vor einem leuchtenden Schild, atmet tief ein. Die Musik wird lauter.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Now... or never. Der Moment gehört dir.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Eine Hand greift nach einem Glas, hebt es in die Luft, Freunde stoßen an, lachen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Believe my balance or go home – wer den echten Geschmack kennt, bleibt.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Ein Barista gießt langsam einen frischen Espresso ein, der Duft steigt in die Luft.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Your the best taste, that ever been mind in strong – intensiv, vollmundig, unvergesslich.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein Sonnenaufgang über einer ruhigen Küstenstraße, ein Cabrio fährt entlang, eine Hand aus dem Fenster, Freiheit spürbar.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Save the day – bring a new one. Jeder Tag ist eine neue Chance.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Szenenwechsel: Ein Koch bereitet mit Leidenschaft ein Gericht zu, streut frische Kräuter darüber.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Who's anyway? My pleasure. Genuss ist nicht nur Geschmack – es ist ein Erlebnis.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Schnelle Schnitte: Ein tropfender Eiskaffee, sprudelndes Mineralwasser, zart schmelzende Schokolade.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Story of taste – that’s how we do.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein Bauer pflückt frische Orangen, das Licht der Morgensonne fällt auf seine Hände.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Trust me – natural way in perfection.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein junger Musiker auf der Bühne, das Publikum tobt, der Bass vibriert.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „I got no rules – I got it.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Eine feierliche Gala, edle Gläser, eine Rede, die Applaus auslöst.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Brave taste – in honor of names.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Eine letzte Einstellung: Ein Mikrofon wird auf die Bühne gelegt, die Menge jubelt, Lichter flackern.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „I need encore y’all – you should welcome back.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Ende.\*\***



## **\*\*Marketing Slogans 380-390\*\***

Jack Daniel - Don't blame me, love make me taste to you

Jack Daniel - Electrified, we will turning up in taste

Jack Daniel - Everytime, you Come to me, Around

Jack Daniel - DO WHAT YOU LIKE, TASTE THE

Google - Keep on Riding, Amazing in Motion

Coca Cola - Amazing in intentions

VW - So now it is

Coca Cola - Feel good. Wonderful in Incredible

Pepsi - You make me better

Cafe - Hot will I am, only on me

## **\*\*TV-Werbung:**

### **„Taste the Moment – Feel the Energy“**

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Dunkle Nacht, eine Stadt erwacht, Neonlichter spiegeln sich in den Straßen. Eine Person öffnet eine Flasche, der erste Schluck prickelt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Don't blame me – love makes me taste to you.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Ein Club, Bass vibriert, Freunde tanzen, Lichter flackern. Eine Hand hebt ein Glas, Lachen erfüllt die Luft.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Electrified – we're turning up in taste.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Eine lange Straße, ein Motorrad fährt mit voller Geschwindigkeit dem Sonnenaufgang entgegen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Keep on riding – amazing in motion.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein Blick durch eine Fensterscheibe: Ein Barista gießt langsam heißen Kaffee ein, die Wärme steigt auf.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Hot will I am – only on me.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Szenenwechsel: Eine junge Frau nimmt einen Schluck, lehnt sich entspannt zurück, ein Lächeln auf den Lippen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Feel good – wonderful in incredible.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Ein Blick aus einem fahrenden Auto, Hände aus dem Fenster, der Wind trägt die Freiheit mit sich.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „So now it is.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Schnelle Schnitte: Ein eiskaltes Getränk perlt an der Oberfläche, sprudelndes Wasser trifft auf frische Zitronen, ein Toast unter Freunden.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Do what you like – taste the moment.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „You make me better.“

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 390-400\*\***

Coca Cola - Just chillin, have a break  
Fanta - In Action, Welcome around  
Pepsi - I'm only. Only with you  
Coca Cola - Gerne bin ich hier. Mit Dir  
Huawei - My feeling Shining on You

Google Maps - Spur des Randes nicht vergessen und nochmal die Gegend checken  
Google - Bitte Spurten nicht vergessen  
Google - Jam the experience, to bring Search back  
General Motors - Stark für andere, Erfahrung die zählt  
KIA - Grab your Code, get the Keys

## **\*\*TV-Werbung:**

### **„Feel the Moment – Live the Experience“**

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Eine Stadt im Sonnenuntergang, Menschen sitzen entspannt in einem Straßencafé. Eine Hand greift nach einem kühlen Getränk.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Just chillin’ – have a break.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Szenenwechsel: Eine Skateboarderin fährt durch die Straßen, springt über eine Rampe, die Kamera fängt den Moment in Zeitlupe ein.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „In Action – welcome around.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Ein Blickwechsel: Zwei Freunde lachen, stoßen an, das Licht der Stadt spiegelt sich in ihren Gläsern.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Ich bin hier – mit dir.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein Roadtrip durch die Berge, der Fahrtwind rauscht durch offene Fenster, Musik spielt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „My feeling – shining on you.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Ein digitaler Code wird eingescannt, ein Türschloss klickt auf, eine neue Welt öffnet sich.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Grab your code – get the keys.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Schnelle Schnitte: Ein Konzert, ein Sportereignis, ein Abenteuer im Freien. Menschen erleben den Moment.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Jam the experience – to bring search back.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein letztes Bild: Ein Lächeln, eine Umarmung, eine Nacht voller Erinnerungen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Stark für andere – Erfahrung, die zählt.“

**\*\*Schwarzblende. Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Sprecher:\*\*** „Live the moment. Feel the experience.“

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 400-410\*\***

Pepsi Cola - Simple ways to use my Taste  
Scobby Doo - We think different in tempo temptations  
Pepsi - I just want you to know, this is my Flave  
VW - Turn me On, weird Vision  
Tiktok - Get the clip, just another one

Coca Cola - Realize the taste, never leave me Alone  
Coca Cola - Get a Coke, Get closer  
Coca Cola - OH Ha, upbeat to refresh  
Miauto - Nice That You're Here  
Pepsi Cola - Hurry Up. I'm waiting

## **\*\*TV-Werbung:**

### **„Taste the Moment – Feel the Beat“**

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Eine warme Sommernacht, Freunde sitzen am Strand, Lichterketten leuchten, Musik spielt leise im Hintergrund. Eine Hand greift nach einem eisgekühlten Getränk.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Simple ways to use my taste.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Szenenwechsel: Ein DJ dreht an den Reglern, der Beat steigt, die Menge bewegt sich im Takt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „We think different – in tempo temptations.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Nahaufnahme: Eine Person nimmt einen Schluck, schließt die Augen, genießt den Moment.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „I just want you to know – this is my flave.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Lichter flackern, Neonfarben strahlen, eine junge Frau tanzt durch die Straßen, Kamera in Slow-Motion.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Turn me on – weird vision.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Ein rasanter Schnitt: Eine Hand greift nach einem Clip an der Jacke, eine Cola-Dose öffnet sich mit einem Zischen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Get the clip – just another one.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Blick von oben: Ein Konzert, tausende Hände in der Luft, das Lichtspiel ist elektrisierend.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Oh ha – upbeat to refresh!“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Eine Flasche Cola wird auf einen Tisch gestellt, zwei Menschen lächeln sich an, Kamera zoomt langsam zurück.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Get a Coke – get closer.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Eine Tür öffnet sich, eine Überraschungsparty, Freude liegt in der Luft.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Nice that you’re here.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Schneller Schnitt: Ein letzter Blick, das Leben pulsiert, die Nacht ist jung.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Hurry up – I’m waiting.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Sprecher:\*\*** „Taste the moment – feel the beat.“

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 400-410\*\***

Pepsi - Come and get ME

Coca Cola - One and Only

VW - Jam the modjo, Ladies

VW - Relax your Mind, I rock with you

Coca Cola - Strong in the Urge to Experience, stay Active

Sprite - Because of You, I feel for You

Coca Cola - Experience in Design, Doing Good What Counts

Pepsi Cola - To the Rescuer. Here I am

Pepsi - Sundisk in my heart

Coca Cola - Wonderful to be in Incredible

## **\*\*TV-Werbung: „Feel the Moment – Live the Vibe\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Eine vibrierende Stadt bei Nacht, Neonlichter spiegeln sich auf nassen Straßen, die Kamera folgt einer Person, die mit selbstbewusstem Schritt durch die Menge geht.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Come and get me.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Ein exklusiver Club, gedämpftes Licht, der Beat pulsiert – die Menge bewegt sich im Rhythmus.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „One and only.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Szenenwechsel: Eine Gruppe von Freundinnen lacht, stößt an und tanzt ausgelassen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Jam the modjo, Ladies.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Eine Nahaufnahme: Ein tiefer Atemzug, Augen schließen, der Moment genießen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Relax your mind – I rock with you.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Schnelle Schnitte: Menschen beim Surfen, Skaten, auf der Bühne – das Leben in Bewegung.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Strong in the urge to experience – stay active.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Eine Hand greift nach einem eiskalten Drink, Sonnenstrahlen reflektieren im Glas.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Because of you – I feel for you.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein ikonisches Designobjekt, ein perfekter Schnitt, Handwerkskunst in jedem Detail.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Experience in design – doing good what counts.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Eine Tür öffnet sich, ein Sonnenaufgang, ein neuer Tag voller Möglichkeiten.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „To the rescue – here I am.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Eine Kamera schwenkt nach oben, der Himmel färbt sich golden, das Leben pulsiert.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Sundisk in my heart.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Ein finales Lächeln, ein Moment des puren Glücks, ein letztes Aufblitzen von Licht.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Wonderful to be in incredible.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Sprecher:\*\*** „Feel the moment – live the vibe.“

**\*\*Ende.\*\***



## **\*\*Marketing Slogans 410-420\*\***

Fanta - Compact, Cute and Awesome  
Coca Cola - Design to be in Crush  
Fanta - Boogie Hoogie Boogie  
Ford - It's forward, no turning back, a miracle  
Coca Cola - I am your summer fairy tale

Fanta - Freaky funtastic Taste  
Fanta - Boom in. Hypnotische Fantasie  
Sprite - Have the change of love ready  
Coca Cola - All eyes are on me, chin up  
Coca Cola - Unforgettable in the sense of faithful taste

## **\*\*TV-Werbung:**

### **„Unforgettable Moments – Taste the Magic“**

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Eine sonnige Strandpromenade, lachende Menschen, die Wellen schlagen sanft ans Ufer. Eine Person nimmt einen erfrischenden Schluck aus einer Flasche.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Compact, cute and awesome.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Szenenwechsel: Eine lebhafte Stadt bei Nacht, Neonlichter leuchten, Musik pulsiert, jemand tanzt ausgelassen auf der Straße.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Boogie Hoogie Boogie.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Ein schnelles Auto fährt eine kurvenreiche Straße entlang, der Wind weht durchs offene Fenster, der Fahrer lacht.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „It's forward, no turning back – a miracle.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein Sonnenuntergang am Meer, zwei Freunde stoßen mit eisgekühlten Getränken an, genießen den Moment.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „I am your summer fairy tale.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Eine Nahaufnahme: Ein Glas voller sprudelnder Frische, Eiswürfel klirren, ein Tropfen Kondenswasser läuft langsam an der Flasche entlang.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Freaky funtastic taste.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Szenenwechsel: Ein pulsierender Club, hypnotische Beats, tanzende Menschen in bunten Lichtern.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Boom in – hypnotische Fantasie.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein unerwarteter Moment: Jemand schenkt einem Fremden ein Lächeln, eine kleine Geste verändert den Tag.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Have the change of love ready.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Eine Nahaufnahme: Ein selbstbewusster Blick in den Spiegel, ein Lächeln, dann ein Schritt hinaus in die Welt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „All eyes are on me – chin up.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Langsamer Zoom auf eine Gruppe von Freunden, die gemeinsam einen besonderen Moment genießen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Unforgettable – in the sense of faithful taste.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Sprecher:\*\*** „Taste the magic. Live the moment.“

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 420-430\*\***

Coca Cola - I like you, you will be better on my side

Pepsi - How to end up, the happy day

Coca Cola - Grow up with me and just be yourself

Ford - Flash forward in Time

DAM - What a Kiss, shake it off

Damien & Marcin - Roll A Dice, and do it nice before I do it twice

Twitter - You run, I follow

Tyskie - The Cud, happy new refresh

Coca Cola - Sense me in the sun

Pepsi - Swing cosmic, to Laugh

## **\*\*TV-Werbung:**

### **„Feel the Moment – Live the Energy“**

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Ein sonniger Morgen, eine Person öffnet das Fenster, atmet tief ein und lächelt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „I like you – you will be better on my side.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Eine Gruppe Freunde lacht gemeinsam, sie fahren Skateboard durch die Straßen, springen über Bordsteine.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „How to end up – the happy day.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Szenenwechsel: Ein Konzert, das Publikum springt im Rhythmus der Musik, die Energie ist spürbar.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Grow up with me – and just be yourself.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein schneller Schnitt: Ein Sportler rennt, eine Tänzerin dreht sich, eine Welle bricht, ein Auto beschleunigt auf einer offenen Straße.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Flash forward in time.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Nahaufnahme: Eine Hand greift nach einer eisgekühlten Flasche, öffnet sie, das Zischen ist zu hören.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „What a kiss – shake it off.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Eine junge Frau wirft einen Würfel auf den Tisch, er landet auf der Sechs, alle jubeln.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Roll a dice – and do it nice before I do it twice.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein schneller Lauf durch eine Stadt, jemand dreht sich um, lächelt – eine Verfolgung beginnt spielerisch.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „You run – I follow.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein erfrischendes Getränk wird eingeschenkt, die Bläschen steigen nach oben, jemand nimmt einen ersten Schluck.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „The Cud – happy new refresh.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Sonnenstrahlen scheinen durch die Bäume, eine Person schließt die Augen, spürt die Wärme.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Sense me in the sun.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Ein Nachtmarkt mit bunten Lichtern, eine Achterbahn rast durch die Dunkelheit, Menschen lachen laut.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Swing cosmic – to laugh.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Sprecher:\*\*** „Feel the moment. Live the energy.“

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 430-440\*\***

Ford - Feel good, with Momentum

Ford - Es geht vorwärts

Pepsi - Give momentum and swing with the wave

Daimler - Anders denken, in schönen Dingen

Peugeot - Think by the class +

VW - It's counting, the one, Are you ready...

Honda - Keep on rising, in horizon

MAN - The greatness I ever seen

Ford - Strong for Others

Fanta - Raise myself for a good vibe

## **\*\*TV-Werbung: „Momentum – Feel the Rise\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Die Morgensonne bricht durch die Wolken, eine Person macht ihren ersten Schritt in den Tag, voller Energie.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Feel good, with Momentum.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Ein schneller Übergang zu einer Straßenkreuzung, Autos fahren in alle Richtungen, eine neue Richtung wird eingeschlagen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Es geht vorwärts.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Menschen tanzen in einem Park, die Musik pulsiert im Hintergrund, die Menschen bewegen sich im Rhythmus der Zeit.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Give momentum and swing with the wave.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein frischer Wind weht durch eine Blumenwiese, eine Gruppe von Freunden unterhält sich, schaut sich die Schönheit der Welt an.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Anders denken, in schönen Dingen.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Eine Nahaufnahme: Jemand schließt die Augen und denkt nach, dann ein entschlossener Blick nach vorn.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Think by the class +.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Ein spektakulärer Sonnenaufgang über den Bergen, eine Person steht am Rand des Abgrunds, den Blick nach vorne gerichtet.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „It’s counting, the one – Are you ready...?“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Der Horizont leuchtet golden, ein Flugzeug zieht seine Spur durch den Himmel, die Freiheit spürbar.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Keep on rising, in horizon.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein schnell laufendes Auto fährt über eine weite Straße, der Wind bläst, die Landschaft zieht an einem vorbei.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „The greatness I ever seen.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Eine Gruppe von Menschen hilft zusammen, ein gemeinsames Ziel zu erreichen, sie schwingen sich gegenseitig nach oben.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Strong for others.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Eine Person steht auf einem Berggipfel, die Arme ausgebreitet, voller Energie und positiver Ausstrahlung.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Raise myself for a good vibe.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Sprecher:\*\*** „Momentum. Feel the rise.“

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 440-450\*\***

Ford - We build. Reinforcement

Audi - This like in Perfection. FLAWLESS techniques

BMW - Glauben Sie, was mächtig ist

Toyota - To start in Advance

VW - Another idea...

Mercedes Benz - I don't care, I'll drive her crazy

VW - Spend a Lifetime. In passion Sense

VW - Ask about ME!

VW - Geheimnisvoller Power Apparat

Coca Cola - Cool what you do, where are you now!

## **\*\*TV-Werbung: „We Build. Reinforcement\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Eine weitläufige Baustelle, Baukräne bewegen sich präzise, Arbeiter koordinieren sich in perfektem Einklang.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „We build. Reinforcement. Mit FLAWSLESS Techniken.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Detaillierte Nahaufnahme von feinstem Material, das sorgfältig verarbeitet wird. Ein Handwerker stellt das letzte Puzzlestück an seinem Werkstück ein.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „This like in Perfection. FLAWLESS Techniken.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Ein beeindruckendes Gebäude entsteht aus dem Nichts. Jeder Schritt ist von Kraft und Entschlossenheit getragen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Glauben Sie, was mächtig ist.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein innovativer Designer stellt sein neuestes Werk vor, während Ideen auf einem Bildschirm zum Leben erwecken.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „To start in advance. Another idea...“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Ein Auto fährt elegant und kraftvoll durch die Nachtstraßen, der Fahrer selbstbewusst und entschlossen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „I don't care, I'll drive her crazy.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Eine Person lässt sich vom Wind tragen, die Sonne geht unter, während die Kamera eine entspannte Szene einfängt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Spend a lifetime. In passion sense.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Der Bildschirm wird schwarz. Auf einem geheimnisvollen Bildschirm erscheinen nur Worte: „Ask about me!“)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Ask about me!“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein Blick in ein futuristisches Labor, Maschinen arbeiten präzise, als ob sie einen geheimen Plan ausführen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Geheimnisvoller Power Apparat.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Ein junger, dynamischer Mensch steht vor einem beeindruckenden Stadtbild, der Blick voller Selbstbewusstsein.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Cool what you do, where are you now!“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Sprecher:\*\*** „We build. Reinforcement.“

**\*\*Ende.\*\***



## **\*\*Marketing Slogans 450-460\*\***

Pepsi - Power of magic, feel the fate

Coca Cola - Make magical flawless

Nike - More than just Curves

Pepsi - My groove is Flawless

Coca Cola - One Moment in Time

VW - Schöpfung in Perfektion. Wie kein Anderer

VW - We Follow the People's Emotions. Like no other

VW - Like no other. Perfection in Automobil Emotions

VW - PASSION IN E MOTION

Coca Cola - Let the groove, realse your Mind

## **\*\*TV-Werbung: „The Power of Magic\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Eine majestätische, mystische Landschaft wird von magischem Licht durchzogen. Ein glänzendes Fahrzeug fährt mit Eleganz durch die Szenerie, die Luft scheint zu vibrieren.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Power of magic, feel the fate. Make magical flawless.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Das Auto fährt durch eine kurvice Straße, die Kamera folgt den sanften Linien und der dynamischen Bewegung. Der Fahrer wirkt fokussiert und voller Energie.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „More than just curves. My groove is flawless.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Schnitt zu einer strahlenden Cola-Flasche, die in einem erfrischenden Moment geöffnet wird. Blasen steigen auf und der Moment wird eingefangen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Coca-Cola – One moment in time.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Wieder ein atemberaubendes Auto, jetzt in einer futuristischen Stadt, das Fahrzeug wird von fließenden Lichtern umgeben.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Schöpfung in Perfektion. Wie kein Anderer.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Die Kamera zoomt auf die Menschen, die die Straßen entlanggehen. Die Emotionen und ihre Bewegungen spiegeln sich in der Musik wider. Der Verkehr und die Stadt pulsen im Takt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „We follow the people's emotions. Like no other.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Ein Auto fährt mit Höchstgeschwindigkeit durch einen Tunnel. Die Lichter blitzen auf, der Fahrtwind wirbelt den Staub auf.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Like no other. Perfection in automobil emotions.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein starker, dynamischer Moment: Eine Tanzfläche, auf der die Energie der Musik und der Bewegung die Zuschauer fesselt. Der Groove entfaltet sich in der Luft.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „PASSION IN E MOTION. Let the groove, release your mind.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Das Auto hält an einem malerischen Aussichtspunkt an, der Fahrer steigt aus, um den Sonnenuntergang zu betrachten. Eine Verbindung zwischen Mensch und Natur wird spürbar.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „The power of magic, in every move. In every moment.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Sprecher:\*\*** „Make your move. Make it flawless.“

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 460-470\*\***

Pepsi - Lächle in magischer Liebe  
Pepsi Cola - Say what you want, catch and grab the taste  
Coca Cola - Founded to be, feel in Love  
Coca Cola - Pop me to Beat  
Pepsi - Catch the smile, for sure and real

Coca Cola - When you walk a move  
Coca Cola - Catch the feeling  
Pepsi - Changes in my life, I got you by my side  
Corona Extra - All in Perfection  
Pharao - Never fak the Fakir

## **\*\*TV-Werbung: „Magische Momente“\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Eine atemberaubende Landschaft bei Sonnenuntergang. Eine Person läuft durch einen weiten Park, umgeben von der ruhigen Schönheit der Natur.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Lächle in magischer Liebe.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Schnitt zu einer Gruppe von Freunden, die zusammen an einem Tisch lachen und die Zeit genießen. Der Geschmack eines frischen Getränks wird in Zeitlupe eingefangen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Say what you want, catch and grab the taste.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Eine Person steht vor einem großen Fenster und schaut hinaus, die Sonne bricht durch die Wolken. Der Blick ist tief und nachdenklich, erfüllt von Gefühl.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Founded to be, feel in love.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Eine energiegeladene Szene, in der jemand auf der Tanzfläche „poppt“, der Rhythmus durch ihren Körper fließt. Der Beat verbindet sie mit der Musik.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Pop me to beat.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Eine Nahaufnahme eines echten Lächelns, das auf einem Gesicht aufblüht. Die Kamera fängt die Authentizität und die Freude des Moments ein.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Catch the smile, for sure and real.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Schnitt zu einer Szene, in der jemand mit sicherem Schritt durch die Stadt geht, das Vertrauen in sich selbst ist spürbar.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „When you walk a move, catch the feeling.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Die Kamera folgt einem Paar, das Hand in Hand läuft, dabei die Welt um sich herum vergessen hat.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Changes in my life, I got you by my side.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Der Moment der Perfektion. Alles scheint in Einklang zu sein – das Leben, der Augenblick, die Atmosphäre.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „All in perfection.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Ein geheimnisvoller Blick, der durch die Dunkelheit hindurch leuchtet – eine symbolische Szene für wahre Authentizität und Stärke.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Never fak the fakir.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Sprecher:\*\*** „Erlebe den Moment. Erlebe die wahre Magie.“

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 470-480\*\***

Corona Extra - Wonderful taste in Action  
Pepsi Cola - You may be amazed, you will laugh  
Google - Keep calm, and say Arrr  
VW - Around Love In passion  
VW - Release your Mind  
VW - Release your kind in passion  
VW - Sensitivity in Harmonie  
VW - Mind in create  
VW - With You. I feel better Sounds  
VW - Who let the Passion Out  
VW - Eine Klasse für sich. Mit uns fährt man besser  
Pepsi Cola - twisted the Taste

## **\*\*TV-Werbung: „Der Moment der Leidenschaft\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Die Kamera fängt den Moment ein, in dem eine Person an einem sonnigen Tag ein Getränk genießt, der Geschmack scheint in der Luft zu schweben.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Wonderful taste in action.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Schnitt zu einer Gruppe von Freunden, die zusammen in einem Park lachen und sich völlig entspannen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „You may be amazed, you will laugh.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Eine Person blickt auf das weite Meer, ruhig und gelassen, als ob sie in der Ruhe selbst schwebt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Keep calm, and say Arrr.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Zwei Menschen stehen in einer atemberaubenden Landschaft, umgeben von Liebe und Leidenschaft, ihre Augen aufeinander gerichtet.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Around Love in passion.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Ein Moment der Klarheit. Eine Person schließt die Augen, atmet tief ein und lässt den stressigen Alltag hinter sich.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Release your mind.“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Ein Pärchen tanzt unter den Sternen, ihre Bewegungen fließen im Einklang mit der Musik. Die Leidenschaft ist spürbar.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Release your kind in passion.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Eine ruhige Szene, in der jemand auf einem Balkon sitzt, das Abendlicht die Farben des Himmels reflektiert, das Leben um ihn herum in Harmonie.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Sensitivity in harmonie.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Ein kreativer Moment: Jemand arbeitet an einem Projekt, voll von Ideen und Visionen, die die Sinne anregen.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Mind in create.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Die Kamera folgt einem Auto, das elegant durch eine Stadt fährt, die Straßen in der Dämmerung leuchten. Es ist ein Moment der Freiheit.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „With you. I feel better sounds.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Die Energie ist spürbar, als eine Gruppe von Freunden sich zu einem Abenteuer aufmacht. Der Moment scheint unvergesslich.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Who let the passion out?“

**\*\*Szene 11:\*\*** \*(Ein weiteres Auto fährt durch eine kurvige Straße, der Fahrstil perfekt und elegant. Es ist der Inbegriff von Klasse und Leidenschaft.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Eine Klasse für sich. Mit uns fährt man besser.“

**\*\*Szene 12:\*\*** \*(Das Bild wird verschwommen, als ein Getränk im Zeitraffer präsentiert wird, der Geschmack der Freiheit ist greifbar.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Twisted the taste.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Sprecher:\*\*** „Erlebe den Geschmack der Leidenschaft. Erlebe den Moment.“

**\*\*Ende.\*\***

## **\*\*Marketing Slogans 480-490\*\***

Pepsi - Pull up the roll and smile on the day  
Pepsi - Say Yes to, be Pop  
Pepsi - Life is go, Because of smile  
Pepsi - Skill in. Up taste  
Pepsi - Bounce it. HEY

Pepsi - Y'all know, who I am  
Pepsi - Tell meme my pleasure  
Pepsi - Please me in Horizon  
Pepsi - If you gonna right  
Coca Cola - Wake up, Make my Day

## **\*\*TV-Werbung: „Der Moment der Freude\*\***

**\*\*Szene 1:\*\*** \*(Die Kamera zeigt einen sonnigen Morgen, während eine Person die Vorhänge aufzieht und das erste Lächeln des Tages zeigt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Pull up the roll and smile on the day.“

**\*\*Szene 2:\*\*** \*(Ein junger Mensch hebt die Hand, als ob er in die Zukunft winkt, voller positiver Energie.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Say yes to, be pop.“

**\*\*Szene 3:\*\*** \*(Der Blick wechselt zu einer Gruppe von Freunden, die in einem Park tanzen und lachen, die Sonne scheint auf ihre Gesichter.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Life is go, because of smile.“

**\*\*Szene 4:\*\*** \*(Ein Küchenchef zaubert ein außergewöhnliches Gericht, während die Kamera die Zubereitung zeigt, die Aromen und der Geschmack sind fast spürbar.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Skill in. Up taste.“

**\*\*Szene 5:\*\*** \*(Jemand tanzt in der Stadt, die Energie und der Rhythmus sind ansteckend.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Bounce it. HEY!“

**\*\*Szene 6:\*\*** \*(Eine Nahaufnahme einer Person, die selbstbewusst in die Kamera schaut, voller Überzeugung und Lebensfreude.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Y’all know, who I am.“

**\*\*Szene 7:\*\*** \*(Ein Moment der Stille, eine Person schaut nachdenklich aus dem Fenster und lächelt, als sie ihre Gedanken mit einem Freund teilt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Tell me my pleasure.“

**\*\*Szene 8:\*\*** \*(Jemand genießt eine friedliche Aussicht auf den Horizont, während die Sonne langsam untergeht. Der Moment ist ruhig und voller Hoffnung.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Please me in Horizon.“

**\*\*Szene 9:\*\*** \*(Ein junger Abenteurer setzt sich in ein Auto und fährt los, bereit für das nächste große Abenteuer.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „If you gonna right.“

**\*\*Szene 10:\*\*** \*(Die Kamera zeigt eine belebte Stadt, Menschen gehen ihrer Wege, voller Energie und Tatendrang. Der Tag beginnt.)\*

**\*\*Sprecher:\*\*** „Wake up, make my day.“

**\*\*Schwarzblende. Das Markenlogo erscheint.\*\***

**\*\*Sprecher:\*\*** „Lebe den Moment. Fühl die Freude.“

**\*\*Ende.\*\***



## **\*\*Marketing Slogans 490-500\*\***

Pepsi Cola - you'll back, spin like that  
Coca Cola - stay weird, watch the show  
Coca Cola - explore unusual taste  
Coca Cola - Feel the way, always access love  
VW - So ist das Auto

VW - Ist halt so  
VW - Erfunden zum Erkunden  
VW - Vorwärts macht Spaß  
VW - Plus in Leidenschaft, mit uns fährt man besser  
VW - Einfach losfahren und genießen

## **\*\*TV-Werbepot – Erlebe das Abenteuer auf vier Rädern\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Moment der Rückkehr\*\***

(Bild: Ein Auto, das sich im Rückspiegel entfernt, dann in einer atemberaubenden Wendung zurückkehrt und einen perfekten Drift hinlegt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „You'll back, spin like that – der Moment, der alles verändert.“

### **\*\*Szene 2: Einzigartig sein\*\***

(Bild: Ein paar Freunde fahren im Auto, lachen, der Fahrer trägt eine auffällige Sonnenbrille und wackelt zum Beat der Musik. Sie sind voller Energie und Individualität.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Stay weird, watch the show – sei du selbst und erlebe das Abenteuer.“

### **\*\*Szene 3: Geschmack neu erleben\*\***

(Bild: Eine Straße, die sich durch eine atemberaubende Landschaft windet. Das Auto gleitet elegant über die Kurven, während der Fahrer die Freiheit und den Moment genießt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Explore unusual taste – entdecke die Welt mit jedem Kilometer.“

### **\*\*Szene 4: Liebe und Freiheit spüren\*\***

(Bild: Ein Paar fährt auf einer malerischen Küstenstraße, Hand in Hand, mit einer klaren Aussicht auf den Sonnenuntergang. Der Moment ist pure Harmonie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Feel the way, always access love – spüre die Freiheit, erlebe das Leben.“

**\*\*Szene 5: Das Auto als Erlebnis\*\***

(Bild: Das Auto fährt souverän durch die Stadt, umgeben von modernster Architektur und leuchtenden Lichtern der Nacht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „So ist das Auto – mehr als ein Fahrzeug, es ist ein Erlebnis.“

**\*\*Szene 6: Einfach und direkt\*\***

(Bild: Ein Fahrer dreht den Schlüssel und startet das Auto mit einem entspannten Lächeln. Die Fahrt beginnt, die Straßen öffnen sich.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Ist halt so – alles geht leichter, wenn man es einfach nimmt.“

**\*\*Szene 7: Für Entdecker gemacht\*\***

(Bild: Eine weite, unberührte Landschaft. Das Auto rollt durch Wälder, Berge und Täler. Abenteuer erwartet hinter jeder Ecke.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Erfunden zum Erkunden – für alle, die immer weiter wollen.“

**\*\*Szene 8: Spaß und Freiheit auf der Straße\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Freunden fährt auf einer offenen Autobahn, das Fenster ist runter, der Fahrtwind weht durch ihre Haare. Sie genießen den Moment.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Vorwärts macht Spaß – es gibt nichts Schöneres, als die Freiheit auf vier Rädern zu erleben.“

**\*\*Szene 9: Leidenschaft und Leistung\*\***

(Bild: Das Auto beschleunigt auf einer kurvenreichen Strecke, die Technik und Power kommen perfekt zum Vorschein.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Plus in Leidenschaft, mit uns fährt man besser – mehr als ein Auto, es ist ein Lebensgefühl.“

**\*\*Szene 10: Der einfache Beginn\*\***

(Bild: Der Fahrer dreht sich zum Beifahrer, grinst und gibt Gas. Die Reise kann beginnen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Einfach losfahren und genießen – der Weg wartet auf dich.“

**\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo des Autos erscheint mit einer dynamischen Animation, während die Straßen in den Horizont führen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Fahre. Entdecke. Lebe.“

## **\*\*Marketing Slogans 500-510\*\***

VW - Es ist einfach.

NBA - Time not die, loyal to the game

NBA - loyal to game, strive the time

NBA - You got very hot

NBA - Timeset to involve

NBA - Strive for loyal game

NBA - Unique special improvement

Nike - It does it matter

Nike - play to change

Nike - keep your heads ringing

## **\*\*TV-Werbepot – Die Kraft des Spiels\*\***

### **\*\*Szene 1: Einfachheit erleben\*\***

(Bild: Ein junger Spieler setzt sich vor einen Bildschirm, das Licht erleuchtet das Gesicht, die Controller in den Händen, bereit für das Abenteuer.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Es ist einfach – der Einstieg in das Spiel war nie so leicht.“

### **\*\*Szene 2: Hingabe und Fokus\*\***

(Bild: Ein Sportler auf dem Spielfeld, die Uhr tickt, der Ball fliegt in Zeitlupe in Richtung des Tors, der Fokus auf dem Spiel ist unerschütterlich.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Time not die, loyal to the game – setze auf das Spiel, denn Zeit ist deine wertvollste Ressource.“

### **\*\*Szene 3: Der Kampf und das Streben\*\***

(Bild: Ein E-Sport-Team inmitten eines spannenden Matches, der Bildschirm zeigt die letzten Sekunden des Spiels, jeder Schritt zählt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Loyal to the game, strive the time – bleib dem Spiel treu und strebe nach jeder Sekunde.“

### **\*\*Szene 4: Der Erfolg naht\*\***

(Bild: Ein Sieger feiert den Gewinn eines Spiels, der Bildschirm zeigt das „Victory“-Zeichen, die Freude ist greifbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „You got very hot – der Sieg ist nahe, du bist auf dem besten Weg.“

### **\*\*Szene 5: Voller Einsatz\*\***

(Bild: Ein Team plant die nächste Strategie, jeder Spieler bringt sein Wissen und seine Fähigkeiten ein. Der Bildschirm zeigt eine neue Herausforderung.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Timeset to involve – setze auf die Zeit, um alles zu geben und die Herausforderung anzunehmen.“

### **\*\*Szene 6: Streben nach Loyalität\*\***

(Bild: Ein einzelner Spieler gibt alles, seine Augen sind entschlossen, er ist bereit, für den Erfolg zu kämpfen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Strive for loyal game – strebe danach, das Spiel zu meistern, mit Hingabe und Loyalität.“

### **\*\*Szene 7: Einzigartigkeit und Wachstum\*\***

(Bild: Ein Spieler hat sich weiterentwickelt, sein Spielstil hat sich verändert, er setzt neue Maßstäbe.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Unique special improvement – sei einzigartig und verbessere dich, sei der Unterschied.“

### **\*\*Szene 8: Der Moment der Entscheidung\*\***

(Bild: Ein Spieler trifft eine wichtige Entscheidung im Spiel, der Bildschirm zeigt einen entscheidenden Zug, der alles verändern wird.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „It does it matter – jeder Moment zählt, jede Entscheidung verändert das Spiel.“

### **\*\*Szene 9: Veränderung durch Spiel\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Freunden spielt zusammen, lacht und diskutiert, sie spüren, wie das Spiel ihre Perspektiven verändert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Play to change – spiele, um zu verändern, nicht nur das Spiel, sondern auch dich selbst.“

### **\*\*Szene 10: Der Sound des Erfolgs\*\***

(Bild: Die Musik wird lauter, die Köpfe der Spieler beginnen im Takt zu nicken, das Gefühl von Triumph und Energie steigt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Keep your heads ringing – der Erfolg hat einen Klang, hör ihn und spür ihn.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo des Spiels erscheint auf dem Bildschirm, während der Sound von jubelnden Fans die Szene füllt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Bleib loyal, spiele mit Leidenschaft, erlebe die Veränderung.“

## **\*\*Marketing Slogans 510-520\*\***

Nike - keep change. It matter  
Nike - correct me. If you know  
NBA - Forgive is nice things to do  
NBA - Nice things, we do  
NBA - To do, is forgive to remind

NBA - Passion in loyal  
NBA - We build. We throw, We made  
NBA - In nice things  
Coca Cola - Take always time  
Pepsi - While we smile

## **\*\*TV-Werbepot – Die Kraft des Guten\*\***

### **\*\*Szene 1: Veränderung annehmen\*\***

(Bild: Eine Stadt, die sich kontinuierlich verändert – alte Gebäude werden renoviert, neue Ideen entstehen, alles ist in Bewegung.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Keep change. It matter – Veränderung ist wichtig, weil sie alles bewegt.“

### **\*\*Szene 2: Korrektur und Weiterentwicklung\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Menschen arbeitet zusammen, ein Teammitglied korrigiert freundlich den anderen, damit alle sich weiterentwickeln.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Correct me. If you know – gemeinsam lernen und wachsen, um das Beste aus uns herauszuholen.“

### **\*\*Szene 3: Die Kraft der Vergebung\*\***

(Bild: Zwei Menschen, die sich in einer emotionalen Umarmung versöhnen, der Blick auf ihre Gesichter zeigt Erleichterung und Verständnis.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Forgive is nice things to do – Vergebung heilt, sie ist der Weg zu einem besseren Miteinander.“

### **\*\*Szene 4: Gute Taten im Alltag\*\***

(Bild: Eine Person hilft einem Nachbarn, jemand bringt einem Kollegen einen Kaffee, es sind kleine Gesten der Freundlichkeit, die den Tag heller machen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Nice things, we do – kleine, aber kraftvolle Taten verändern den Tag.“

### **\*\*Szene 5: Erinnerungen an das Gute\*\***

(Bild: Eine Mutter und ihr Kind schauen gemeinsam auf ein Fotoalbum, in dem liebevolle Momente des Lebens festgehalten sind.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „To do, is forgive to remind – was wirklich zählt, sind die Erinnerungen, die wir schaffen.“

### **\*\*Szene 6: Leidenschaft und Loyalität\*\***

(Bild: Ein Musiker spielt voller Hingabe auf der Bühne, seine Leidenschaft spiegelt sich in jedem Akkord wider.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Passion in loyal – treu bleiben, während Leidenschaft uns antreibt.“

### **\*\*Szene 7: Gemeinsamer Bau von Zukunft\*\***

(Bild: Ein Team arbeitet an einem Bauprojekt, jeder trägt einen wichtigen Teil dazu bei, gemeinsam etwas Großes zu erschaffen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We build. We throw, We made – wir bauen, wir schaffen, wir machen es möglich.“

### **\*\*Szene 8: In kleinen Momenten das Gute finden\*\***

(Bild: Ein Team sitzt zusammen in einer entspannten Runde, lacht und genießt den Moment der Gemeinsamkeit.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „In nice things – das Gute ist immer da, in den kleinen Momenten des Lebens.“

### **\*\*Szene 9: Zeit nehmen für das Wesentliche\*\***

(Bild: Eine Person geht bewusst langsam durch einen Park, genießt die Ruhe und ist mit ihren Gedanken im Einklang.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Take always time – nimm dir die Zeit für das, was wirklich zählt.“

### **\*\*Szene 10: Lächeln und Positivität\*\***

(Bild: Zwei Freunde lachen miteinander, während sie einen Spaziergang machen, ihre Gesichter sind von Freude und Zufriedenheit geprägt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „While we smile – das Leben wird schöner, wenn wir mit einem Lächeln durch die Welt gehen.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint in sanften Farben, begleitet von einem harmonischen Klang.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Verändere, verzeihe, baue – und lasse das Gute in deinem Leben erblühen.“

## **\*\*Marketing Slogans 520-530\*\***

Coca Cola - Always in Time  
Pepsi - Do you've ever  
Jack Daniel's - Have to back my way  
Captain Morgan - Believe it or not  
Pepsi Cola - I do what I got do

Cola Pepsi - Do your thing  
Huawei - Follow inspiration, be clever do smart  
Huawei - grow up with the sun  
Huawei - technology in passion  
Pepsi Cola - Living it up. It be Okay

## **\*\*TV-Werbepot – Die Zeit ist jetzt\*\***

### **\*\*Szene 1: Pünktlichkeit und Entschlossenheit\*\***

(Bild: Ein junger Mensch springt aus dem Bett, schaut auf die Uhr und macht sich schnell auf den Weg. Der Tag beginnt mit voller Energie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Always in time – immer pünktlich, immer bereit für den Moment.“

### **\*\*Szene 2: Den Weg finden\*\***

(Bild: Eine Person steht vor einer Kreuzung, überlegt, und dann entschließt sie sich, ihren eigenen Weg zu gehen. Die Straße öffnet sich vor ihr, klar und weit.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Do you've ever – hast du jemals überlegt, deinen eigenen Weg zu gehen?“

### **\*\*Szene 3: Zurück zu den Wurzeln\*\***

(Bild: Ein Moment der Reflexion, der Blick zurück auf die Reise, die schon gemacht wurde. Doch dann dreht sich der Blick nach vorne, entschlossen, weiterzugehen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Have to back my way – manchmal muss man sich zurückbesinnen, um weiterzukommen.“

### **\*\*Szene 4: Der Glaube an sich selbst\*\***

(Bild: Ein Läufer sprintet auf der letzten Strecke eines Marathons, der Zielbogen ist in Sicht. Der Blick auf sein Gesicht zeigt festen Glauben an den Sieg.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Believe it or not – glaube daran, dass du es schaffst, auch wenn der Weg schwer ist.“

### **\*\*Szene 5: Handeln und Umsetzen\*\***

(Bild: Ein Künstler arbeitet an seinem Meisterwerk, ein Architekt entwirft ein Gebäude – beide in einem Moment der kreativen Hingabe und Aktion.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I do what I got to do – wenn es darauf ankommt, handelst du.“

### **\*\*Szene 6: Dein eigener Weg\*\***

(Bild: Ein junger Unternehmer plant sein eigenes Geschäft, voller Tatendrang und Optimismus. Er setzt Ideen in die Tat um und macht den ersten Schritt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Do your thing – mach dein Ding, geh deinen Weg.“

### **\*\*Szene 7: Inspiration folgen\*\***

(Bild: Ein Designer blickt auf seine Skizzen, die Linien und Formen beginnen sich zu verbinden, seine Inspiration wird Realität.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Follow inspiration, be clever, do smart – folge deiner Inspiration und gestalte die Zukunft.“

### **\*\*Szene 8: Wachstum und Energie\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Freunden beobachtet den Sonnenaufgang. Die Sonne geht auf und erleuchtet den Tag, voller neuer Möglichkeiten und Energie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Grow up with the sun – wachse mit dem Tag, nutze die Energie des Moments.“

### **\*\*Szene 9: Technologie mit Leidenschaft\*\***

(Bild: Ein Ingenieur arbeitet an einem hochmodernen Gerät, seine Augen leuchten, als er eine bahnbrechende Entdeckung macht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Technology in passion – wenn Leidenschaft auf Innovation trifft, entstehen Wunder.“

### **\*\*Szene 10: Das Leben genießen\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Freunden fährt in einem Auto entlang einer malerischen Küstenstraße. Die Sonne scheint, die Musik spielt, und sie genießen den Moment in vollen Zügen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Living it up. It be okay – lebe den Moment, es wird alles gut.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint vor einem weiten, offenen Horizont, während die Kamera langsam zurückzoomt und die ganze Welt sichtbar wird.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Die Zukunft gehört denen, die handeln – mach den ersten Schritt.“



## **\*\*Marketing Slogans 530-540\*\***

Coca Cola - Live take always. Inseanly magical  
Coca Cola - Take me magical  
Coca Cola - Always take life in magical Exceptionality  
Pepsi Cola - Expands your horizons  
Pepsi Cola - Enjoyment is a pleasure  
Pepsi Cola - Smile and be free  
NBA  
We create space in new horizon  
We whoop that trick almost in space to be unusual  
We stay loyal to the game  
We describe story's fore glory's  
We stay together to get a magical taste  
We build strong to conform a new level

## **\*\*TV-Werbepot – Magie der Ungewöhnlichkeit\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Beginn eines magischen Moments\*\***

(Bild: Ein Sonnenaufgang, der die Welt in goldenes Licht taucht. Eine Person steht auf einem Berggipfel und blickt in die Weite, die Atmosphäre ist von Zauber erfüllt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Live take always. Inseanly magical – Erlebe das Leben, als wäre es pure Magie.“

### **\*\*Szene 2: Die Faszination des Ungewöhnlichen\*\***

(Bild: Eine Hand streckt sich aus, als ob sie die Luft berühren könnte, die Farben der Welt beginnen sich in einem spektakulären Tanz zu vermischen. Alles scheint möglich.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Take me magical – fühle die Magie und lass dich von ihr tragen.“

### **\*\*Szene 3: Außergewöhnlichkeit leben\*\***

(Bild: Ein Künstler erschafft ein beeindruckendes Kunstwerk, eine Tänzerin fliegt durch die Luft, die Szene ist voller Eleganz und Magie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Always take life in magical Exceptionality – lebe das Leben außergewöhnlich, mit einem Hauch von Magie in allem, was du tust.“

### **\*\*Szene 4: Horizont erweitern\*\***

(Bild: Ein Flugzeug fliegt hoch über den Wolken, der Blick weitet sich und zeigt atemberaubende Landschaften. Der Horizont wird unendlich.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Expands your horizons – sieh die Welt aus einer neuen Perspektive, erweitere deinen Horizont.“

### **\*\*Szene 5: Der Genuss des Lebens\*\***

(Bild: Ein Paar sitzt am Strand, lächelt und genießt einen Cocktail, während die Wellen sanft an den Ufern plätschern. Sie leben im Moment.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Enjoyment is a pleasure – der wahre Genuss liegt im Erleben der schönen Momente.“

### **\*\*Szene 6: Freiheit im Lächeln\*\***

(Bild: Ein junger Mensch läuft durch eine belebte Stadt, ein Lächeln auf den Lippen, das Gefühl von Freiheit ist greifbar. Der Wind spielt mit seinen Haaren.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Smile and be free – ein Lächeln ist der Schlüssel zur Freiheit.“

### **\*\*Szene 7: Neue Räume erschaffen\*\***

(Bild: Architekten und Designer arbeiten zusammen, ein futuristisches Gebäude entsteht, das eine neue Ära einläutet. Alles ist möglich.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We create space in new horizon – wir erschaffen Räume in neuen Horizonten, für die Zukunft, die wir gestalten.“

### **\*\*Szene 8: Außergewöhnliche Erlebnisse\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Menschen fährt in einem Raumschiff über den Planeten, das Gefühl von Ungewöhnlichkeit und Abenteuer ist greifbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We whoop that trick almost in space to be unusual – Wir nehmen das Ungewöhnliche, als wäre es unser Alltag.“

### **\*\*Szene 9: Loyalität und Hingabe\*\***

(Bild: Ein Sportler trainiert hart, jeder Schritt ist voller Hingabe, der Blick ist fokussiert auf das Ziel.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We stay loyal to the game – bleib dem Spiel treu, auch wenn der Weg schwer ist.“

### **\*\*Szene 10: Geschichten für die Ewigkeit\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Freunden sitzt am Lagerfeuer, sie erzählen sich Geschichten, die mit der Zeit legendär werden. Ihre Gesichter spiegeln Freude und Zusammenhalt wider.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We describe stories for glory’s – Geschichten, die für den Ruhm erzählt werden, und für das Leben, das wir erschaffen.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint vor einem leuchtenden Horizont, der Blick auf die unendlichen Möglichkeiten der Zukunft.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Lebe die Magie. Erschaffe das Ungewöhnliche. Deine Reise beginnt jetzt.“

## **\*\*Marketing Slogans 540-550\*\***

NBA

Steam. Stream. Energy.

Performance. Fokus. Productivity

Strongness. Effectivity. Balance

VW - I just want to know you

VW - Passion in Every Motion Sense

VW - With us you drive better

VW - Everything has changed

VW - Every Motion in Every Horizon

## **\*\*TV-Werbespot – Die Kraft der Veränderung\*\***

### **\*\*Szene 1: Die Energie des Spiels\*\***

(Bild: Ein Basketballspieler springt in Zeitlupe zum Korb, die Energie des Spiels ist in jeder Bewegung spürbar, der Ball fliegt durch die Luft.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „NBA – Der Moment der Entscheidung, wo Energie und Leidenschaft aufeinandertreffen.“

### **\*\*Szene 2: Die Kraft des Fortschritts\*\***

(Bild: Eine junge Person startet eine Streaming-App auf ihrem Gerät. Der Bildschirm zeigt eine rasante Übertragung eines Spiels, vollgepackt mit Action und Energie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Steam. Stream. Energy. – Die Welt der Energie, die immer in Bewegung bleibt.“

### **\*\*Szene 3: Fokus und Leistung\*\***

(Bild: Ein Sportler sitzt konzentriert in der Umkleidekabine, seine Augen auf das Spiel fokussiert. Seine Gedanken sind klar, die Konzentration spürbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Performance. Fokus. Productivity. – Für wahre Leistung ist der Fokus der Schlüssel.“

### **\*\*Szene 4: Stärke und Effektivität\*\***

(Bild: Ein Team arbeitet im Training zusammen, hebt das Gewicht, zieht gemeinsam in die gleiche Richtung, die Kraft und Effektivität ist deutlich spürbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Strongness. Effectivity. Balance – Stärke und Balance führen zum Erfolg.“

### **\*\*Szene 5: Interesse an Verbindung\*\***

(Bild: Zwei Menschen sprechen miteinander, ihre Blicke sind aufmerksam und neugierig. Eine tiefere Verbindung entsteht zwischen ihnen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I just wanna know you – es geht um mehr als nur Worte, es geht um Verbindung.“

### **\*\*Szene 6: Leidenschaft in Bewegung\*\***

(Bild: Ein Tänzer bewegt sich mit unglaublicher Grazie, seine Bewegungen sind im Einklang mit der Musik, die Leidenschaft ist in der Luft zu spüren.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Passion in E Motion Sense – Bewegung wird zur Leidenschaft, in jeder Faser des Körpers.“

### **\*\*Szene 7: Gemeinsam stärker werden\*\***

(Bild: Ein Fahrer steuert ein Auto auf einer kurvigen Straße, der Fahrer fühlt sich sicher und verbunden mit seinem Fahrzeug, es ist ein perfektes Zusammenspiel.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „With us you drive better – mit uns fährst du besser, du erlebst Kontrolle und Präzision.“

### **\*\*Szene 8: Eine neue Ära\*\***

(Bild: Ein schneller Schnitt zwischen verschiedenen Technologien – neue Geräte, fortschrittliche Fahrzeuge, und eine Welt, die sich ständig verändert und erneuert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Everything has changed – alles hat sich verändert, und du bist mittendrin.“

### **\*\*Szene 9: Die Zukunft erleben\*\***

(Bild: Ein Raumfahrer blickt aus dem Fenster seines Raumschiffs auf den unendlichen Raum, in dem die E-Motion-Technologie seine Reise ermöglicht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „E Motion in Event Horizon – Technologie, die deine Reise verändert und dich zu neuen Horizonten führt.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint mit einer dynamischen Animation, umgeben von Energie und Bewegung, die Szene zeigt das Streben nach dem Unmöglichen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Fahre schneller, lebe stärker, erlebe die Veränderung – deine Reise beginnt jetzt.“

## **\*\*Marketing Slogans 550-560\*\***

Coca Cola - Kiss and hug me  
Coca Cola - Everthing is Anywhere  
Coca Cola - Always take life  
Coca Cola - Magical Refresh  
Coca Cola - At once love

Coca Cola - Delishes Horizon  
Coca Cola - Real Taste in  
Coca Cola - Open that taste  
Coca Cola - Genius!  
Pepsi - somebody is somewhere

## **\*\*TV-Werbepot – Der Zauber des Moments\*\***

### **\*\*Szene 1: Die Kraft der Nähe\*\***

(Bild: Zwei Menschen umarmen sich in einem sanften Sonnenlicht, die Welt um sie herum scheint stillzustehen. Ein Moment voller Liebe und Geborgenheit.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Kiss and hug me – der Zauber der Nähe, die Wärme eines Augenblicks.“

### **\*\*Szene 2: Freiheit und Weite\*\***

(Bild: Ein endloser Horizont erstreckt sich, eine Person fährt in einem offenen Auto, der Wind weht durch die Haare, die Welt ist grenzenlos.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Everything is Anywhere – alles ist möglich, wohin du auch gehst.“

### **\*\*Szene 3: Das Leben genießen\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Freunden geht an einem Strand entlang, lacht und lebt den Moment. Die Sonne taucht alles in warmes Licht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Always take life – nimm das Leben in vollen Zügen, erlebe jede Sekunde.“

### **\*\*Szene 4: Erfrischung und Magie\*\***

(Bild: Eine Person trinkt ein erfrischendes Getränk an einem heißen Sommertag, das Gefühl von Frische und Magie durchzieht die Luft.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Magical Refresh – ein Moment der Erfrischung, der dich mit neuer Energie erfüllt.“

**\*\*Szene 5: Liebe auf den ersten Blick\*\***

(Bild: Zwei Menschen sehen sich zum ersten Mal an, ihre Blicke treffen sich und ein Lächeln breitet sich aus, als ob die Zeit stillsteht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „At once love – manchmal ist es der Augenblick, der alles verändert.“

**\*\*Szene 6: Ein neuer Horizont\*\***

(Bild: Eine malerische Landschaft erscheint im Sonnenuntergang, die Weite des Horizonts lädt zu neuen Entdeckungen ein.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Delicious Horizon – entdecke die Köstlichkeiten der Welt, die sich vor dir entfalten.“

**\*\*Szene 7: Geschmack erleben\*\***

(Bild: Eine Person probiert einen frisch zubereiteten Snack, der Geschmack explodiert förmlich auf der Zunge, und ein Lächeln breitet sich aus.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Real Taste in – der wahre Geschmack ist hier, erlebe die Intensität in jedem Bissen.“

**\*\*Szene 8: Ein Moment des Genusses\*\***

(Bild: Eine Familie sitzt gemeinsam am Tisch, der Duft eines köstlichen Essens füllt den Raum, die Freude am Leben ist in jedem Gesicht zu sehen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Open that taste – öffne den Geschmack, öffne die Freude.“

**\*\*Szene 9: Genialität in jedem Detail\*\***

(Bild: Ein kreativer Koch zaubert ein Meisterwerk auf dem Teller, jede Zutat ist perfekt abgestimmt, ein wahres Kunstwerk.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Genius! – Entdecke die Genialität in jedem Detail, in jedem Moment.“

**\*\*Szene 10: Die Magie des Seins\*\***

(Bild: Zwei Menschen stehen auf einem Balkon, schauen in die Ferne und wissen, dass irgendwo auf der Welt noch mehr Abenteuer warten.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Somebody is somewhere – irgendwo, irgendwo wartet etwas für dich.“

**\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint in einem sanften Licht, umgeben von den Szenen des Lebens und der Liebe.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Erlebe den Zauber des Moments – jetzt, hier und überall.“

## **\*\*Marketing Slogans 560-570\*\***

Pepsi - Smile is sun  
Pepsi - Have the wave. Smile today  
Pepsi - Do you've ever done  
Pepsi - I have the red and the blue  
Pepsi - We change your mind

Pepsi - Get you walk on  
Pepsi - Get your head bright  
Pepsi - Cast to show  
Jack Daniel - Set it on, I care for you  
Jack Daniel - here we go a guy

## **\*\*TV-Werbepot – Die Energie des Moments\*\***

### **\*\*Szene 1: Die Kraft des Lächelns\*\***

(Bild: Eine Person geht durch eine belebte Stadtstraße, ein spontanes Lächeln erscheint auf ihrem Gesicht. Das Lächeln wirkt wie ein Lichtstrahl, der die Umgebung erhellt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Smile is sun – Ein Lächeln ist wie die Sonne, es erhellt den Tag.“

### **\*\*Szene 2: Den Moment leben\*\***

(Bild: Ein junger Mensch steht am Ufer eines Meeres, spürt den Wind und springt auf die Wellen, voller Energie und Freude.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Have the wave. Smile today – Nimm die Welle, lächle und genieße den Tag.“

### **\*\*Szene 3: Die Vergangenheit hinter sich lassen\*\***

(Bild: Eine Person blickt nachdenklich auf ihre Vergangenheit, dreht sich dann um und geht voller Entschlossenheit weiter.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Do you've ever done – hast du jemals etwas getan, das dich verändert hat?“

### **\*\*Szene 4: Die Farben der Welt\*\***

(Bild: Ein Maler stellt zwei Farben nebeneinander – Rot und Blau – und die Farben beginnen miteinander zu verschmelzen, ihre Vielfalt und Bedeutung wird sichtbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I have the red and the blue – Ich habe das Rote und das Blaue, die Farben des Lebens.“

**\*\*Szene 5: Der Wandel der Gedanken\*\***

(Bild: Ein Mensch schaut auf ein beeindruckendes Kunstwerk, es verändert seinen Blick auf die Welt, neue Ideen und Perspektiven entstehen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We change your mind – Veränderung beginnt im Kopf, und sie öffnet neue Türen.“

**\*\*Szene 6: Den eigenen Weg finden\*\***

(Bild: Eine Person geht entschlossen einen steinigen Weg entlang, der Blick ist fokussiert, der Schritt sicher und fest.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Get you walk on – Geh deinen Weg, mit jedem Schritt wächst du.“

**\*\*Szene 7: Klarheit und Fokus\*\***

(Bild: Ein junger Mann steht auf einem Berggipfel und blickt auf die weite Landschaft, sein Gesicht ist von Klarheit und Konzentration geprägt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Get your head bright – Sei klar, sei fokussiert, lass den Moment zu dir sprechen.“

**\*\*Szene 8: Den Auftritt wagen\*\***

(Bild: Ein Schauspieler steht backstage und bereitet sich auf seinen Auftritt vor. Er atmet tief durch, dann tritt er selbstbewusst auf die Bühne.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Cast to show – Bereit, deinen Auftritt zu zeigen, deine Geschichte zu erzählen.“

**\*\*Szene 9: Für dich da sein\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Freunden sitzt zusammen, einer reicht einem anderen eine helfende Hand, voller Fürsorge und Vertrauen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Set it on, I care for you – Setze es in Bewegung, ich bin für dich da.“

**\*\*Szene 10: Der Beginn eines Abenteuers\*\***

(Bild: Ein junger Mann steigt auf ein Fahrrad und fährt mit voller Vorfreude auf die Straße, das Gefühl eines neuen Anfangs liegt in der Luft.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Here we go a guy – Hier geht's los, ein neuer Schritt, ein neues Abenteuer.“

**\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint vor einem strahlend blauen Himmel, während die Kamera langsam in den Horizont zoomt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Lächle, geh deinen Weg, und erlebe den Moment.“



## **\*\*Marketing Slogans 570-580\*\***

Jack Daniel - count myself, I product yourself

Coca Cola - Gimme what I want

Pepsi - Do what I got do

Fanta - Fantastic is real

Sprite - Be unsual

Mezo Mix - Just of two of us

Nike - Just in Time

Nike - Time to enjoy

Nike - Walk me through

Nike - Sprint the clock

## **\*\*TV-Werbepot – Deine Reise, Dein Moment\*\***

### **\*\*Szene 1: Die Selbstbestimmung\*\***

(Bild: Eine Person steht vor einem Spiegel, blickt sich selbst an, nimmt dann eine entschlossene Haltung ein und geht mit einem klaren Ziel vor Augen los.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Count myself, I product yourself – Ich zähle auf mich, du bist der Architekt deines eigenen Lebens.“

### **\*\*Szene 2: Der Wunsch nach mehr\*\***

(Bild: Eine Person betritt ein Geschäft und sieht ein Produkt, das sie sich schon immer gewünscht hat. Sie greift zu, und ihr Gesicht erstrahlt vor Freude.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Gimme what I want – Hol dir, was du willst, es ist dein Moment.“

### **\*\*Szene 3: Die Entschlossenheit\*\***

(Bild: Eine Person steht vor einer Herausforderung, atmet tief ein und beginnt fokussiert mit einer Aufgabe, die vor ihr liegt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Do what I got to do – Tu, was zu tun ist. Verändere deine Welt, Schritt für Schritt.“

### **\*\*Szene 4: Die Realität der Fantasie\*\***

(Bild: Eine spektakuläre Landschaft entfaltet sich vor den Augen der Kamera – ein atemberaubendes Naturwunder oder ein urbaner Ausblick, der beeindruckt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Fantastic is real – Fantasie wird wahr, wenn du bereit bist, sie zu erleben.“

### **\*\*Szene 5: Das Ungewöhnliche leben\*\***

(Bild: Eine Person hebt sich von der Masse ab, sei es durch Kleidung, durch eine künstlerische Darbietung oder eine innovative Idee. Sie ist einzigartig.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Be unusual – Sei ungewöhnlich, sei du selbst, sei einzigartig.“

### **\*\*Szene 6: Das Besondere im Kleinen\*\***

(Bild: Zwei Menschen gehen Hand in Hand durch die Stadt, die Welt um sie herum wirkt ruhig, als ob sie nur füreinander existieren.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Just of two of us – Es geht nur um uns zwei, der Moment zählt.“

### **\*\*Szene 7: Der perfekte Zeitpunkt\*\***

(Bild: Eine Person blickt auf die Uhr und läuft dann mit einem Lächeln in Richtung einer offenen Tür, bereit für das, was kommt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Just in Time – Der perfekte Moment ist jetzt.“

### **\*\*Szene 8: Der Genuss des Augenblicks\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Freunden sitzt im Freien und genießt ein gemeinsames Abendessen, die Sonne geht unter und die Stimmung ist entspannt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Time to enjoy – Nimm dir Zeit, um das Leben zu genießen.“

### **\*\*Szene 9: Gemeinsam unterwegs\*\***

(Bild: Eine Person führt einen anderen mit einem sanften Lächeln durch einen belebten Platz. Der Weg wird klar, der Moment wird geteilt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Walk me through – Lass mich dir den Weg zeigen, Seite an Seite.“

### **\*\*Szene 10: Schnell und entschlossen\*\***

(Bild: Eine Person sprintet auf einer Rennstrecke, der Fokus liegt auf der Zielinie, jeder Schritt ist voller Energie und Entschlossenheit.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Sprint the clock – Verändere die Zeit, setze alles auf den Moment.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint vor einer dynamischen, sich ständig verändernden Szenerie, die Freiheit und Entschlossenheit ausstrahlt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Ergreife den Moment, gehe deinen Weg – Deine Reise beginnt jetzt.“

## **\*\*Marketing Slogans 580-590\*\***

Nike - Get around, do it

VW - Populär in die Zukunft

VW - Für Vision. Wir

VW - Passion in E. Mobility

Coca Cola - Everthing, Everywhere, Everyone, Every in All ways done

Coca Cola - Believe In Love, Live, Laughing, Louder

Coca Cola - it Does matter

NBA - Where are you yet!

NBA - Never brake again

NBA - Nice things about

## **\*\*TV-Werbepot – Die Zukunft der Bewegung\*\***

### **\*\*Szene 1: Aufbruch in die Zukunft\*\***

(Bild: Eine Person steigt in ein modernes, futuristisches Fahrzeug, das sanft startet. Die Welt um sie herum ist voller dynamischer Bewegung, die Zukunft wird greifbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Get around, do it – Mach dich auf, die Welt wartet auf dich.“

### **\*\*Szene 2: Visionen verwirklichen\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Menschen arbeitet zusammen an einer digitalen Anzeige, die die Vision einer nachhaltigen, vernetzten Zukunft zeigt. Sie sehen mit Hoffnung und Entschlossenheit in die Zukunft.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Populär in die Zukunft – Gemeinsam gestalten wir die Zukunft von morgen.“

### **\*\*Szene 3: Die Kraft der Vision\*\***

(Bild: Eine Person blickt über eine Skyline, träumt von einer besseren Welt. Technologie und Innovation sind allgegenwärtig.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Für Vision. Wir – Wir stehen für eine Vision, die alles verändert.“

### **\*\*Szene 4: Leidenschaft für Mobilität\*\***

(Bild: Ein Elektrofahrzeug fährt lautlos durch die Stadt, der Fahrer fühlt sich mit der Technologie verbunden, seine Leidenschaft für umweltfreundliche Mobilität ist spürbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Passion in E. Mobility – Leidenschaft für die Mobilität der Zukunft.“

### **\*\*Szene 5: Die grenzenlose Welt\*\***

(Bild: Menschen aus verschiedenen Teilen der Welt sind miteinander verbunden, verschiedene Städte, Länder und Kulturen – alles vereint durch Innovation und Technologie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Everything, Everywhere, Everyone, Every in All ways done – Alles, überall, für alle. Grenzenlose Möglichkeiten.“

### **\*\*Szene 6: Der Glaube an das Leben\*\***

(Bild: Eine Familie feiert zusammen auf einer Terrasse, lacht laut und genießt das Leben in vollen Zügen. Die Sonne geht unter, und die Freude ist ansteckend.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Believe in Love, Live, Laughing, Louder – Glaube an die Liebe, lebe das Leben und lache lauter.“

### **\*\*Szene 7: Es zählt\*\***

(Bild: Ein junger Mann schaut auf eine herausfordernde Situation, dreht sich aber mit einem entschlossenen Blick um und geht seinen Weg weiter.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „It does matter – Es zählt, was du tust.“

### **\*\*Szene 8: Der Blick auf die Zukunft\*\***

(Bild: Eine Person sieht nach vorne, in die Ferne, und stellt sich die Fragen der Zukunft. Der Wind weht ihr ins Gesicht, sie ist bereit für das, was kommt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Where are you yet! – Wo stehst du? Es ist Zeit, weiterzugehen.“

### **\*\*Szene 9: Die Freiheit erleben\*\***

(Bild: Ein Auto fährt durch eine weite, offene Landschaft, schnell und frei, der Fahrer genießt die Freiheit, die der Weg ihm bietet.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Never brake again – Nie wieder stoppen, immer weiter.“

### **\*\*Szene 10: Die schönen Dinge im Leben\*\***

(Bild: Menschen teilen einen entspannten Moment, lachen zusammen und genießen die kleinen, schönen Dinge des Lebens – der Moment ist einzigartig und wertvoll.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Nice things about – Die schönen Dinge des Lebens, die uns zusammenbringen.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint vor einer dynamischen Kulisse, die Zukunft, Innovation und Lebensfreude ausstrahlt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Für eine Zukunft voller Möglichkeiten. Für uns alle.“

## **\*\*Marketing Slogans 590-600\*\***

NBA - Passion for the next  
NBA - In nice way to get  
NBA - Look what you, make me do it  
Nike - Live I. Wanna keep it  
Nike - Run it simple

Nike - We groove up  
Nike - Just clock the game  
Nike - Get chilly  
Nike - Every time. I get it  
Nike - Life. Is a lesson

## **\*\*TV-Werbepot – Dein Moment, Dein Leben\*\***

### **\*\*Szene 1: Die Leidenschaft für das Neue\*\***

(Bild: Eine Person steht auf einem Berggipfel und blickt in die Ferne, die weite Landschaft vor ihr ist von der aufgehenden Sonne erleuchtet. Der Moment ist voller Energie und Erwartung.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Passion for the next – Die Leidenschaft für das, was kommt, für das, was noch zu entdecken ist.“

### **\*\*Szene 2: Der einfache Weg\*\***

(Bild: Eine Person geht mit einem Lächeln durch die Straßen der Stadt. Ihr Weg ist klar, sie nimmt alles mit Leichtigkeit und Freude auf.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „In nice way to get – Auf dem einfachen, schönen Weg zum Ziel.“

### **\*\*Szene 3: Der Impuls zur Veränderung\*\***

(Bild: Eine Person steht vor einer Herausforderung, aber anstatt sich zurückzuziehen, sieht sie zuversichtlich in die Kamera und macht den ersten Schritt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Look what you, make me do it – Schau hin, was du bewirken kannst, du bist derjenige, der den Unterschied macht.“

### **\*\*Szene 4: Den Moment leben\*\***

(Bild: Eine Person springt in einen Pool, das Wasser spritzt in alle Richtungen, während sie lacht und das Leben in vollen Zügen genießt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Live I. Wanna keep it – Lebe jetzt, halte den Moment fest.“

### **\*\*Szene 5: Einfachheit im Fokus\*\***

(Bild: Eine Person fährt mit einem einfachen, eleganten Fahrzeug durch eine ruhige Landschaft, der Fokus liegt auf dem Moment der Fahrt, alles andere wird ausgeblendet.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Run it simple – Mach es einfach, mach es klar.“

### **\*\*Szene 6: Der Groove des Lebens\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Freunden tanzt auf einer Straße, der Takt der Musik spiegelt die Energie und den Rhythmus des Lebens wider. Alles fühlt sich synchron an.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We groove up – Wir kommen zusammen, der Rhythmus des Lebens bewegt uns.“

### **\*\*Szene 7: Der Fokus auf das Spiel\*\***

(Bild: Zwei Menschen stehen in einem Basketballfeld, beobachten die Uhr, fokussiert auf den Moment, der entscheidend ist.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Just clock the game – Sei bereit, der Moment zählt.“

### **\*\*Szene 8: Die Ruhe genießen\*\***

(Bild: Eine Person lehnt sich entspannt zurück, ein kaltes Getränk in der Hand, umgeben von der Ruhe der Natur oder der Stadt, die sie liebt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Get chilly – Entspann dich, genieße den Moment.“

### **\*\*Szene 9: Die Selbstbestätigung\*\***

(Bild: Eine Person steht vor einem Spiegel, sieht sich selbst an, lächelt, und ist stolz auf das, was sie erreicht hat.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Every time. I get it – Jedes Mal, wenn ich es versuche, weiß ich, ich schaffe es.“

### **\*\*Szene 10: Die Lektion des Lebens\*\***

(Bild: Eine Person geht mit einem nachdenklichen Blick durch eine Bibliothek oder an einem ruhigen Ort entlang, als ob sie die vielen Lektionen des Lebens in sich aufnimmt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Life. Is a lesson – Das Leben ist eine Lektion, und jeder Schritt bringt uns weiter.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint vor einer weiten, offenen Landschaft, die mit Möglichkeiten erfüllt ist, der Wind weht, der Horizont ist klar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Lebe den Moment, lerne die Lektionen des Lebens und geh deinen Weg.“

## **\*\*Marketing Slogans 600-610\*\***

Nike - I swear to go  
Nike - Handle that thang  
Coca Cola - See you doing nice things, wake up  
Pepsi - Back in the day, pop it up  
Pepsi - Here is another classic

Pepsi - You better Run Run!  
Pepsi - Catch me if you can  
Pepsi - Pop it up  
Pepsi - Do you've  
Pepsi - Ever Wave beam

## **\*\*TV-Werbepot – Deine Zeit, Dein Weg\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Entschluss\*\***

(Bild: Eine Person steht an einer Straßenecke, blickt entschlossen in die Ferne. Sie zieht ihre Jacke enger und macht sich bereit, die Herausforderung anzugehen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I swear to go – Ich schwöre, ich gehe meinen Weg, keine Rücksicht.“

### **\*\*Szene 2: Handeln statt abwarten\*\***

(Bild: Eine Person nimmt die Zügel in die Hand, startet ein neues Projekt, wird aktiv und zeigt Entschlossenheit. Alles um sie herum wirkt klar und fokussiert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Handle that thang – Pack es an, sei der, der es tut.“

### **\*\*Szene 3: Inspiration im Alltag\*\***

(Bild: Eine Person sieht, wie ein Freund eine gute Tat vollbringt, sie wird von dieser Tat inspiriert und macht etwas Gutes für die anderen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „See you doing nice things, wake up – Sieh, was du tun kannst, wach auf und mach den Unterschied.“

### **\*\*Szene 4: Der Blick zurück\*\***

(Bild: Eine Person geht durch eine altbekannte Straße und erinnert sich an frühere Zeiten. Der Moment ist voller Nostalgie und Veränderung.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Back in the day, pop it up – Damals war alles anders, jetzt ist es an der Zeit, es zu verändern.“

### **\*\*Szene 5: Ein Klassiker neu erleben\*\***

(Bild: Eine vertraute Melodie erklingt, während eine Gruppe von Freunden zusammen feiert, eine Rückkehr zu guten, alten Zeiten, aber mit einem modernen Twist.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Here is another classic – Ein Klassiker in neuem Glanz.“

### **\*\*Szene 6: Die Herausforderung annehmen\*\***

(Bild: Eine Person sprintet los, während eine andere versucht, sie einzuholen. Der Wettlauf ist voller Energie und der Wettkampfgeist ist spürbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „You better Run Run! – Du musst dich anstrengen, wenn du mithalten willst.“

### **\*\*Szene 7: Die Jagd nach dem Moment\*\***

(Bild: Jemand rast mit dem Fahrrad durch die Stadt, vorbei an der Menge, in einem aufregenden Tempo, als wäre der Moment in einer flimmernden Jagd eingefangen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Catch me if you can – Fang mich, wenn du kannst.“

### **\*\*Szene 8: Den Moment genießen\*\***

(Bild: Eine Person feuert sich selbst an und hebt ihre Arme in die Luft, sie springt in die Luft, voller Energie und Freude.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Pop it up – Heb dich ab, sei der Star deines eigenen Moments.“

### **\*\*Szene 9: Die Entscheidung treffen\*\***

(Bild: Eine Person steht vor einem entscheidenden Moment und trifft eine Wahl, die ihr Leben verändert. Der Blick ist fest und sicher.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Do you’ve – Hast du das Zeug dazu?“

### **\*\*Szene 10: Der Blick in die Zukunft\*\***

(Bild: Ein Lichtradar leuchtet auf, ein futuristisches Fahrzeug bewegt sich blitzschnell durch den Raum, es gibt keinen Halt, der Fortschritt ist unverkennbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Ever Wave beam – Der nächste Schritt, der nächste Blick. Immer einen Schritt voraus.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint vor einer kraftvollen, zukunftsweisenden Kulisse, die Energie und Fortschritt symbolisiert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Sei der, der den Unterschied macht. Deine Reise beginnt jetzt.“



## **\*\*Marketing Slogans 600-610\*\***

Pepsi - Do you've ever  
Pepsi - Go thirsty  
Pepsi - Every Day, Pop. It up!  
Coca Cola - Always all access in taste  
Pepsi - Life feel better

Pepsi - Just Easy Going  
Pepsi - Gettin Up the Taste  
Pepsi - Like That Always  
Pepsi - Life is go  
Pepsi - Emotion in bright

## **\*\*TV-Werbepot – Dein Moment, Dein Genuss\*\***

### **\*\*Szene 1: Die Frage des Moments\*\***

(Bild: Eine Person geht an einem heißen Sommertag durch die Stadt und schaut sich nach einem erfrischenden Getränk um, die Sonne scheint, und der Moment ist voller Sehnsucht nach Erfrischung.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Do you've ever – Hast du jemals das Gefühl gehabt, dass du etwas ganz Besonderes brauchst?“

### **\*\*Szene 2: Die Suche nach Erfrischung\*\***

(Bild: Die Person greift nach einem kalten Getränk und öffnet die Flasche. Ein erfrischender Schluck, die Welt scheint plötzlich viel angenehmer.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Go thirsty – Die Lust nach Erfrischung, die du verdient hast.“

### **\*\*Szene 3: Der tägliche Genuss\*\***

(Bild: Jeden Tag, immer wieder, ein Sprung in den Pool, das Gefühl von Leichtigkeit und Freude. Der Geschmack des Lebens, der täglich neu aufgefrischt wird.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Every day, pop it up! – Jeden Tag neu. Mach es zu deinem Moment.“

### **\*\*Szene 4: Der Zugang zu allem\*\***

(Bild: Eine Person geht in ein Restaurant und bekommt sofort den besten Platz. Sie fühlt sich willkommen, der Geschmack ist überall, immer zugänglich.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Always all access in taste – Zugang zu allem, was dein Geschmack begehrt.“

### **\*\*Szene 5: Die Leichtigkeit des Lebens\*\***

(Bild: Eine Person fährt mit dem Fahrrad durch eine malerische Landschaft, mit einem Lächeln im Gesicht, voller Lebensfreude und Gelassenheit.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Life feel better – Das Leben fühlt sich besser an, wenn du den Moment genießt.“

### **\*\*Szene 6: Einfacher Genuss\*\***

(Bild: Freunde sitzen entspannt zusammen, lachen und genießen ein köstliches Getränk. Alles ist einfach, der Moment zählt mehr als alle andere.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Just easy going – Einfach genießen, ganz ohne Stress.“

### **\*\*Szene 7: Der perfekte Geschmack\*\***

(Bild: Eine Person genießt einen köstlichen Drink, der Geschmack explodiert förmlich im Mund, eine pure Geschmacksexplosion der Freude.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Gettin up the taste – Lass den Geschmack aufleben, immer mehr.“

### **\*\*Szene 8: Die Beständigkeit\*\***

(Bild: Die Kamera zeigt einen immer wiederkehrenden Moment der Freude: der erste Schluck aus der Flasche, das erste Lächeln, die Freiheit, immer wieder zurückzukehren.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Like that always – Immer wieder, immer das gleiche Gefühl.“

### **\*\*Szene 9: Der Schwung des Lebens\*\***

(Bild: Eine Person geht mit Schwung durch den Tag, Energie und Lebensfreude in jeder Bewegung, das Leben geht immer weiter, in vollem Tempo.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Life is go – Das Leben geht weiter, immer nach vorne.“

### **\*\*Szene 10: Die helle Zukunft\*\***

(Bild: Ein Sonnenuntergang taucht die Welt in warmes Licht, eine Person genießt den Moment, die Welt scheint voller Möglichkeiten zu sein.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Emotion in bright – Die Emotionen in einem helleren Licht, das Leben strahlt.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint vor einer weiten, offenen Landschaft, die den Moment des Genusses und der Freude widerspiegelt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Genieße das Leben, so wie es ist. Dein Moment. Dein Genuss.“

## **\*\*Marketing Slogans 610-620\*\***

Pepsi - It's gonna happy  
Pepsi - That's how it should be

... MIAUTO...  
Car Company

DRIVE MAKE LIFE  
DESIGN MADE LABEL  
DEFINITELY MORE LOOK

Life, Label, Look,  
Make, Made, More  
Drive, Design, Definitely

## **\*\*TV-Werbepot – Dein Moment, Dein Design\*\***

### **\*\*Szene 1: Ein neuer Tag, neue Möglichkeiten\*\***

(Bild: Eine Person wacht auf, zieht die Vorhänge zurück, der Morgen wird erleuchtet. Sie schaut aus dem Fenster und atmet tief ein, bereit für alles, was kommt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „It's gonna happy – Heute wird dein Tag. Alles fühlt sich richtig an.“

### **\*\*Szene 2: Der perfekte Moment\*\***

(Bild: Jemand fährt ein stilvolles, modernes Auto durch eine ruhige, weite Landschaft. Die Sonne scheint, der Moment ist perfekt – genau so, wie er sein soll.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „That's how it should be – So sollte es sein. Freiheit, Design und Gefühl in einem.“

### **\*\*Szene 3: Das Leben ist ein Erlebnis\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Freunden fährt in einem eleganten Fahrzeug durch die Stadt. Die Musik spielt, alle genießen den Moment in vollen Zügen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „DRIVE MAKE LIFE – Fahr, gestalte dein Leben. Es beginnt jetzt.“

### **\*\*Szene 4: Design trifft Innovation\*\***

(Bild: Ein Designer arbeitet an einem Konzept, Entwürfe auf dem Tisch, alles ist klar strukturiert und voller Kreativität. Es geht um mehr als nur Aussehen – es geht um das Gefühl, das es vermittelt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „DESIGN MADE LABEL – Ein Design, das mehr ist als nur ein Label. Es ist deine Vision.“

### **\*\*Szene 5: Der Blick auf das Wesentliche\*\***

(Bild: Eine Person betrachtet sich im Spiegel, betrachtet das Ergebnis ihrer Arbeit und erkennt das Potential, das in ihr steckt. Ihr Outfit, ihr Design, alles fügt sich zu einem einzigartigen Bild zusammen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „DEFINITELY MORE LOOK – Definitiv mehr, als du je erwartest hast. Dein Look. Deine Entscheidung.“

### **\*\*Szene 6: Die Vielseitigkeit des Lebens\*\***

(Bild: Verschiedene Szenen zeigen das Spiel aus Leben, Stil und Bewegung: eine Stadtsansicht, eine elegante Veranstaltung, ein einfacher Moment mit Freunden – alles passt zusammen und vermittelt den gleichen, stilvollen Eindruck.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Life, Label, Look – Leben, Label, Look. Alles gehört zusammen, alles ist miteinander verbunden.“

### **\*\*Szene 7: Mehr erreichen\*\***

(Bild: Eine Person steht auf einem Hügel, schaut in die Ferne, voller Hoffnung und Energie für das, was noch kommt. Sie ist bereit, den nächsten Schritt zu machen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Make, Made, More – Mach es. Mach mehr. Du hast noch so viel zu bieten.“

### **\*\*Szene 8: Bewegung und Fortschritt\*\***

(Bild: Ein Auto fährt durch eine atemberaubende Landschaft, schnell, effizient, voller Stil – der perfekte Moment der Bewegung und des Fortschritts.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Drive, Design, Definitely – Fahr, gestalte, definitiv. Dein Weg, deine Zukunft.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint vor einer dynamischen Kulisse, die den Fortschritt und die unendlichen Möglichkeiten symbolisiert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Dein Leben, dein Design. Es ist Zeit, mehr zu sehen, mehr zu erleben.“

## **\*\*Marketing Slogans 610-620\*\***

NBC - See you, are ready.

BYD - Yadimi Brother

BYD - Drive your Balance

Tesla - Truth accomplished legacy

ABC - From Past, to future, watch the culture

Google - Fly by me, bear by me

TNT - Truth need Truth

Papa John - Parapapara JOH JOOH JOOOH mmmhh

MIAUTO - You must to know, the car you know

MIAUTO - Keep it noise, ready for more

## **\*\*TV-Werbepot – Dein Moment, Deine Fahrt\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Start in den Tag\*\***

(Bild: Eine Person steht an der Tür, bereit, den Tag zu erobern. Der Blick ist fokussiert, der Moment voller Energie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „See you, are ready – Bist du bereit? Der Moment gehört dir.“

### **\*\*Szene 2: Freundschaft und Verbundenheit\*\***

(Bild: Zwei Freunde fahren zusammen in einem modernen Auto, die Straße zieht sich endlos vor ihnen. Sie lachen und genießen die Freiheit des Moments.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Yadimi Brother – Brüder im Geiste, gemeinsam auf der Reise.“

### **\*\*Szene 3: Balance und Kontrolle\*\***

(Bild: Eine Person fährt mit einem eleganten Fahrzeug durch eine weite, offene Landschaft. Der Blick ist ruhig und entschlossen, sie hat die Kontrolle über die Fahrt, das Leben und sich selbst.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Drive your Balance – Fahr in deinem Rhythmus, mit voller Balance.“

### **\*\*Szene 4: Die Wahrheit erkennen\*\***

(Bild: Eine Szene aus der Vergangenheit wird gezeigt, gefolgt von einer Vision der Zukunft. Der Moment ist voller Ehrlichkeit und Klarheit.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Truth accomplished legacy – Die Wahrheit. Eine hinterlassene Spur, die für immer bleibt.“

### **\*\*Szene 5: Vom Gestern ins Morgen\*\***

(Bild: Eine Person fährt auf einer historischen Straße, die mit Traditionen verbunden ist, doch der Blick geht immer weiter in die Zukunft, in Richtung von Innovation und Veränderung.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „From Past, to future, watch the culture – Vom Gestern ins Morgen. Sieh, wie die Kultur sich verändert.“

### **\*\*Szene 6: Freiheit und Stärke\*\***

(Bild: Ein Fahrzeug beschleunigt durch die Straßen, es gleitet mühelos durch die Landschaft. Der Wind weht durch das Haar, der Moment ist kraftvoll und voller Freiheit.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Fly by me, bear by me – Flieg an mir vorbei, sei mit mir, die Freiheit ruft.“

### **\*\*Szene 7: Wahrheit und Klarheit\*\***

(Bild: Eine Person steht in einem klaren, ruhigen Moment, sie blickt in den Spiegel und sieht sich selbst – die Wahrheit und Klarheit in ihrem Blick.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Truth need Truth – Die Wahrheit braucht Wahrheit, in allem, was du tust.“

### **\*\*Szene 8: Der einzigartige Sound\*\***

(Bild: Ein besonderer Moment, die Musik wird lauter, die Energie steigt, und eine Melodie wird zu einem kraftvollen Erlebnis.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Parapapara JOH JOOH JOOOH mmmhh – Ein Sound, der alles verändert.“

### **\*\*Szene 9: Die richtige Entscheidung\*\***

(Bild: Eine Person steigt in ein Auto, ein vertrautes Modell, das ihnen schon so viele Erinnerungen und Erlebnisse gebracht hat. Sie fährt los, überzeugt von ihrer Wahl.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „You must to know, the car you know – Du musst wissen, welches Auto du fährst. Es ist dein Begleiter.“

### **\*\*Szene 10: Die Reise geht weiter\*\***

(Bild: Die Fahrt geht weiter, die Landschaft verändert sich, aber der Moment bleibt – der perfekte Mix aus Geschwindigkeit, Freiheit und Abenteuer.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Keep it noise, ready for more – Lass es laut werden, bereit für das, was noch kommt.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint vor einer dynamischen Kulisse, die den Weg, die Freiheit und das Abenteuer symbolisiert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Bereit für mehr? Dein Moment, deine Fahrt, deine Wahrheit.“

## **\*\*Marketing Slogans 630-640\*\***

MIAUTO - Think like a Miauto, think different, be unsual

MIAUTO - To me and To You

MIAUTO - AUTO I AM, Love me by PM

MIAUTO - Feel the Way

MIAUTO - Official Drive Emotion

MIAUTO - FEEL FREE TO BE

MIAUTO - Keep it Drive

MIAUTO - I'm wonderful, you're magical, side by side

MIAUTO - Born to Drive, in my Name

MIAUTO - To Car me Auto

## **\*\*TV-Werbepot – Dein Weg, Deine Fahrt\*\***

### **\*\*Szene 1: Der erste Blick\*\***

(Bild: Eine Person steht vor einem modernen Auto, das im Sonnenlicht glänzt. Der Blick ist entschlossen und voller Erwartung, der Moment ist der Beginn einer Reise.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Think like a Miauto, think different, be unsual – Denk wie ein Miauto, denk anders, sei einzigartig.“

### **\*\*Szene 2: Die Verbindung\*\***

(Bild: Zwei Freunde steigen in das Auto, teilen einen Moment der Freude und des Vertrauens. Der Weg vor ihnen liegt offen, die Reise beginnt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „To me and To You – Für mich und für dich. Gemeinsam unterwegs, der Weg zählt.“

### **\*\*Szene 3: Die Leidenschaft\*\***

(Bild: Eine Person fährt bei Nacht, das Licht der Straßenlaternen spiegelt sich auf dem glänzenden Auto. Die Musik spielt leise, die Emotionen sind spürbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „AUTO I AM, Love me by PM – Auto bin ich, liebe mich bei Nacht, wenn der Moment magisch wird.“

### **\*\*Szene 4: Der Weg spüren\*\***

(Bild: Eine weite, offene Straße. Das Auto fährt mit Leichtigkeit und Geschwindigkeit, die Landschaft zieht ruhig vorbei. Der Moment fühlt sich ganz natürlich an.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Feel the Way – Spür den Weg, spür die Freiheit.“

### **\*\*Szene 5: Die emotionale Fahrt\*\***

(Bild: Eine Person fährt mit einer entschlossenen Haltung, die Landschaft um sie herum verändert sich, aber sie bleibt fokussiert. Die Fahrt ist ein Ausdruck purer Emotion.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Official Drive Emotion – Offizielle Fahrt, echte Emotionen. Jeder Kilometer fühlt sich an wie der erste.“

### **\*\*Szene 6: Freiheit erleben\*\***

(Bild: Das Auto fährt durch die Natur, die Sonne scheint, die Welt fühlt sich grenzenlos an. Der Moment gehört ganz dir, alles ist möglich.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „FEEL FREE TO BE – Fühl dich frei, sei einfach du.“

### **\*\*Szene 7: Der Fokus\*\***

(Bild: Der Fahrer konzentriert sich auf die Straße, die Hände am Steuer, das Auto gleitet ruhig und sicher. Jede Bewegung fühlt sich wie ein Teil des gesamten Erlebnisses an.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Keep it Drive – Bleib im Flow, bleib auf Kurs.“

### **\*\*Szene 8: Die perfekte Harmonie\*\***

(Bild: Zwei Personen fahren Seite an Seite in ihren Autos, die Sonne geht unter, und alles scheint im Einklang zu sein. Die Welt wirkt zusammengehörig und voller Energie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I’m wonderful, you’re magical, side by side – Ich bin wunderbar, du bist magisch, Hand in Hand.“

### **\*\*Szene 9: Geboren für die Straße\*\***

(Bild: Ein sportliches Auto fährt die Straße entlang, Geschwindigkeit und Eleganz sind in jeder Kurve spürbar. Der Fahrer scheint in perfekter Harmonie mit dem Fahrzeug zu sein.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Born to Drive, in my Name – Geboren, um zu fahren, unter meinem Namen.“

### **\*\*Szene 10: Die Reise fortsetzen\*\***

(Bild: Die Kamera zoomt auf das Auto, das majestätisch die Straße entlang fährt. Die Freiheit der Straße liegt vor einem, die Reise ist noch lange nicht zu Ende.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „To Car me Auto – Zu meinem Auto, zu meinem Leben.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo des Fahrzeugs erscheint vor einer atemberaubenden Landschaft. Die Reise geht weiter, immer mit dem gleichen Gefühl von Freiheit und Leidenschaft.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Fahr deinen Weg, sei einzigartig. Dein Auto, deine Emotion.“



## **\*\*Marketing Slogans 640-650\*\***

MIAUTO - My intelligent Arrival United Technology Official Car

MIAUTO - Magical integrated automatic user turbo official

McDonald - Nice to have it

McDonald - for you Mac it all

McDonald - Man, you must be crazy, to eat you

McDonald - You have to be crazy... to eat you

McDonald - The eye of the

McDonald - The eye eats too

McDonald - Im good, I must to eat

McDonald - I got to have it

## **\*\*TV-Werbepot – Deine Reise, Deine Technologie\*\***

### **\*\*Szene 1: Die Zukunft beginnt jetzt\*\***

(Bild: Ein futuristisches Auto fährt durch eine Stadt, die von modernen Technologien geprägt ist. Es ist mehr als nur ein Fahrzeug – es ist ein Symbol für Innovation und Fortschritt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „My intelligent Arrival, United Technology Official Car – Meine intelligente Ankunft, vereinte Technologie im offiziellen Auto. Der Beginn einer neuen Ära.“

### **\*\*Szene 2: Magische Leistung\*\***

(Bild: Das Auto fährt mit erstaunlicher Geschwindigkeit und Präzision, die Technologie des Fahrzeugs sorgt für eine nahezu magische Fahrt. Alles funktioniert automatisch, alles ist miteinander verbunden.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Magical integrated automatic user turbo official – Magisch integrierte Technologie, automatischer Turbo, offizieller Standard. Für die Fahrt der Zukunft.“

### **\*\*Szene 3: Die Freude des Besitzes\*\***

(Bild: Eine Person steigt in das Auto, der Moment fühlt sich perfekt an. Es ist mehr als nur ein Auto – es ist ein Statement, ein Erlebnis.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Nice to have it – Es ist schön, es zu haben. Der Moment ist jetzt.“

### **\*\*Szene 4: Dein Moment, Deine Wahl\*\***

(Bild: Eine weitere Person fährt mit dem Auto durch die Stadt, das Gefühl von Freiheit und Kontrolle. Sie hat die Wahl getroffen, und sie weiß, dass es die richtige war.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „For you, make it all – Für dich, mach alles möglich. Du entscheidest, wie weit du gehen willst.“

**\*\*Szene 5: Der außergewöhnliche Moment\*\***

(Bild: Eine Person schaut mit staunendem Blick auf das Auto, als ob sie gerade das Unglaubliche sieht. Die Technologie und die Leistung sind so fortschrittlich, dass sie fast surreal wirken.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Man, you must be crazy, to eat you – Du musst verrückt sein, wenn du nicht mehr willst als dieses Erlebnis.“

**\*\*Szene 6: Der Blick auf das Wesentliche\*\***

(Bild: Das Auto fährt durch eine atemberaubende Landschaft, die Kamera zoomt auf die klaren, präzisen Linien des Fahrzeugs, die so perfekt wie die Zukunft selbst erscheinen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „You have to be crazy... to eat you – Du musst verrückt sein, um es nicht zu wollen.“

**\*\*Szene 7: Der unwiderstehliche Reiz\*\***

(Bild: Der Fahrer hält inne, schaut sich das Auto an und lächelt, der Moment ist vollkommene Zufriedenheit. Es ist mehr als nur ein Fahrzeug, es ist ein Erlebnis, das man erleben muss.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The eye of the – Der Blick auf das Unvergleichliche. Du kannst einfach nicht wegsehen.“

**\*\*Szene 8: Der wahre Genuss\*\***

(Bild: Der Fahrer genießt die Fahrt, spürt die Leistung des Autos, die Technologie, die das Erlebnis so besonders macht. Es ist ein Gefühl, das man haben muss.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The eye eats too – Der Blick genießt auch. Alles passt, alles ist perfekt.“

**\*\*Szene 9: Der Drive geht weiter\*\***

(Bild: Das Auto fährt weiter, mit einer Geschwindigkeit und Eleganz, die niemanden kalt lässt. Der Fahrer ist eins mit dem Auto, die Fahrt fühlt sich unaufhaltsam an.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I'm good, I must to eat – Ich bin gut, ich muss erleben, was du zu bieten hast.“

**\*\*Szene 10: Der Höhepunkt der Technik\*\***

(Bild: Das Auto beschleunigt weiter, die Straßen verschwinden unter den Rädern, der Fahrer fühlt sich befreit und voller Energie. Die Technologie hat ihn überzeugt, die Zukunft ist jetzt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I got to have it – Ich muss es haben, es gehört zu mir.“

**\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo des Fahrzeugs erscheint vor einer futuristischen Kulisse, die den Weg in die Zukunft symbolisiert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Die Zukunft ist hier. Dein Auto, deine Entscheidung.“

## **\*\*Marketing Slogans 650-660\*\***

McDonald - Today was a good day  
McDonald - Everything is different except you  
McDonald - You meet me, have to nice  
McDonald - Touch me, you go crazy  
McDonald - Im touch, you crazy

McDonald - I taste you, you enjoy me  
McDonald - You snack me, double you  
McDonald - The world is crazy, you are always there for me  
Nike - Get in touch  
Nike - Just clock the game

## **\*\*TV-Werbepot – Dein Moment, Dein Erlebnis\*\***

### **\*\*Szene 1: Ein neuer Tag beginnt\*\***

(Bild: Eine Person wacht auf, das Licht des frühen Morgens strahlt durch das Fenster. Der Tag ist frisch, die Möglichkeiten sind endlos. Ein Gefühl der Erwartung liegt in der Luft.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Today was a good day – Heute war ein guter Tag. Der Beginn von etwas Neuem.“

### **\*\*Szene 2: Der vertraute Moment\*\***

(Bild: Eine vertraute Begegnung, ein Lächeln zwischen zwei Personen. Die Verbindung ist spürbar, und der Moment fühlt sich besonders an.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Everything is different except you – Alles verändert sich, aber du bleibst der gleiche. Du bist der Unterschied.“

### **\*\*Szene 3: Die Begegnung\*\***

(Bild: Eine Person nähert sich einer anderen, ihre Blicke treffen sich und die Atmosphäre ist elektrisierend. Etwas Neues wird geboren, es ist der Anfang von etwas Außergewöhnlichem.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „You meet me, have to nice – Du triffst mich, du wirst überrascht sein. Es wird großartig.“

### **\*\*Szene 4: Die Berührung\*\***

(Bild: Eine sanfte Berührung zwischen den beiden, die Intensität der Verbindung wächst, die Welt um sie herum wird blass. Es ist ein Moment, der den Atem raubt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Touch me, you go crazy – Berühre mich, du wirst verrückt vor Begeisterung.“

### **\*\*Szene 5: Das Spiel der Sinne\*\***

(Bild: Die Person steht vor einem aufregenden Erlebnis – der Geschmack, das Gefühl, alles ist intensiv und greifbar. Der Moment wird zu einem Spiel der Sinne.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I’m touch, you crazy – Ich bin der Moment, du bist die Energie.“

### **\*\*Szene 6: Der Genuss\*\***

(Bild: Eine Person genießt den Geschmack eines besonderen Snacks, der Moment ist pure Freude, jeder Bissen bringt sie weiter in die Welt des Genusses.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I taste you, you enjoy me – Ich koste dich, du genießt mich. Ein Erlebnis, das bleibt.“

### **\*\*Szene 7: Der Doppelte Genuss\*\***

(Bild: Die Person genießt den doppelten Genuss eines köstlichen Moments. Es ist mehr als nur ein Snack – es ist ein Erlebnis, das den Alltag erleuchtet.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „You snack me, double you – Du genießt mich, und es wird doppelt so gut.“

### **\*\*Szene 8: Das verrückte Spiel der Welt\*\***

(Bild: Die Welt um sie herum scheint verrückt zu sein, aber sie bleibt ruhig, konzentriert, immer da. Der Moment ist ihr und nur ihr.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The world is crazy, you are always there for me – Die Welt mag verrückt sein, aber du bist immer für mich da.“

### **\*\*Szene 9: Der Moment der Verbindung\*\***

(Bild: Eine Person greift nach ihrem Telefon und berührt den Bildschirm, um die Verbindung zu spüren. Die Technologie wird zum Werkzeug der Nähe, der Berührung.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Get in touch – Tritt in Kontakt, der Moment gehört uns.“

### **\*\*Szene 10: Das Spiel beginnt\*\***

(Bild: Die Person taucht in ein aufregendes Spiel ein, die Zeit wird irrelevant. Der Fokus liegt ganz auf dem Erlebnis, auf der nächsten großen Sache.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Just clock the game – Sieh dir das Spiel an, es beginnt jetzt.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo des Produkts erscheint vor einem dynamischen Hintergrund, der den Fluss der Zeit und den Moment einfängt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Erlebe den Moment. Erlebe das Spiel. Dein Tag, dein Erlebnis.“

## **\*\*Marketing Slogans 660-670\*\***

Nike - Get your keys  
Nike - Do what you like  
Nike - Powerful Movement  
Nike - Yes, we Can Do It  
Nike - I got a touch, nice to have it

Nike - nobody I can  
Nike - Clock the time  
Nike - Forever run, better like i  
Nike - I reach for you, but you run  
Nike - Live it better works

## **\*\*TV-Werbepot – Dein Moment, Dein Weg\*\***

### **\*\*Szene 1: Der erste Schritt\*\***

(Bild: Eine Hand greift nach einem Schlüssel, der Moment ist voller Bedeutung. Es geht nicht nur um einen Schlüssel, sondern um die Freiheit, die er mit sich bringt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Get your keys – Hol dir deinen Schlüssel. Der Beginn deiner Reise.“

### **\*\*Szene 2: Deine Entscheidung\*\***

(Bild: Eine Person steigt in ein modernes Auto, bereit, die Kontrolle zu übernehmen. Sie tut, was sie liebt, und der Weg vor ihr ist offen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Do what you like – Tu, was du liebst. Es ist dein Moment.“

### **\*\*Szene 3: Die Kraft spüren\*\***

(Bild: Das Auto setzt sich in Bewegung, die Geschwindigkeit und die Dynamik sind überwältigend. Der Fahrer fühlt sich unaufhaltbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Powerful movement – Spür die Kraft in jeder Bewegung.“

### **\*\*Szene 4: Der Moment der Entschlossenheit\*\***

(Bild: Eine Person schaut entschlossen in die Ferne, als ob sie den Weg vor sich sieht, bereit, jede Herausforderung anzunehmen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Yes, we can do it – Ja, wir können es. Wir gehen den Weg.“

### **\*\*Szene 5: Der perfekte Moment\*\***

(Bild: Eine Hand berührt das Lenkrad, die Verbindung zwischen Fahrer und Auto ist perfekt. Es fühlt sich gut an, wie ein Teil von etwas Größerem.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I got a touch, nice to have it – Ich hab den Moment, es ist schön, es zu haben.“

### **\*\*Szene 6: Die Freiheit genießen\*\***

(Bild: Das Auto fährt mit Leichtigkeit und Geschwindigkeit durch eine weite Landschaft. Der Fahrer fühlt sich frei, als könnte er die Welt erobern.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Nobody I can – Niemand hält mich auf. Der Weg gehört mir.“

### **\*\*Szene 7: Der ständige Takt\*\***

(Bild: Die Uhr tickt, aber die Zeit scheint zu stehen, als die Person in den Moment eintaucht. Die Welt dreht sich weiter, aber sie ist fokussiert und unbeirrt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Clock the time – Die Zeit zählt, aber du hast den Takt in der Hand.“

### **\*\*Szene 8: Die Unaufhaltsamkeit\*\***

(Bild: Das Auto fährt weiter, immer schneller, immer weiter, der Blick des Fahrers ist fest auf die Straße gerichtet. Es gibt kein Zurück mehr.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Forever run, better like I – Für immer laufen, besser als je zuvor.“

### **\*\*Szene 9: Der unaufhörliche Wunsch\*\***

(Bild: Der Fahrer streckt sich aus, als ob er nach etwas greift, was er nicht erreichen kann, aber er gibt nicht auf. Der Weg ist noch nicht zu Ende.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I reach for you, but you run – Ich greife nach dir, doch du entgleitest mir. Aber ich gebe nicht auf.“

### **\*\*Szene 10: Das Ziel erreichen\*\***

(Bild: Die Person kommt schließlich an, der Moment ist erfüllt von Zufriedenheit. Sie hat es geschafft, der Weg hat sich gelohnt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Live it better works – Leb es besser, weil es funktioniert. Dein Weg, dein Erfolg.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo des Produkts erscheint vor einer dynamischen, modernen Kulisse. Die Kamera zoomt auf das Auto, das die Straße entlangfährt, als Symbol für den unaufhörlichen Weg nach vorne.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Deine Reise. Dein Moment. Dein Erfolg.“

## **\*\*Marketing Slogans 670-680\*\***

Nike - Electrified, I can  
Nike - Play my vibes, chose your rights  
Nike - Do let go, Is Touch an Go  
Nike - Face in time, I got to Do  
Nike - Like me, me like

Nike - Come on to the groove  
Nike - Don't waste time, keep on moving  
Nike - Nice things To Do  
Nike - In mind, I twist you  
Nike - Back to raw, I still go

## **\*\*TV-Werbespot – Dein Moment, Deine Energie\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Start\*\***

(Bild: Ein elektrisierendes Gefühl durchzieht die Luft, als das Auto startet. Es ist ein Moment voller Energie und Möglichkeiten. Die Musik setzt ein, die Spannung steigt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Electrified, I can – Elektrisiert, ich kann. Dein Moment, deine Energie.“

### **\*\*Szene 2: Deine Wahl\*\***

(Bild: Eine Person greift nach dem Steuer, die Musik passt perfekt zu ihrem Puls. Sie weiß, es ist ihre Entscheidung, ihren eigenen Weg zu gehen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Play my vibes, chose your rights – Spiel meine Vibes, wähle deinen Weg.“

### **\*\*Szene 3: Der Augenblick\*\***

(Bild: Die Hand bewegt sich geschmeidig über den Bildschirm, alles fühlt sich direkt und intensiv an. Der Moment gehört ihnen, alles ist möglich.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Do let go, Is Touch an Go – Lass los, es ist ein Moment der Entscheidung.“

### **\*\*Szene 4: Im Rhythmus der Zeit\*\***

(Bild: Der Fahrer schaut auf die Uhr und dann auf die Straße, der Puls steigt mit jeder Sekunde. Der Weg ist klar, die Zeit gehört ihnen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Face in time, I got to do – Das Gesicht der Zeit, ich muss tun, was ich muss.“

### **\*\*Szene 5: Die Verbindung\*\***

(Bild: Die Person im Auto fühlt die Verbindung zu allem um sich herum, sie ist im Einklang mit der Musik und der Straße. Es fühlt sich einfach richtig an.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Like me, me like – Mag mich, ich mag es. Alles ist im Fluss.“\*

### **\*\*Szene 6: Der Groove beginnt\*\***

(Bild: Das Auto fährt durch eine lebendige Stadt, die Energie ist greifbar. Alles wird zur Melodie, jeder Moment ein Teil des größeren Ganzen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Come on to the groove – Komm in den Groove, der Moment ist jetzt.“\*

### **\*\*Szene 7: Der ständige Antrieb\*\***

(Bild: Das Auto fährt weiter, die Stadt zieht an ihnen vorbei. Die Musik wird lauter, der Fahrstil wird dynamischer. Zeit scheint nicht mehr zu existieren.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Don't waste time, keep on moving – Verschwend keine Zeit, bleib in Bewegung. Du hast das Ziel vor Augen.“\*

### **\*\*Szene 8: Der Spaß am Moment\*\***

(Bild: Die Person genießt jede Sekunde der Fahrt, der Moment fühlt sich unaufhaltsam an. Alles ist aufgeladen mit einer positiven Energie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Nice things to do – Es gibt so viel zu tun, so viel zu genießen.“\*

### **\*\*Szene 9: Der Twist\*\***

(Bild: Die Straßen verändern sich, die Fahrt wird aufregender. Die Person dreht das Lenkrad, als würde sie die Richtung ihres Lebens selbst bestimmen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „In mind, I twist you – In meinem Kopf, ich drehe dich. Der Weg ist immer noch offen.“\*

### **\*\*Szene 10: Zurück zum Ursprung\*\***

(Bild: Der Moment wird intensiver, das Fahrzeug beschleunigt, die Rückkehr zum „rohen“ Gefühl ist spürbar. Sie sind im Einklang mit der Straße, der Rhythmus wird stärker.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Back to raw, I still go – Zurück zu den Wurzeln, ich fahre weiter. Nichts kann mich stoppen.“\*

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo des Produkts erscheint vor einer modernen, pulsierenden Kulisse, die den unaufhaltsamen Drive widerspiegelt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Deine Energie. Dein Moment. Dein Weg.“\*



## **\*\*Marketing Slogans 680-690\*\***

Nike - Nice to have at a friend  
Nike - Keep on Move on Me  
Nike - If you need me to  
Nike - Back to the root, I move on  
Nike - Back in now, I run for

Nike - Back in the day  
Adidas - The Ey of movement  
Adidas - Ad it to Go  
Adidas - Accomplished through brave  
Adidas - Addition to that

## **\*\*TV-Werbepot – Dein Moment, Deine Bewegung\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Beginn der Reise\*\***

(Bild: Eine Person schaut auf das Handy, bekommt eine Nachricht von einem Freund, der sie auffordert, sich zu bewegen und Neues zu erleben. Der Moment beginnt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Nice to have at a friend – Es ist schön, einen Freund an deiner Seite zu haben. Der Beginn eines gemeinsamen Abenteuers.“

### **\*\*Szene 2: Die Entscheidung\*\***

(Bild: Die Person steht auf, bereit, sich zu bewegen. Die Kamera folgt ihrem Blick, der die Weite des Weges erfasst. Sie ist entschlossen, vorwärts zu gehen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Keep on move on me – Geh weiter, bleib in Bewegung. Es gibt immer mehr zu entdecken.“

### **\*\*Szene 3: Der Ruf nach Unterstützung\*\***

(Bild: Die Person schaut in die Kamera und spricht eine unsichtbare Stimme an, als ob sie sagen würde: „Ich bin bereit, was auch immer kommt.“)

**\*\*Voice-over:\*\*** „If you need me to – Wenn du mich brauchst, ich bin da.“

### **\*\*Szene 4: Zurück zu den Wurzeln\*\***

(Bild: Die Kamera zieht auf eine malerische Straße zu, die sich durch die Natur windet. Es ist der Rückgriff auf das Ursprüngliche, das einfache und wahre Gefühl, das sie antreibt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Back to the root, I move on – Zurück zu den Wurzeln, aber ich gehe weiter. Der Weg führt nach vorne.“

### **\*\*Szene 5: Der Antrieb des Moments\*\***

(Bild: Die Person läuft durch den Park, die Energie wächst mit jedem Schritt. Sie fühlt sich unaufhaltsam, bereit für alles, was kommt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Back in now, I run for – Jetzt bin ich zurück, ich laufe nach vorne. Der Moment gehört mir.“

### **\*\*Szene 6: Erinnerungen und neue Chancen\*\***

(Bild: Rückblenden von vergangenen Tagen, Erinnerungen an Zeiten, die man mit Freunden erlebt hat, und der Wunsch, wieder dorthin zurückzukehren.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Back in the day – Erinnerst du dich an die guten alten Zeiten? Aber jetzt beginnt etwas Neues.“

### **\*\*Szene 7: Der Blick auf die Bewegung\*\***

(Bild: Eine weite, offene Straße, die das Bild eines Weges in die Zukunft widerspiegelt. Der Blick ist fokussiert, der Moment wird klarer.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The Eye of movement – Der Blick auf die Bewegung. Es gibt keine Grenzen.“

### **\*\*Szene 8: Der Schritt nach vorne\*\***

(Bild: Die Person macht einen weiteren Schritt, ihr Gesicht zeigt Entschlossenheit. Es ist ein Moment des Übergangs, ein neuer Schritt auf einem spannenden Weg.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Add it to go – Gib alles, geh weiter. Jeder Schritt bringt dich voran.“

### **\*\*Szene 9: Der Mut zu handeln\*\***

(Bild: Die Kamera fängt die Person in einem Moment des Triumphs ein, als sie eine Herausforderung gemeistert hat. Sie strahlt Stolz aus, das Ziel ist erreicht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Accomplished through brave – Erreicht durch Mut. Der Weg lohnt sich.“

### **\*\*Szene 10: Der nächste Schritt\*\***

(Bild: Der Blick weitet sich, die Welt wird größer, und neue Horizonte erscheinen am Horizont.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Addition to that – Und es gibt noch mehr zu entdecken. Dein Moment, deine Reise.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo des Produkts erscheint vor einer klaren, dynamischen Kulisse, die den unaufhaltsamen Drang nach Weiterentwicklung widerspiegelt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Dein Weg. Dein Moment. Deine Entschlossenheit.“

## **\*\*Marketing Slogans 680-690\*\***

Adidas - The way to grow  
Adidas - I see, and I move  
Adidas - Be the Addition  
Adidas - I did it again  
Adidas - Be there to move

Adidas - Be there for the three of us  
Adidas - The power of hour  
Adidas - I'm not lazy, I'm crazy  
Adidas - I the Be  
Adidas - I did, you Do

## **\*\*TV-Werbepot – Dein Moment, Deine Power\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Anfang des Wachstums\*\***

(Bild: Ein junger Mensch steht vor einer Herausforderung, der Blick ist entschlossen, der erste Schritt wird gemacht. Eine neue Reise beginnt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The way to grow – Der Weg zu wachsen. Jeder Schritt bringt dich weiter.“

### **\*\*Szene 2: Entschlossenheit in Bewegung\*\***

(Bild: Die Person sieht sich um, erfasst die Situation und bewegt sich mit Klarheit und Zielstrebigkeit. Nichts hält sie auf.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I see, and I move – Ich sehe, und ich bewege mich. Der Moment gehört mir.“

### **\*\*Szene 3: Die Entscheidung treffen\*\***

(Bild: Eine Person nimmt die Chance, tritt voran und fügt sich nahtlos in die Umgebung ein, wird Teil des Ganzen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Be the Addition – Sei die Ergänzung, die den Unterschied macht.“

### **\*\*Szene 4: Wiederholung des Erfolges\*\***

(Bild: Die Person hat die Herausforderung gemeistert und ist bereit für die nächste. Wieder wird der Schritt gewagt, das Vertrauen wächst.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I did it again – Ich habe es wieder getan. Und ich werde es immer wieder tun.“

### **\*\*Szene 5: Das Team\*\***

(Bild: Drei Personen stehen zusammen, ihre Körperhaltung ist selbstbewusst. Sie schauen in die Ferne, bereit für das, was kommt. Es geht um den Moment der Gemeinschaft.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Be there for the three of us – Sei da für uns alle. Zusammen sind wir stärker.“

### **\*\*Szene 6: Die Kraft des Moments\*\***

(Bild: Die Uhr zeigt den Höhepunkt des Moments an, das Tempo steigt, die Energie erreicht ihren Höhepunkt. Der Blick bleibt auf das Ziel gerichtet.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The power of hour – Die Kraft des Moments. Du entscheidest, wann es Zeit ist.“

### **\*\*Szene 7: Der Antrieb\*\***

(Bild: Eine Person springt mit einem Lächeln, voller Energie. Sie zeigt, dass wahre Motivation aus Leidenschaft und nicht aus Faulheit kommt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I’m not lazy, I’m crazy – Ich bin nicht faul, ich bin verrückt nach dem Erfolg.“

### **\*\*Szene 8: Das Wesentliche\*\***

(Bild: Die Person steht auf dem Gipfel, der Blick ist klar, der Moment ist da. Sie hat ihr Ziel erreicht und weiß, dass sie den nächsten Schritt machen kann.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I the Be – Ich bin der Moment, ich bin die Veränderung.“

### **\*\*Szene 9: Der Austausch\*\***

(Bild: Zwei Menschen arbeiten zusammen, sie ergänzen sich perfekt und erreichen gemeinsam mehr als jeder für sich allein.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I did, you do – Ich habe es getan, du tust es. Gemeinsam schaffen wir alles.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint in einem dynamischen, kraftvollen Design, das den unaufhaltbaren Drive des Moments widerspiegelt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Dein Moment. Deine Power. Dein Erfolg.“

## **\*\*Marketing Slogans 690-700\*\***

Adidas - Hey, how do you want it  
Adidas - I did, I said, I made  
Adidas - Be the I  
Adidas - Power way, this it what say  
Adidas - The harmony

Adidas - Emotion in Motion  
Adidas - The groove of proof  
New Era - Count me in  
New Era - Beat me, I will be able to  
New Era - Can't stop by the way

## **\*\*TV-Werbepot – Dein Weg, Deine Energie\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Start\*\***

(Bild: Eine Person steht an einem Kreuzungspunkt, voller Energie und Entscheidungskraft. Sie blickt in die Ferne und überlegt, was der nächste Schritt sein wird.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Hey, how do you want it – Wie willst du es? Der Moment, in dem du alles entscheidest.“

### **\*\*Szene 2: Entschlossenheit und Selbstvertrauen\*\***

(Bild: Die Person hat die Entscheidung getroffen, jetzt geht es um die Umsetzung. Sie sieht auf ihre Hände, ein Symbol für das, was sie tun kann.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I did, I said, I made – Ich habe es getan, ich habe es gesagt, ich habe es gemacht. Jetzt geht's los.“

### **\*\*Szene 3: Die Eigenständigkeit\*\***

(Bild: Die Person geht mit Selbstvertrauen voran, bereit, ihren eigenen Weg zu gehen, unabhängig von anderen. Sie ist der Motor ihres Erfolgs.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Be the I – Sei das Ich. Dein Moment gehört nur dir.“

### **\*\*Szene 4: Der Weg zur Kraft\*\***

(Bild: Eine dynamische Szenerie, die Straße wird breiter, das Tempo steigt. Die Energie in der Luft ist spürbar, der Weg führt zu etwas Großem.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Power way, this is what I say – Der Weg der Kraft, genau das ist, was ich sage. Du kannst es schaffen.“

### **\*\*Szene 5: Harmonie und Einklang\*\***

(Bild: Die Kamera fängt eine friedliche, aber dennoch kraftvolle Szene ein – Menschen bewegen sich im Einklang, der Moment ist voller Harmonie und Balance.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The harmony – Die Harmonie. Alles im perfekten Gleichgewicht.“

### **\*\*Szene 6: Emotion in Bewegung\*\***

(Bild: Eine Person tanzt durch die Straßen, die Musik begleitet die Bewegungen. Es ist ein Moment purer Energie und Emotion in jeder Bewegung.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Emotion in Motion – Emotionen in Bewegung. Spür die Kraft, die dich antreibt.“

### **\*\*Szene 7: Der Beweis der Stärke\*\***

(Bild: Die Kamera zoomt auf die Füße der Person, die im Rhythmus der Musik geht. Die Bewegungen sind präzise, der Groove ist unaufhaltbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The groove of proof – Der Groove des Beweises. Zeig, was du kannst.“

### **\*\*Szene 8: Der Moment der Entscheidung\*\***

(Bild: Die Person ist mitten in der Menge, doch ihre Bewegungen stechen hervor. Sie weiß, sie ist da, um zu gewinnen. Sie gehört hierhin.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Count me in – Zähl mich dazu. Ich bin bereit.“

### **\*\*Szene 9: Überwinden der Grenzen\*\***

(Bild: Eine Herausforderung taucht auf, aber die Person läuft unaufhaltsam weiter. Der Weg wird weiter, die Musik wird schneller, das Tempo steigt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Beat me, I will be able to – Schlag mich, aber ich werde es schaffen. Es gibt keinen Halt.“

### **\*\*Szene 10: Der unaufhaltsame Weg\*\***

(Bild: Die Person fährt mit voller Geschwindigkeit, die Straße öffnet sich vor ihr. Sie schaut nicht zurück, der Weg ist klar und unbegrenzt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Can't stop by the way – Ich kann nicht stoppen. Der Weg ist das Ziel.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint vor einer kraftvollen, dynamischen Kulisse, die den stetigen Fluss und die Energie widerspiegelt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Dein Weg. Deine Energie. Dein Erfolg.“

## **\*\*Marketing Slogans 700-710\*\***

New Era - We enjoy new Areas  
New Era - Style in Move  
New Era - I will send you, back to future  
New Era - Enjoy your style  
New Era - I Shock the System

New Era - I wish you would  
New Era - Enjoy this Generation  
New Era - We show off  
New Era - Trust me, my ist better  
New Era - I drive my own

## **\*\*TV-Werbespot – Dein Stil. Deine Zukunft. Deine Bewegung.\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Beginn der Entdeckung\*\***

(Bild: Eine Person steht auf einer atemberaubenden Aussicht und blickt in die Ferne, bereit, neue Gebiete zu erkunden. Die Kamera fährt langsam zu ihr hin, während sie entschlossen in die Zukunft schaut.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We enjoy new areas – Wir genießen neue Gebiete. Der erste Schritt in eine neue Welt.“

### **\*\*Szene 2: Bewegung im Stil\*\***

(Bild: Die Person bewegt sich durch die Stadt, ihr Gang ist selbstbewusst und stilvoll. Alles um sie herum scheint sich im Rhythmus ihrer Bewegungen zu entfalten.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Style in move – Stil in Bewegung. Dein Moment, dein Weg.“

### **\*\*Szene 3: Der Blick in die Zukunft\*\***

(Bild: Die Kamera zeigt eine futuristische Szenerie, dann zurück zu der Person, die mit einem smarten Gerät in der Hand die Zeit zurückdreht. Sie lächelt, als sie die Zukunft vor sich sieht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I will send you back to future – Ich schicke dich zurück in die Zukunft. Die Zeit gehört dir.“

### **\*\*Szene 4: Der Genuss des eigenen Stils\*\***

(Bild: Die Person sitzt entspannt in einem schicken Café, ihre Augen strahlen Selbstvertrauen aus. Die Musik untermalt den Moment, als sie sich in ihrem eigenen Stil wiederfindet.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Enjoy your style – Genieße deinen Stil. Er gehört nur dir.“

### **\*\*Szene 5: Das Erschüttern des Systems\*\***

(Bild: Die Person macht einen Schritt vorwärts, und plötzlich beginnen sich die Dinge um sie herum zu verändern – alles wird lebendiger, die Farben intensiver. Sie ist bereit, das System herauszufordern.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I shock the system – Ich erschüttere das System. Veränderung beginnt mit dir.“

### **\*\*Szene 6: Der Wunsch nach Veränderung\*\***

(Bild: Die Kamera zeigt eine Nahaufnahme der Person, die in einem Moment der Reflexion steht. Sie sieht die Welt mit neuen Augen und wünscht sich mehr.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I wish you would – Ich wünschte, du würdest. Die Zeit für Veränderung ist jetzt.“

### **\*\*Szene 7: Die neue Generation erleben\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Menschen, die mit neuester Technologie und grenzenloser Energie durch die Stadt geht, im Einklang mit der Zukunft und dem, was kommt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Enjoy this generation – Genieße diese Generation. Der Wandel ist hier.“

### **\*\*Szene 8: Der Moment des Ausdrucks\*\***

(Bild: Die Person geht durch die Straßen, dreht sich um und zeigt stolz ihre Leidenschaft und ihren Lebensstil. Es ist der Moment, in dem sie sich selbst zeigt, ohne Angst, ohne Kompromisse.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We show off – Wir zeigen uns. Der Moment, in dem du dich ausdrückst.“

### **\*\*Szene 9: Vertrauen in die eigene Stärke\*\***

(Bild: Die Person blickt in die Kamera, ihre Haltung ist selbstsicher, und sie spricht mit einem Lächeln. Sie weiß, dass sie den besten Weg gewählt hat.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Trust me, mine is better – Vertraue mir, mein Weg ist der beste. Du weißt es.“

### **\*\*Szene 10: Die eigene Fahrt\*\***

(Bild: Die Person fährt in einem leistungsstarken Fahrzeug die Straße entlang, die Freiheit und das Gefühl der Kontrolle sind in jedem Moment spürbar. Die Musik steigert sich zu einem kraftvollen Höhepunkt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I drive my own – Ich fahre meinen eigenen Weg. Es ist dein Leben, dein Tempo.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint vor einer modernen und kraftvollen Kulisse, die den Weg in die Zukunft widerspiegelt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Dein Stil. Deine Zukunft. Deine Bewegung.“



## **\*\*Marketing Slogans 710-720\*\***

New Era - It's a new  
New Era - You can change everything  
New Era - Put in a draw  
New Era - It's be waiting for You  
New Era - Welcome to my World

New Era - You my Daydream  
New Era - Clothes by Timeing  
New Era - We never get up, of style  
New Era - Round each time  
New Era - I heard from you  
New Era - Nice to have it

## **\*\*TV-Werbespot – Deine Welt. Deine Veränderung.\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Beginn einer neuen Ära\*\***

(Bild: Eine ruhige Morgenszene – die Sonne geht auf, und eine Person steht am Fenster, der Blick ist voller Vorfreude auf das, was kommt. Die Kamera schwenkt langsam in die Ferne, als Symbol für einen neuen Beginn.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „It's a new – Es ist etwas Neues. Der Beginn von allem, was du willst.“

### **\*\*Szene 2: Die Macht der Veränderung\*\***

(Bild: Die Person nimmt einen entscheidenden Schritt, dreht sich um und geht mit Zuversicht in eine neue Richtung. Ihr Blick ist fest, als ob sie die Welt verändern könnte.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „You can change everything – Du kannst alles verändern. Es liegt in deiner Hand.“

### **\*\*Szene 3: Die Entscheidung treffen\*\***

(Bild: Eine elegante Box wird geöffnet, in der sich eine Auswahl an neuen Möglichkeiten befindet – Symbol für die Entfaltung von Potenzialen und Träumen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Put in a draw – Leg es in eine Schublade. Du hast die Wahl.“

### **\*\*Szene 4: Die Zeit des Wartens ist vorbei\*\***

(Bild: Die Kamera zoomt auf die Uhr, die Zeit vergeht – aber die Person ist nicht länger passiv. Sie ist bereit für die Veränderung, die sie erwartet.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „It's be waiting for you – Es hat auf dich gewartet. Die Zeit ist jetzt.“

### **\*\*Szene 5: Willkommen in der neuen Welt\*\***

(Bild: Die Person tritt aus dem Gebäude und geht selbstbewusst in eine moderne, pulsierende Stadt, die in Farben und Bewegung lebt. Alles fühlt sich frisch und aufregend an.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Welcome to my world – Willkommen in meiner Welt. Hier beginnt alles.“

### **\*\*Szene 6: Der Traum wird wahr\*\***

(Bild: Ein traumhafter Moment: Die Person schließt die Augen, der Wind weht, und sie sieht sich selbst in der perfekten Zukunft – eine Welt, in der alles möglich ist.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „You my daydream – Du bist mein Tagtraum. Alles, was du dir wünschst, wird real.“

### **\*\*Szene 7: Mode und Zeit\*\***

(Bild: Die Person wechselt stilvoll zwischen verschiedenen Outfits, jedes davon passt perfekt zum Moment und der eigenen Persönlichkeit. Zeit scheint in ihren Bewegungen stillzustehen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Clothes by timing – Kleidung, die mit der Zeit kommt. Dein Stil, dein Moment.“

### **\*\*Szene 8: Der zeitlose Stil\*\***

(Bild: Die Person geht durch die Straßen, ihr Outfit ist zeitlos und dennoch modern – eine perfekte Kombination von klassisch und aktuell.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We never get up, off style – Wir kommen nie aus der Mode. Stil ist zeitlos.“

### **\*\*Szene 9: Die Reise geht weiter\*\***

(Bild: Die Kamera folgt der Person auf ihrer Reise durch die Stadt, die Welt ist ihre Bühne. Der Moment scheint endlos, immer wieder ein neuer Beginn.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Round each time – Rund um jede Zeit. Immer einen Schritt weiter.“

### **\*\*Szene 10: Die Verbindung spüren\*\***

(Bild: Die Person nimmt ihr Handy in die Hand, eine Nachricht erscheint auf dem Bildschirm – es ist eine Verbindung, die nicht nur digital, sondern auch emotional ist.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I heard from you – Ich habe von dir gehört. Die Verbindung zählt.“

### **\*\*Szene 11: Der Moment der Freude\*\***

(Bild: Die Person hält ein Produkt in der Hand, es ist genau das, was sie wollte. Das Lächeln auf ihrem Gesicht zeigt, dass dieser Moment der perfekte Abschluss ist.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Nice to have it – Schön, es zu haben. Es gehört dir.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint elegant auf dem Bildschirm, begleitet von einem Hintergrund, der Frische und Energie ausstrahlt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Deine Welt. Deine Veränderung. Dein Moment.“

## **\*\*Marketing Slogans 720-730\*\***

New Era - You can make it, we can make it  
New Era - Enjoy this opportunity  
New Era - We were happy  
New Era - I show you the most  
New Era - American glory  
New Era - People live to free  
New Era - It's so shaped  
New Era - Our team still rolling  
New Era - in harmony perfection  
New Era - We are on to groove in

## **\*\*TV-Werbespot – Deine Chance. Unsere Zukunft.\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Moment der Entscheidung\*\***

(Bild: Eine Person steht am Rand eines weiten, offenen Feldes. Der Wind weht, die Sonne geht auf, und sie schaut mit Entschlossenheit in die Ferne.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „You can make it, we can make it – Du kannst es schaffen, wir können es schaffen. Gemeinsam geht alles.“

### **\*\*Szene 2: Die Chance ergreifen\*\***

(Bild: Die Kamera zeigt eine Hand, die einen Schlüssel hält – ein Symbol für die Möglichkeiten, die vor einem liegen. Die Person tritt einen Schritt nach vorne und ergreift die Chance.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Enjoy this opportunity – Genieße diese Gelegenheit. Es ist deine Zeit.“

### **\*\*Szene 3: Der Moment des Glücks\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Freunden feiert zusammen, lacht und genießt das Leben. Die Kamera fängt ihre Freude und das Gefühl des Zusammenseins ein.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We were happy – Wir waren glücklich. Momente, die für immer bleiben.“

### **\*\*Szene 4: Die Entfaltung der Möglichkeiten\*\***

(Bild: Die Person zeigt auf ein weites, strahlendes Panorama, das den Weg vor ihr symbolisiert. Alles scheint möglich, alles ist offen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I show you the most – Ich zeige dir das Beste. Die Welt wartet auf uns.“

### **\*\*Szene 5: Der amerikanische Traum\*\***

(Bild: Die Kamera schwenkt über eine beeindruckende Skyline – modern, lebendig, voller Energie. Es ist ein Symbol für die Freiheit und die Möglichkeiten, die Amerika bietet.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „American glory – Amerikanischer Ruhm. Hier geht es um Chancen und Freiheit.“

### **\*\*Szene 6: Freiheit leben\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Menschen fährt mit offenen Autos durch die Straßen, der Wind weht in ihren Haaren. Sie sind frei, sie leben ihren Traum.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „People live to free – Menschen leben, um frei zu sein. Freiheit ist unser Antrieb.“

### **\*\*Szene 7: Perfekte Form\*\***

(Bild: Eine sportliche Leistung wird in Zeitlupe eingefangen – die Bewegungen sind präzise, jeder Schritt ist perfekt. Es ist die Darstellung von Form und Harmonie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „It’s so shaped – Es ist so geformt. Perfektion in jedem Detail.“

### **\*\*Szene 8: Das Team im Einklang\*\***

(Bild: Ein Team arbeitet zusammen, in völliger Harmonie – jeder kennt seinen Platz, und zusammen erreichen sie Großes.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Our team still rolling – Unser Team rollt weiter. Gemeinsam erreichen wir mehr.“

### **\*\*Szene 9: Harmonie und Perfektion\*\***

(Bild: Das Team bewegt sich synchron, die Kamera fängt den Rhythmus und die Energie ein, die aus ihrer Zusammenarbeit entstehen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „In harmony perfection – In perfekter Harmonie. Wir machen den Unterschied.“

### **\*\*Szene 10: Die Zukunft im Groove\*\***

(Bild: Die Szene wechselt zu einer energiegeladenen Tanzfläche, auf der alle im Takt der Musik tanzen, vereint in Bewegung und Freude. Die Musik wird lauter, die Energie steigt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We are on to groove in – Wir sind bereit, loszulegen. Die Zukunft beginnt hier.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint auf dem Bildschirm, begleitet von dynamischen Bildern der vorherigen Szenen – Teamwork, Freiheit, Energie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Deine Chance. Unsere Zukunft. Gemeinsam mehr erreichen.“

## **\*\*Marketing Slogans 730-740\*\***

New Era - Some this days  
New Era - I memories lately  
New Era - Take a look around  
New Era - Finish him  
New Era - I splash your Style  
New Era - If I ruled the world

T2OnMe - I me, myself  
T2OnMe - me I myself  
T2OnMe - me myself and i  
T2OnMe - Myself is yours  
T2OnMe - I always trust

## **\*\*TV-Werbepot – Deine Welt, Deine Entscheidung.\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Beginn eines neuen Moments\*\***

(Bild: Ein ruhiger Sonnenaufgang, die Kamera schwenkt durch eine Stadtlandschaft, die langsam zum Leben erwacht. Der Blick der Person ist nachdenklich, als ob sie in der Zeit zurückgeht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Some of these days – Manche dieser Tage bleiben für immer in deiner Erinnerung.“

### **\*\*Szene 2: Erinnerungen und Reflexion\*\***

(Bild: Die Person blättert durch ein Fotoalbum, auf jedem Bild wird eine Erinnerung lebendig. Die Kamera bleibt bei einem bestimmten Moment stehen – ein glücklicher, unvergesslicher Augenblick.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I memories lately – Ich erinnere mich an diese Momente. Die besten Erinnerungen kommen immer wieder.“

### **\*\*Szene 3: Der Blick auf die Welt\*\***

(Bild: Die Person tritt aus einem Gebäude, blickt auf die weite Stadt und atmet tief ein. Sie sieht mit neuen Augen, als würde sie die Welt zum ersten Mal entdecken.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Take a look around – Schau dich um. Die Welt wartet auf dich.“

### **\*\*Szene 4: Der entschlossene Moment\*\***

(Bild: Die Kamera zeigt eine entschlossene Person, die sich auf einen wichtigen Moment vorbereitet. Ein Ziel vor Augen, nichts kann sie aufhalten.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Finish him – Erreiche dein Ziel. Mach den letzten Schritt.“

### **\*\*Szene 5: Dein persönlicher Stil\*\***

(Bild: Eine Person geht durch die Straßen, ihr Outfit ist einzigartig und spiegelt ihren persönlichen Stil wider. Sie zieht alle Blicke auf sich, mit Selbstbewusstsein und Charme.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I splash your style – Dein Stil, dein Statement. Du hebst dich ab.“

### **\*\*Szene 6: Die Macht der eigenen Vision\*\***

(Bild: Die Kamera zeigt die Person, die in einem Moment der Vorstellungskraft die Welt in ihren Händen hält, als ob sie sie gestalten könnte. Alles ist möglich.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „If I ruled the world – Wenn ich die Welt regieren würde. Du hast die Macht, alles zu verändern.“

### **\*\*Szene 7: Du und ich\*\***

(Bild: Die Kamera zeigt eine Person, die sich vor einem Spiegel betrachtet – eine momentane Begegnung mit sich selbst. Es ist der Augenblick der Selbstreflexion und des Selbstvertrauens.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I me, myself – Ich. Ich selbst. Du kannst alles erreichen.“

### **\*\*Szene 8: Die innere Stärke\*\***

(Bild: Die Person geht weiter, die Kamera zeigt verschiedene Perspektiven von ihr – ruhig, bestimmt und selbstsicher. Ihre Welt dreht sich um ihre eigene Identität.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Me, I myself – Nur ich und mein Weg.“

### **\*\*Szene 9: Die Entscheidung treffen\*\***

(Bild: Die Person steht am Rand einer Kreuzung, blickt nach vorne und trifft eine bewusste Entscheidung, ihren eigenen Weg zu gehen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Me, myself and I – Ich, selbst und niemand anderes. Deine Entscheidung, dein Leben.“

### **\*\*Szene 10: Vertrauen und Zusammenhalt\*\***

(Bild: Zwei Menschen reichen sich die Hand, ein Blick des Vertrauens. In diesem Moment ist alles klar – sie stehen füreinander ein.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Myself is yours – Ich vertraue dir. Gemeinsam geht alles.“

### **\*\*Szene 11: Der unerschütterliche Glaube\*\***

(Bild: Die Person blickt nach oben, mit einem Lächeln auf dem Gesicht, als ob sie weiß, dass der Weg, den sie gewählt hat, der richtige ist.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I always trust – Vertrauen ist der Schlüssel. Und du kannst darauf bauen.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint auf dem Bildschirm, begleitet von kraftvollen Bildern der Person auf ihrem Weg, immer vorwärts, immer mit Vertrauen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Deine Welt. Dein Weg. Dein Moment.“

## **\*\*Marketing Slogans 740-750\*\***

T2OnMe - Yes on 2  
T2OnMe - power of magical delicious taste  
T2OnMe - Kiss and hug Me  
T2OnMe - Me on to  
T2OnMe - Be Yourself

T2OnMe - I rule, you snack  
T2OnMe - Super, Prima, Fantastico  
T2OnMe - Refresh the magic  
T2OnMe - Trust in Taste  
T2OnMe - me and my gods  
T2OnMe - good to be, the one and only

## **\*\*TV-Werbepot – Der Geschmack der Magie.\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Moment der Entscheidung\*\***

(Bild: Eine Person steht in einer Küche, greift nach einem Produkt und schaut mit einem Lächeln in die Kamera. Es ist der Beginn eines außergewöhnlichen Moments.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Yes on 2 – Ja, der Moment ist jetzt. Es ist Zeit, sich zu entscheiden.“

### **\*\*Szene 2: Der Zauber des Geschmacks\*\***

(Bild: Nahaufnahme eines leckeren Snacks, der in Zeitlupe von der Hand genommen wird. Der erste Bissen wird mit Genuss und Zufriedenheit aufgenommen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Power of magical delicious taste – Die Kraft eines magischen, köstlichen Geschmacks. Jeder Bissen ein Abenteuer.“

### **\*\*Szene 3: Der Moment der Nähe\*\***

(Bild: Zwei Menschen tauschen ein Lächeln und ein inniges Umarmen, ihre Verbindung wird durch den Geschmack des Produkts verstärkt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Kiss and hug me – Ein Moment, der nur durch den Geschmack noch intensiver wird.“

### **\*\*Szene 4: Du bist der Schlüssel\*\***

(Bild: Eine Person dreht sich in einem Raum voller Energie und Inspiration. Sie ist sich ihrer Selbst sicher und lebt in diesem Moment ihre wahre Persönlichkeit.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Me on to – Sei einfach du selbst. Der Weg ist nur der, den du wählst.“

### **\*\*Szene 5: Deine Macht, dein Genuss\*\***

(Bild: Die Kamera zeigt eine Person, die mit Selbstbewusstsein und Genuss einen Snack greift und sich dabei voll und ganz auf den Moment konzentriert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Be yourself – Sei du selbst. Der Geschmack gehört dir.“

### **\*\*Szene 6: Die ultimative Herrschaft\*\***

(Bild: Eine Person genießt ihren Snack, während sie mit einem Augenzwinkern und einem zufriedenen Lächeln die Welt um sich betrachtet. Die Freude am Genuss ist unverkennbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I rule, you snack – Ich herrsche, du genießt. Es ist unsere Zeit.“

### **\*\*Szene 7: Das unverwechselbare Erlebnis\*\***

(Bild: Verschiedene Szenen zeigen Menschen, die sich über den einzigartigen Geschmack freuen – überall werden Superlative ausgesprochen, jeder Bissen bringt Glück.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Super, Prima, Fantastico – Ein Geschmack, der alles übertrifft. Der wahre Genuss.“

### **\*\*Szene 8: Der Zauber in jedem Moment\*\***

(Bild: Ein magischer Glanz umgibt die Szene, als sich das Produkt in den Händen einer Person verwandelt. Ein Moment der Verwandlung, der den Alltag durchbricht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Refresh the magic – Erfrische die Magie, erwecke den Moment.“

### **\*\*Szene 9: Vertrauen in das, was zählt\*\***

(Bild: Zwei Menschen stoßen mit ihren Getränken an, ein Ausdruck von Vertrauen und Freude auf ihren Gesichtern, während sie den einzigartigen Geschmack genießen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Trust in taste – Vertrauen in den Geschmack. Und er wird dich nicht enttäuschen.“

### **\*\*Szene 10: Ein unvergessliches Erlebnis\*\***

(Bild: Die Kamera zeigt eine Person, die mit einer Gruppe von Freunden zusammen ist, alle lachen und genießen den Moment. Der Geschmack verbindet sie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Me and my gods – Gemeinsam mit den Besten. Hier ist der wahre Genuss.“

### **\*\*Szene 11: Der wahre Genuss\*\***

(Bild: Die Kamera zeigt eine Person, die sich mit einem letzten Blick in den Spiegel dreht, voller Zufriedenheit und Freude, während sie den letzten Bissen genießt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Good to be, the one and only – Es ist gut, der einzig Wahre zu sein. Der Geschmack ist einzigartig.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint auf dem Bildschirm, begleitet von kraftvollen Bildern des Produkts, das in verschiedenen Momenten des Genusses auftaucht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Der Geschmack, der dich verändert. Sei du selbst. Lebe den Moment.“



## **\*\*Marketing Slogans 750-760\*\***

T2OnMe - We make it, You do it  
T2OnMe - Just of Two of us  
T2OnMe - Time is unusual  
T2OnMe - Slide away  
T2OnMe - Glory by Taste  
T2OnMe - Be me and You  
T2OnMe - You use, we inspired  
T2OnMe - Grab and Touch  
T2OnMe - We go make it, We go make it  
T2OnMe - Under pressure, we design  
T2OnMe - We make it today, tomorrow will happen

## **\*\*TV-Werbepot – Die Zukunft beginnt jetzt.\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Beginn einer Zusammenarbeit\*\***

(Bild: Zwei Personen stehen nebeneinander, bereit, etwas Großartiges zu erschaffen. Ihre Blicke sind fokussiert und voller Entschlossenheit.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We make it, you do it – Wir machen es, du tust es. Gemeinsam schaffen wir Großes.“

### **\*\*Szene 2: Der Moment der Verbindung\*\***

(Bild: Zwei Hände greifen gleichzeitig nach dem gleichen Produkt. Ein symbolischer Moment, der ihre Zusammenarbeit und Verbindung widerspiegelt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Just the two of us – Nur wir zwei. Es geht nur um uns.“

### **\*\*Szene 3: Der unkonventionelle Moment\*\***

(Bild: Eine Uhr läuft langsamer, der Moment scheint stillzustehen, während die Person den Raum mit einem selbstsicheren Lächeln betritt. Zeit hat keine Bedeutung mehr.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Time is unusual – Die Zeit ist ungewöhnlich, aber der Moment ist jetzt.“

### **\*\*Szene 4: Der Fluss der Bewegung\*\***

(Bild: Eine Person gleitet mit Leichtigkeit und Stil durch einen Raum, fast als ob sie über den Boden schwebt. Alles fühlt sich mühelos an.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Slide away – Gleite dahin, wo die Möglichkeiten auf dich warten.“

**\*\*Szene 5: Der wahre Genuss\*\***

(Bild: Eine Nahaufnahme von jemandem, der einen Bissen von etwas Köstlichem nimmt. Ihre Augen leuchten auf, als sie den Geschmack genießen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Glory by taste – Der wahre Ruhm liegt im Geschmack. Erlebe es.“

**\*\*Szene 6: Wir und du – Ein Team\*\***

(Bild: Die beiden Personen stehen Seite an Seite, voller Vertrauen und Freude, bereit, den nächsten Schritt zu gehen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Be me and you – Sei ich und du. Wir sind ein Team.“

**\*\*Szene 7: Inspiration durch Nutzung\*\***

(Bild: Eine Person nutzt das Produkt mit Begeisterung, die andere beobachtet fasziniert, als sie die kreative Nutzung sieht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „You use, we inspired – Du nutzt es, wir lassen uns inspirieren.“

**\*\*Szene 8: Der entscheidende Griff\*\***

(Bild: Eine Hand greift nach einem Produkt, fast wie eine Einladung, den nächsten Schritt zu wagen, den Moment zu ergreifen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Grab and touch – Greif zu und spüre den Unterschied.“

**\*\*Szene 9: Gemeinsam weitergehen\*\***

(Bild: Die Kamera zeigt die beiden, wie sie Hand in Hand den Weg in die Zukunft gehen, mit festem Schritt und voller Zuversicht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We go make it, we go make it – Wir machen es, wir schaffen es gemeinsam.“

**\*\*Szene 10: Der Druck, der uns antreibt\*\***

(Bild: Eine kreative Design-Szene, in der unter Druck gearbeitet wird, Ideen sprudeln und entstehen. Es ist ein Raum der Innovation und des Durchbruchs.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Under pressure, we design – Unter Druck schaffen wir Meisterwerke.“

**\*\*Szene 11: Der Moment, der die Zukunft formt\*\***

(Bild: Die beiden stehen vor einer leeren Leinwand, bereit, ihre Visionen zu malen, mit einem Blick in die Zukunft, der alles verändert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We make it today, tomorrow will happen – Was wir heute schaffen, wird morgen Realität.“

**\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint auf dem Bildschirm, begleitet von dynamischen Szenen der Zusammenarbeit und der Erschaffung von etwas Neuem.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Die Zukunft beginnt jetzt. Mach den ersten Schritt.“

## **\*\*Marketing Slogans 760-770\*\***

T2OnMe - Miracle is our Rule  
T2OnMe - We make refreshing Magic  
T2OnMe - Set it off, Light On  
T2OnMe - Go Faster, Move Harder

T2OnMe - Activate the Magical Delicious  
T2OnMe - We Love to Laugh  
T2OnMe - Save your Time, change your Taste  
T2OnMe - Music for law with Ladies  
T2OnMe - Rainbow on Taste

## **\*\*TV-Werbespot – Magie im Moment.\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Beginn des Wunders\*\***

(Bild: Eine ruhige, fast magische Landschaft, die sich plötzlich in Bewegung setzt, als eine Person mit einem entschlossenen Blick einen ersten Schritt macht.)  
**\*\*Voice-over:\*\*** „Miracle is our rule – Wunder sind unsere Regel. Hier beginnt die Magie.“

### **\*\*Szene 2: Der Moment der Erfrischung\*\***

(Bild: Eine erfrischende, sprudelnde Getränkewelle bricht über das Bild, und das Gefühl von frischer Energie erfasst die Szene.)  
**\*\*Voice-over:\*\*** „We make refreshing magic – Wir erschaffen erfrischende Magie in jedem Moment.“

### **\*\*Szene 3: Das Licht geht an\*\***

(Bild: Eine glänzende Lampe geht an, erleuchtet den Raum und setzt eine Kettenreaktion von Energie in Gang. Der Beginn einer neuen Ära.)  
**\*\*Voice-over:\*\*** „Set it off, light on – Setze es in Bewegung, lass das Licht aufleuchten.“

### **\*\*Szene 4: Der Drang nach Geschwindigkeit\*\***

(Bild: Eine Person fährt auf einem sportlichen Fahrzeug durch eine dynamische, futuristische Stadt, die Geschwindigkeit spürbar im Bild.)  
**\*\*Voice-over:\*\*** „Go faster, move harder – Schneller, härter, weiter. Der Weg geht nach vorn.“

### **\*\*Szene 5: Der magische Genuss\*\***

(Bild: Nahaufnahme eines verführerischen, köstlichen Snacks oder Getränks, das auf magische Weise entsteht. Die Sinne werden sofort erweckt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Activate the magical delicious – Aktiviere den magischen Genuss und erlebe das Unvergessliche.“\*

### **\*\*Szene 6: Freude in jeder Sekunde\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Freunden lacht miteinander, ihre Freude ist ansteckend. Die Zeit scheint stillzustehen, während sie den Moment genießen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „We love to laugh – Wir lieben es zu lachen. Gemeinsam genießen wir die besten Momente.“\*

### **\*\*Szene 7: Der Unterschied, den du machst\*\***

(Bild: Eine Person sieht auf ihre Uhr, während sie sich mit einem Lächeln für den nächsten Schritt bereitmacht. Zeit sparen, Genuss verändern.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Save your time, change your taste – Spare Zeit, verändere deinen Geschmack.“\*

### **\*\*Szene 8: Musik, die verbindet\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Menschen tanzt zusammen, das Lachen und die Musik vereinen alle in einer Atmosphäre von Lebensfreude und Spaß.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Music for law with ladies – Musik, die verbindet. Der Rhythmus von Freude und Freiheit.“\*

### **\*\*Szene 9: Der Regenbogen des Geschmacks\*\***

(Bild: Ein Regenbogen erscheint, der sanft in die Szene übergeht und eine Farbenpracht in einem Glas Getränk widerspiegelt. Der Geschmack explodiert in allen Farben.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Rainbow on taste – Ein Regenbogen auf deinem Geschmack. Lass dich von Farben und Aromen verzaubern.“\*

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint auf dem Bildschirm, umgeben von lebendigen, dynamischen Szenen, die alle Elemente der Werbung vereinen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Erlebe die Magie. Du hast den Schlüssel.“\*

## **\*\*Marketing Slogans 770-780\*\***

T2OnMe - Music is Rainbow  
T2OnMe - Play with Rules, Taste is cool  
T2OnMe - Process in Wonderful Taste  
T2OnMe - Space is Our Process  
T2OnMe - Harmony in Clothing

T2OnMe - Me, We, I  
T2OnMe - I got You  
T2OnMe - Keep Push it on  
T2OnMe - Can I get it  
T2OnMe - Get Closer, to Our Taste

## **\*\*TV-Werbespot – Der Rhythmus des Lebens.\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Regenbogen der Musik\*\***

(Bild: Farben explodieren in der Luft, begleitet von einer sanften Melodie. Der Regenbogen breitet sich aus und wird Teil der Musik, die den Raum erfüllt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Music is rainbow – Musik ist der Regenbogen, der den Rhythmus unseres Lebens bestimmt.“

### **\*\*Szene 2: Das Spiel mit den Regeln\*\***

(Bild: Eine Person spielt mit einem kreativen Element, setzt bewusst neue Akzente und bricht mit traditionellen Regeln. Ihr Lächeln zeigt den Spaß an der Freiheit.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Play with rules, taste is cool – Spiele mit den Regeln, der Geschmack ist cool.“

### **\*\*Szene 3: Der Prozess des Genusses\*\***

(Bild: In einer stilvollen Küche wird eine delikate Kreation zubereitet. Die Kamera fängt jeden Schritt ein, der den Prozess des wunderbaren Geschmacks verkörpert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Process in wonderful taste – Der Prozess zu einem wunderbaren Geschmack.“

### **\*\*Szene 4: Der Raum für Neues\*\***

(Bild: Eine moderne, offene Umgebung, in der Raum für Kreativität und Innovation geschaffen wird. Die Atmosphäre ist inspirierend und einladend.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Space is our process – Raum ist unser Prozess, in dem Neues entsteht.“

**\*\*Szene 5: Harmonie in der Mode\*\***

(Bild: Eine Person in stilvoller, harmonischer Kleidung bewegt sich durch den Raum, ihre Outfits spiegeln Perfektion und Stil wider.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Harmony in clothing – Harmonie in der Mode, der Ausdruck von Stil.“\*

**\*\*Szene 6: Die Verbindung von „Ich“ und „Wir“\*\***

(Bild: Zwei Personen blicken sich an, ein Moment der Verbindung und des Verständnisses. Gemeinsam gehen sie voran, jeder mit seinem eigenen Stil, aber vereint in ihrer Vision.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Me, we, I – Ich, wir, du. Gemeinsam auf dem Weg.“\*

**\*\*Szene 7: Die Unterstützung\*\***

(Bild: Eine Person reicht der anderen die Hand, ein Zeichen der Unterstützung und des gegenseitigen Vertrauens. Es ist ein Moment der gegenseitigen Stärke.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „I got you – Ich hab dich, zusammen erreichen wir mehr.“\*

**\*\*Szene 8: Den Moment vorantreiben\*\***

(Bild: Eine Person geht zielstrebig auf ihr Ziel zu, unaufhaltsam und mit einer klaren Vision. Die Energie und der Fokus sind spürbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Keep push it on – Bleib dran, geh weiter.“\*

**\*\*Szene 9: Die Frage des Wunsches\*\***

(Bild: Eine Person schaut mit einem Lächeln in die Kamera, als ob sie eine Frage stellt, die nur sie beantworten kann – der Wunsch nach mehr, nach dem nächsten Schritt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Can I get it? – Kann ich es bekommen?“\*

**\*\*Szene 10: Der Geschmack wird greifbar\*\***

(Bild: Zwei Personen stehen sich gegenüber, der Abstand zwischen ihnen wird immer kleiner, der Moment ist voller Spannung und Vorfreude. Der Geschmack des Lebens wird greifbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Get closer, to our taste – Komm näher, zum Geschmack, den wir leben.“\*

**\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint im Bild, begleitet von einer dynamischen Melodie, die alle Elemente der Werbung widerspiegelt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Der Geschmack des Lebens. Nimm ihn in dir auf.“\*

## **\*\*Marketing Slogans 780-790\*\***

T2OnMe - I feeling with You  
T2OnMe - Me On 2 of Us  
T2OnMe - My Effect in your Dejavu  
T2OnMe - My Rainbow in Your Heart  
T2OnMe - I feel better, when you on my Side

T2OnMe - Im in to You, Feel it  
T2OnMe - Your Finger, in my Hand Shake  
T2OnMe - Argument Reality in Taste  
T2OnMe - I try to Do, Baby Yeaah  
T2OnMe - Beats in Taste of Power

## **\*\*TV-Werbespot – Der Rhythmus des Lebens, der verbindet.\*\***

### **\*\*Szene 1: Gemeinsames Gefühl\*\***

(Bild: Zwei Menschen stehen zusammen, der Blick zwischen ihnen ist voller Verstehen und Verbindung. Die Farben um sie herum beginnen zu leuchten, als ihre Energien sich vereinen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I'm feeling with you – Ich fühle mit dir. Ein Moment der tiefen Verbindung.“

### **\*\*Szene 2: Der Rhythmus des Miteinanders\*\***

(Bild: Zwei Hände greifen gleichzeitig nach einem gemeinsamen Ziel, in perfektem Einklang. Die Kamera fängt den fließenden Übergang von Moment zu Moment ein.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Me on 2 of us – Wir zwei, im Einklang, vereint in unserem Weg.“

### **\*\*Szene 3: Das Dejavu der Emotionen\*\***

(Bild: Ein intensiver Moment wird eingefangen, als ein Paar in der gleichen Situation wie in der Vergangenheit zusammenkommt. Alles fühlt sich vertraut an, als ob es immer schon so war.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „My effect in your Dejavu – Mein Effekt in deinem Dejavu. Ein Moment, der sich wiederholt, aber doch einzigartig ist.“

### **\*\*Szene 4: Der Regenbogen der Gefühle\*\***

(Bild: Ein Regenbogen erscheint im Hintergrund, seine Farben durchdringen die Szene, während die beiden Protagonisten sich gegenseitig in die Augen sehen. Ihre Herzen sind im Einklang, und der Regenbogen spiegelt ihre Verbindung wider.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „My rainbow in your heart – Mein Regenbogen in deinem Herzen. Farben, die die Liebe erleuchten.“

**\*\*Szene 5: Das Gefühl der Nähe\*\***

(Bild: Die Kamera zoomt auf die Protagonisten, ihre Gesichter spiegeln das Gefühl der Nähe wider. Ihre Präsenz lässt die Welt um sie herum verschwinden, während sie sich füreinander öffnen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I feel better, when you're on my side – Ich fühle mich besser, wenn du an meiner Seite bist.“

**\*\*Szene 6: Das spürbare Band\*\***

(Bild: Eine Hand berührt sanft eine andere, der Moment ist voller Wärme und Zuneigung. Die Verbindung zwischen den beiden wird durch den sanften Händedruck verstärkt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Your finger, in my hand shake – Dein Finger in meinem Handschlag. Ein Band, das uns verbindet.“

**\*\*Szene 7: Der Geschmack der Realität\*\***

(Bild: Zwei Menschen genießen einen Moment zusammen, ihre Sinne sind vollständig auf den Moment fokussiert. Der Geschmack des Lebens wird in diesem Augenblick Realität.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Argument reality in taste – Die Realität schmecken. Der Moment, der alles verändert.“

**\*\*Szene 8: Der Versuch, das Unmögliche zu tun\*\***

(Bild: Eine Person schaut entschlossen und mit einem Lächeln auf den Lippen in die Kamera. Der Wille, zu handeln, ist spürbar. Die Energie steigt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I try to do, baby yeah – Ich versuche es, Baby, ja. Für den Moment, der uns bewegt.“

**\*\*Szene 9: Der Powerbeat des Lebens\*\***

(Bild: Ein kraftvoller Beat setzt ein, und die Szene wird von einem Energiefluss durchzogen. Alles beginnt im Einklang zu pulsieren – die Menschen, die Musik, das Leben selbst.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Beats in taste of power – Beats im Geschmack der Kraft. Spürst du die Energie?“

**\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint auf dem Bildschirm, begleitet von den letzten Tönen des kraftvollen Beats, der die Werbung abschließt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Erlebe die Kraft der Verbindung. Gemeinsam fühlen, gemeinsam leben.“



## **\*\*Marketing Slogans 790-800\*\***

T2OnMe - True Shape in Taste  
T2OnMe - Push me Around  
T2OnMe - Dejavu in Taste  
T2OnMe - Take me by the hand, For our Fairytale  
T2OnMe - Touch me On my Taste

T2OnMe - Grab on my Tape, Listen in Vision  
T2OnMe - Faith in Grinding  
T2OnMe - Bulletproof in Vision Taste  
T2OnMe - From Ground To Ground  
T2OnMe - We want You, Without You

## **\*\*TV-Werbespot – Der Geschmack der Veränderung.\*\***

### **\*\*Szene 1: Der wahre Geschmack\*\***

(Bild: Eine luxuriöse Szene, in der sich die Farben und Texturen eines Gerichts perfekt entfalten. Jedes Element strahlt Authentizität und Intensität aus.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „True shape in taste – Der wahre Geschmack, der Form annimmt. Jeder Moment ein Genuss.“

### **\*\*Szene 2: Der Weg der Herausforderung\*\***

(Bild: Eine Person geht durch ein intensives, aber aufregendes Abenteuer, Herausforderungen überwindend und dabei die Kontrolle behaltend. Ihr Blick ist fokussiert, ihr Geist entschlossen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Push me around – Drück mich weiter, ich wachse an jeder Herausforderung.“

### **\*\*Szene 3: Das Dejavu des Lebens\*\***

(Bild: Ein Szenenwechsel, der ein vertrautes Gefühl hervorruft. Zwei Personen begegnen sich in einer neuen Situation, die dennoch wie ein Déjà-vu wirkt. Es ist, als ob sich alles wiederholt, aber auf eine neue Weise.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Dejavu in taste – Der Geschmack von Erinnerungen, die wieder aufleben.“

### **\*\*Szene 4: Das Märchen des Moments\*\***

(Bild: Zwei Menschen gehen Hand in Hand durch eine märchenhafte Umgebung, ihre Schritte im Einklang, ihre Gesichter voller Hoffnung und Vertrauen. Die Umgebung wird von sanftem Licht erleuchtet.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Take me by the hand, for our fairytale – Nimm mich an die Hand, für unser Märchen. Jeder Moment ist Magie.“

### **\*\*Szene 5: Der persönliche Geschmack\*\***

(Bild: Eine Hand berührt sanft ein einzigartiges, individuell gestaltetes Gericht. Die Verbindung zum Geschmack ist greifbar, der Moment voller Sinnlichkeit und Genuss.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Touch me on my taste – Berühre mich mit deinem Geschmack. Der Moment gehört uns.“

### **\*\*Szene 6: Vision und Klang\*\***

(Bild: Eine dynamische Szene, in der Musik und Vision zu einer Einheit verschmelzen. Die Musik wird spürbar, die Vision wird klarer, und der Moment wird durch den Klang verstärkt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Grab on my tape, listen in vision – Greif nach meinem Tape, hör in Vision. Klang, der die Sinne schärft.“

### **\*\*Szene 7: Der Glaube an die Reise\*\***

(Bild: Eine Person arbeitet mit Leidenschaft an ihrem Ziel, jeder Schritt ist von Glauben und Entschlossenheit geprägt. Der Fortschritt ist spürbar, der Erfolg greifbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Faith in grinding – Glaube an den Weg, den du gehst. Jeder Schritt zählt.“

### **\*\*Szene 8: Unerschütterliche Klarheit\*\***

(Bild: Eine Person steht fest und unbeweglich, das Ziel vor Augen. Ihre Vision ist klar, ihr Weg ist unerschütterlich, und nichts kann sie davon abbringen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Bulletproof in vision taste – Unerschütterlich in Vision und Geschmack. Nichts hält uns auf.“

### **\*\*Szene 9: Der Weg der Transformation\*\***

(Bild: Eine dynamische Bewegung von unten nach oben, die Entwicklung und Wachstum symbolisiert. Der Übergang von einem Moment zum nächsten ist kraftvoll und sichtbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „From ground to ground – Vom Boden zum Erfolg. Jeder Schritt zählt.“

### **\*\*Szene 10: Die Sehnsucht nach Verbindung\*\***

(Bild: Zwei Personen stehen sich gegenüber, der Blick zwischen ihnen ist intensiv und voller Sehnsucht. Ihre Verbindung ist spürbar, auch wenn sie nicht miteinander sind.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We want you, without you – Wir wollen dich, auch ohne dich. Die Sehnsucht bleibt.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint auf dem Bildschirm, begleitet von einer sanften Musik, die den Spot abrundet und die Emotionen verstärkt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Der Geschmack, der verbindet. Der Weg, der alles verändert.“

## **\*\*Marketing Slogans 800-810\*\***

T2OnMe - I break Your Taste, change it, to have a nice one

T2OnMe - Truth Like I

T2OnMe - Mr und Mrs. Perfection in Taste Vibration

T2OnMe - I take my Eye on Your Taste

T2OnMe - Dream it arround and Taste You

T2OnMe - Can you feel the Magic in Air

T2OnMe - Twenty of 2 of Me

T2OnMe - You missed me, hug and kiss me

T2OnMe - I am Century of Taste

T2OnMe - I with You, You Arround on Me

## **\*\*TV-Werbespot –**

### **Der Geschmack der Veränderung.\*\***

#### **\*\*Szene 1: Der Beginn der Veränderung\*\***

(Bild: Eine ruhige, aber kraftvolle Szene, in der sich ein Gericht vor den Augen des Zuschauers verändert – ein zerbrechender Moment, der sich in etwas Neues verwandelt. Der Geschmack wird neu definiert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I break your taste, change it, to have a nice one – Ich breche deinen Geschmack, verändere ihn, um etwas Neues zu schaffen.“

#### **\*\*Szene 2: Perfektion in jeder Vibration\*\***

(Bild: Zwei Personen, Mr. und Mrs. Perfektion, genießen das Leben in Harmonie. Jeder Bissen, jede Bewegung ist eine perfekte Symphonie aus Geschmack und Gefühl. Die Vibration der Perfektion ist greifbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Truth like I – Die Wahrheit, wie ich sie sehe.“

**\*\*Voice-over:\*\*** „Mr. und Mrs. Perfection in taste vibration – Mr. und Mrs. Perfektion in der Vibration des Geschmacks.“

#### **\*\*Szene 3: Der Fokus auf den Moment\*\***

(Bild: Ein Blick wird auf ein einzigartiges Gericht gelenkt. Der Moment ist intensiv, der Geschmack steht im Mittelpunkt. Alles dreht sich um den perfekten Augenblick.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I take my eye on your taste – Ich nehme mein Auge auf deinen Geschmack. Der Moment zählt.“

#### **\*\*Szene 4: Der Traum des Geschmacks\*\***

(Bild: Eine surreale, fast traumhafte Szene, in der Geschmack und Emotion miteinander verschmelzen. Eine Person träumt von einem einzigartigen Geschmackserlebnis, das sie dann mit voller Leidenschaft lebt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Dream it around and taste you – Träume es, erlebe es, schmecke dich.“

### **\*\*Szene 5: Die Magie des Augenblicks\*\***

(Bild: Ein klarer Himmel, die Luft scheint voller Magie zu sein, und jede Bewegung wird von einer unsichtbaren Energie durchzogen. Die Atmosphäre ist geladen mit Erwartungen und Möglichkeiten.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Can you feel the magic in air – Kannst du die Magie in der Luft spüren?“

### **\*\*Szene 6: Die unvergessliche Verbindung\*\***

(Bild: Zwei Menschen in einem Moment voller Nähe. Sie sind untrennbar miteinander verbunden, die Emotionen sind stark und voller Leidenschaft. Alles fühlt sich besonders und einzigartig an.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Twenty of 2 of me – Zwanzig Teile von mir, und du bist immer dabei.“

### **\*\*Szene 7: Sehnsucht und Nähe\*\***

(Bild: Ein zärtlicher Moment zwischen zwei Menschen, die sich vermissen, sich umarmen und küssen. Der Wunsch nach Nähe ist spürbar, und die Verbindung ist stark.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „You missed me, hug and kiss me – Du hast mich vermisst, umarme und küsse mich.“

### **\*\*Szene 8: Der Geschmack des Jahrhunderts\*\***

(Bild: Eine majestätische Szene, in der der Geschmack von etwas Einzigartigem die Zeit überdauert. Dieser Geschmack ist eine Erfahrung für die Ewigkeit.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I am century of taste – Ich bin das Jahrhundert des Geschmacks. Unvergesslich und zeitlos.“

### **\*\*Szene 9: Der perfekte Moment der Nähe\*\***

(Bild: Zwei Personen, die sich in einem perfekten Moment der Symbiose vereinen. Die Verbindung zwischen ihnen ist vollständig, die Welt um sie herum scheint stillzustehen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I with you, you around on me – Ich mit dir, du um mich. Zusammen sind wir stärker.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint auf dem Bildschirm, umgeben von einer sanften, aber kraftvollen Musik, die die emotionale Intensität des Spots verstärkt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Der Geschmack der Veränderung. Die Zukunft des Genusses.“

## **\*\*Marketing Slogans 800-810\*\***

T2OnMe - I faced You, Be a Part of it

T2OnMe - We are the same

T2OnMe - Family in Galaxy, Taste the Raise

T2OnMe - My Taste is galactic, I build you to Mrs. Fantastic

T2OnMe - Yestem Smog I ti Pani Smac

T2OnMe - Two much of Me

T2OnMe - I check my Enough

T2OnMe - I am the problem, it's Two on Me

T2OnMe - Today it a Taste

T2OnMe - Postload in Taste, Have fun with it

## **\*\*TV-Werbepot – Der Geschmack der Galaxie.\*\***

### **\*\*Szene 1: Das Zusammentreffen der Galaxien\*\***

(Bild: Ein futuristischer Hintergrund, der an das Weltall erinnert. Zwei Personen stehen sich gegenüber, ihre Blicke treffen sich, und eine unsichtbare Verbindung entsteht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I faced you, be a part of it – Ich stelle mich dir, sei ein Teil davon.“

### **\*\*Szene 2: Vereint im Geschmack\*\***

(Bild: Die beiden Personen bewegen sich gemeinsam durch eine surreal anmutende Welt, die sich aus verschiedenen Geschmackselementen zusammensetzt. Alles ist im Fluss und vereint in einer galaktischen Symphonie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We are the same – Wir sind gleich, vereint im Geschmack.“

### **\*\*Szene 3: Familie der Galaxie\*\***

(Bild: Eine riesige, leuchtende Galaxie öffnet sich vor den beiden, und sie befinden sich im Zentrum des Universums, umgeben von einer Explosion aus Farben und Geschmäckern.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Family in galaxy, taste the raise – Familie im Universum, schmecke den Aufstieg.“

### **\*\*Szene 4: Der galaktische Geschmack\*\***

(Bild: Ein unaufhaltsamer Strom von Farben und Aromen fließt durch das Bild. Der Geschmack wird zu einer galaktischen Reise, bei der jede Erfahrung einzigartig und unendlich ist.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „My taste is galactic, I build you to Mrs. Fantastic – Mein Geschmack ist galaktisch, ich baue dich zu Mrs. Fantastic.“

### **\*\*Szene 5: Eine neue Welt des Genusses\*\***

(Bild: Eine aufregende neue Welt wird entdeckt, der Geschmack ist aufregend und überraschend, und die beiden Protagonisten sind bereit, die Unendlichkeit des Genusses zu erleben.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Yestem Smog I ti Pani Smac – Entdecke den Geschmack der Zukunft, eine neue Dimension.“

### **\*\*Szene 6: Zuviel des Guten\*\***

(Bild: Eine Explosion aus Geschmack, die scheinbar unendlich ist. Die beiden erleben eine Geschmacksexplosion, die sie überwältigt, aber sie nehmen sie mit einem Lächeln.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Two much of me – Zu viel von mir, aber es fühlt sich richtig an.“

### **\*\*Szene 7: Die Balance finden\*\***

(Bild: Die beiden gehen durch eine belebte Stadt, die auf eine perfekte Balance zwischen Genuss und Lebensfreude hinweist. Der Geschmack ist in jeder Ecke der Stadt spürbar.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I check my enough – Ich prüfe, was genug ist, und finde die perfekte Balance.“

### **\*\*Szene 8: Die Herausforderung des Geschmacks\*\***

(Bild: Sie stehen vor einer Herausforderung: Es gibt viele verschiedene Geschmackserlebnisse, aber sie müssen entscheiden, welchen Weg sie gehen. Der Moment ist spannend und entscheidend.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I am the problem, it's two on me – Ich bin das Problem, es sind zwei auf mir.“

### **\*\*Szene 9: Der Geschmack des heutigen Tages\*\***

(Bild: Ein intensiver Genussmoment, bei dem der Geschmack die Hauptrolle spielt. Alles kommt zusammen, und der Moment ist perfekt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Today it a taste – Heute ist es der Geschmack, der zählt.“

### **\*\*Szene 10: Der Geschmack der Zukunft\*\***

(Bild: Eine Zukunftsvision, in der der Geschmack die Welt erobert hat. Neue Erlebnisse, neue Geschmacksrichtungen, neue Möglichkeiten. Die Zukunft beginnt jetzt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Postload in taste, have fun with it – Lade den Geschmack hoch, genieße ihn, er ist die Zukunft.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo erscheint auf dem Bildschirm, begleitet von einer sanften, aber kraftvollen Musik, die die Vision des Spots unterstreicht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Der Geschmack der Zukunft. Erlebe das Universum des Genusses.“

## **\*\*Marketing Slogans 810-820\*\***

T2OnMe - What happens now in You, Test on Me, I taste you

T2OnMe - Baby Don't Cry, my Taste Rescue You

T2OnMe - My head is keeping in your Taste

T2OnMe - Born to be build

T2OnMe - Pin me On, Taste the Curve

T2OnMe - We find, and rescue your finding

T2OnMe - Ruckzuck in Club

T2OnMe - You know, it is, what it is

T2OnMe - Curve your Flow, Taste it

T2OnMe - Devil will find, Angel with Taste

## **\*\*TV-Werbepot – Der Geschmack, der dich rettet.\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Moment des Genusses\*\***

(Bild: Eine Person steht vor einer unerforschten Welt, sie spürt eine unerklärliche Verbindung zu einem neuen Geschmack, der vor ihr aufleuchtet.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „What happens now in you, test on me, I taste you – Was passiert jetzt in dir, teste mich, ich schmecke dich.“

### **\*\*Szene 2: Der Geschmack, der rettet\*\***

(Bild: Die Person ist von einer sanften, beruhigenden Energie umgeben, die durch den intensiven, rettenden Geschmack verstärkt wird. Der Geschmack heilt und beruhigt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Baby, don't cry, my taste rescue you – Baby, weine nicht, mein Geschmack rettet dich.“

### **\*\*Szene 3: Ein tiefes Erlebnis\*\***

(Bild: Die Person schließt die Augen, lässt sich vom Geschmack durchfluten und fühlt, wie ihr Geist und Körper von einer einzigartigen Erfahrung getragen werden.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „My head is keeping in your taste – Mein Kopf bleibt in deinem Geschmack.“

### **\*\*Szene 4: Die Geburt einer neuen Dimension\*\***

(Bild: Eine Welt voller unendlicher Möglichkeiten öffnet sich, in der alles gebaut und nach den eigenen Wünschen geformt wird. Der Geschmack ist die Grundlage, um Neues zu erschaffen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Born to be build – Geboren, um zu bauen.“

### **\*\*Szene 5: Der Moment des Greifens\*\***

(Bild: Die Person wird von einem intensiven Geschmack ergriffen, sie fühlt sich in eine neue Dimension hineingezogen, in der sie das volle Potenzial des Moments ergreifen kann.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Pin me on, taste the curve – Setze mich fest, schmecke die Kurve.“

### **\*\*Szene 6: Das Finden des Richtigen\*\***

(Bild: Die Person entdeckt einen verborgenen Schatz, etwas Unerforschtes, das plötzlich klar vor ihnen liegt, als ob es immer schon darauf gewartet hätte, gefunden zu werden.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We find, and rescue your finding – Wir finden und retten, was du suchst.“

### **\*\*Szene 7: Der Rausch des Moments\*\***

(Bild: Die Szene wechselt zu einem lebhaften Club, in dem der Geschmack und die Energie der Musik miteinander verschmelzen. Die Leute tanzen, leben im Moment, die Welt ist voller Leben und Geschmack.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Ruckzuck in club – Schneller als du denkst, bist du da.“

### **\*\*Szene 8: Das Unvermeidliche\*\***

(Bild: Die Szene wechselt zu einer ruhigen Straße bei Nacht, wo sich alles fügt, als ob es immer schon so sein sollte. Der Geschmack wird zu einem unvermeidlichen Teil des Lebens, der einfach dazugehört.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „You know, it is, what it is – Du weißt, es ist, wie es ist.“

### **\*\*Szene 9: Der Fluss des Lebens\*\***

(Bild: Die Person bewegt sich durch das Leben, während der Geschmack sie auf ihrer Reise begleitet. Sie folgen ihrem Fluss, genießen jeden Moment und leben im Einklang mit der Energie um sie herum.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Curve your flow, taste it – Lenke deinen Fluss, schmecke ihn.“

### **\*\*Szene 10: Die Verbindung von Gegensätzen\*\***

(Bild: Ein Moment der Vereinigung zwischen zwei Welten, die sich durch den Geschmack verbinden – das Gute und das Schlechte, das Dunkle und das Helle. Der Geschmack bringt beide Seiten in Einklang.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Devil will find, angel with taste – Der Teufel findet den Engel im Geschmack.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo des Produkts erscheint auf dem Bildschirm, umrahmt von den Farben und Eindrücken des Spots. Der Geschmack ist überall.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Der Geschmack, der dich rettet. Entdecke das Unerforschte.“



## **\*\*Marketing Slogans 820-830\*\***

T2OnMe - If you come into my way, Get it on Taste

T2OnMe - We got problems, I sweet You

T2OnMe - Did You When you Will, Taste me On

T2OnMe - You my Lord, Our taste is a Sign

T2OnMe - You taste like A Dragon

T2OnMe - We Making Vision, Taste Our Glory

T2OnMe - The Message, it's Easy

TASTE

T2OnMe - Turn ne on Taste

T2OnMe - Rainbow Taste in Romantic

T2OnMe - The Taste, is just like a class room

## **\*\*TV-Werbespot – Der Geschmack, der alles verändert.\*\***

### **\*\*Szene 1: Der erste Schritt in eine neue Welt\*\***

(Bild: Eine Person steht am Anfang eines aufregenden Abenteuers. Ein intensiver Geschmack ist der Schlüssel zu dieser Reise. Die Kamera folgt der Person, die in eine Welt voller Möglichkeiten geht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „If you come into my way, get it on taste – Wenn du meinen Weg betrittst, erlebe den Geschmack.“

### **\*\*Szene 2: Die Süße der Lösung\*\***

(Bild: Zwei Menschen treffen sich und tauschen ein Lächeln aus. Ein Problem wird aufgelöst, und der Geschmack bringt eine süße Lösung.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We got problems, I sweet you – Wir haben Probleme, ich verüße sie dir.“

### **\*\*Szene 3: Der Geschmack der Entscheidung\*\***

(Bild: Eine Szene, in der sich zwei Wege gabeln. Die Entscheidung wird durch den Geschmack beeinflusst, der sie sicher in die richtige Richtung führt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Did you when you will, taste me on – Hast du gewusst, wann du es willst? Schmecke mich jetzt.“

### **\*\*Szene 4: Ein edler Moment\*\***

(Bild: Eine majestätische Atmosphäre, in der die Person sich wie ein König fühlt. Der Geschmack wird zu einem Zeichen der Macht und des Wohlstands.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „You my lord, our taste is a sign – Du mein Lord, unser Geschmack ist ein Zeichen.“

### **\*\*Szene 5: Ein unvergesslicher Geschmack\*\***

(Bild: Ein dramatischer Moment, in dem der Geschmack kraftvoll und aufregend wirkt. Es fühlt sich an, als würde der Geschmack selbst lebendig werden und die Sinne herausfordern.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „You taste like a dragon – Du schmeckst wie ein Drache.“

### **\*\*Szene 6: Die Macht des Visionären Geschmacks\*\***

(Bild: Eine futuristische Szene, in der der Geschmack der Schlüssel zu einem visionären neuen Zeitalter wird. Menschen erleben den Geschmack und sehen die Zukunft vor sich.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We’re making vision, taste our glory – Wir erschaffen Visionen, schmecke unseren Ruhm.“

### **\*\*Szene 7: Einfachheit in der Botschaft\*\***

(Bild: Ein klarer, direkter Moment, in dem der Geschmack die einfachste und kraftvollste Botschaft übermittelt. Die Welt wird durch diesen Geschmack verändert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The message, it’s easy – Die Botschaft ist einfach.“

### **\*\*Szene 8: Der ultimative Geschmack\*\***

(Bild: Ein explosiver Moment der Geschmackserfahrung, in dem alle Sinne erweckt werden und der Geschmack zu einem magischen Erlebnis wird.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „TASTE – Der Geschmack.“

### **\*\*Szene 9: Der Dreh des Geschmacks\*\***

(Bild: Die Szene wird intensiver, als der Geschmack sich verändert und neue, aufregende Dimensionen annimmt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Turn me on taste – Erwecke mich durch den Geschmack.“

### **\*\*Szene 10: Der romantische Regenbogen\*\***

(Bild: Eine Szene voller Farben und romantischer Atmosphäre, wo der Geschmack eine tiefe, emotionale Bedeutung erhält. Ein Regenbogen aus Aromen und Gefühlen verbindet sich.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Rainbow taste in romantic – Regenbogen-Geschmack in der Romantik.“

### **\*\*Szene 11: Der Geschmack als Lektion\*\***

(Bild: Eine Szene, die an einen Klassenzimmer erinnert, in dem der Geschmack zu einer Erfahrung der Weisheit wird. Der Geschmack lehrt uns, mehr zu entdecken und zu erfahren.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The taste, is just like a classroom – Der Geschmack, ist wie ein Klassenzimmer.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo des Produkts erscheint auf dem Bildschirm, umrahmt von der intensiven Atmosphäre des Spots. Der Geschmack ist alles.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Erlebe den Geschmack, der alles verändert.“

## **\*\*Marketing Slogans 830-840\*\***

T2OnMe - You make Deep cuts, in Taste of mind  
T2OnMe - I think, we can sign the signs for show  
T2OnMe - Name is it, Hitec Taste  
T2OnMe - It's a lovely behavior, we connect Taste with You  
T2OnMe - The Mission, is to bring You a Good Day

T2OnMe - Don't give up, the taste save you again  
T2OnMe - We give you, on more an explosive Taste  
T2OnMe - Pimp my Taste to faith  
T2OnMe - Taste Water and Me  
T2OnMe - Pinned it on the Rim

## **\*\*TV-Werbespot – Der Geschmack, der alles verändert.\*\***

### **\*\*Szene 1: Die tiefen Eindrücke\*\***

(Bild: Eine Person, die tief in Gedanken versunken ist, während sie einen aufregenden Geschmack genießt. Die Kamera zoomt auf ihre Augen, die durch die Kraft des Geschmacks erleuchtet werden.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „You make deep cuts, in taste of mind – Du hinterlässt tiefe Spuren im Geschmack deines Geistes.“

### **\*\*Szene 2: Ein klarer Moment der Entscheidung\*\***

(Bild: Eine Szene, in der die Person sich einem neuen Abenteuer stellt. Sie erkennt, dass der Geschmack eine transformative Kraft besitzt, die das Leben verändert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I think, we can sign the signs for show – Ich denke, wir können die Zeichen für die Show setzen.“

### **\*\*Szene 3: Der Hochtechnologische Geschmack\*\***

(Bild: Eine futuristische Welt, in der Technologie und Geschmack zu einer perfekten Symbiose verschmelzen. Der Geschmack wird zur neuen Währung in dieser innovativen Welt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Name is it, Hitec taste – Der Name ist es, Hightech-Geschmack.“

### **\*\*Szene 4: Die Verbindung zwischen uns und dem Geschmack\*\***

(Bild: Zwei Menschen begegnen sich, und der Geschmack wird zu einer Brücke, die sie miteinander verbindet. Die Chemie zwischen ihnen wächst, angeheizt durch den einzigartigen Geschmack.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „It's a lovely behavior, we connect taste with you – Es ist ein wunderbares Verhalten, wir verbinden den Geschmack mit dir.“

### **\*\*Szene 5: Die Mission des guten Geschmacks\*\***

(Bild: Eine Szene, in der die Welt mit einem guten Geschmack erleuchtet wird. Der Tag beginnt mit einem Versprechen, das durch den Geschmack gehalten wird.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The mission, is to bring you a good day – Die Mission ist es, dir einen guten Tag zu bringen.“

### **\*\*Szene 6: Der Geschmack, der rettet\*\***

(Bild: Ein dramatischer Moment, in dem der Geschmack eine Person aus einer schwierigen Situation rettet. Sie überwindet alle Hürden mit der Unterstützung des Geschmacks.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Don't give up, the taste saves you again – Gib nicht auf, der Geschmack rettet dich wieder.“

### **\*\*Szene 7: Ein explosiver Geschmack\*\***

(Bild: Eine aufregende Szene, in der der Geschmack explodiert und eine neue Dimension des Erlebens öffnet. Die Kamera fängt den Moment der intensiven, explosiven Geschmacksexplosion ein.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We give you, one more explosive taste – Wir geben dir einen weiteren explosiven Geschmack.“

### **\*\*Szene 8: Der Glaube an den Geschmack\*\***

(Bild: Die Person schaut sich selbst im Spiegel an und sieht, wie der Geschmack sie verändert hat. Sie ist nun mit sich selbst und ihrem Geschmack im Einklang.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Pimp my taste to faith – Verwandle meinen Geschmack in Glauben.“

### **\*\*Szene 9: Das ultimative Erlebnis\*\***

(Bild: Ein ruhiger Moment, in dem Wasser und Geschmack zu einer unzertrennlichen Einheit werden. Der Geschmack durchströmt die Sinne und bringt innere Ruhe und Freude.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Taste water and me – Schmecke Wasser und mich.“

### **\*\*Szene 10: Der perfekte Moment\*\***

(Bild: Ein letzter Moment der Perfektion, in dem der Geschmack in jeder Facette des Lebens präsent ist. Der Rim des Glases wird in Zeitlupe gezeigt, während der Geschmack langsam den Höhepunkt erreicht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Pinned it on the rim – Pinne es auf den Rand.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo des Produkts erscheint auf dem Bildschirm, umrahmt von den Szenen des Spots. Der Geschmack ist der Schlüssel zu einer besseren Welt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Erlebe den Geschmack, der alles verändert.“

## **\*\*Marketing Slogans 840-850\*\***

T2OnMe - I afraid off, I Snack You

T2OnMe - We are Classic, You are Masseffect

T2OnMe - Enforce the power of Taste

Huawei - The Source of Your Feeling, is the Story of us

Spagetti Man - Stream the Taste and the Source of your Feeling

Just in Time - Logistik is majestic and hour taste is deluxe

Pizza Hut - The round is the rule, heart just in time

Huawei - wide open in the horizon for your passion

Huawei - Subject any time is extraordinary for you

## **\*\*TV-Werbepot – Der Geschmack, der deine Welt verändert.\*\***

### **\*\*Szene 1: Der erste Bissen\*\***

(Bild: Eine Person, die sich langsam dem ersten Bissen eines Snacks nähert, die Spannung in der Luft ist greifbar. Der Moment, in dem der Geschmack alles verändert, wird eingefangen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I afraid off, I snack you – Ich fürchte mich davor, ich nasche dich.“

### **\*\*Szene 2: Die Begegnung der Klassiker und der Zukunft\*\***

(Bild: Zwei Welten prallen aufeinander – die klassische Eleganz und die futuristische Energie des „Mass Effect“. Eine perfekte Symbiose, die dem Geschmack Leben einhaucht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We are classic, you are masseffect – Wir sind klassisch, du bist Mass Effect.“

### **\*\*Szene 3: Die Macht des Geschmacks entfesseln\*\***

(Bild: Eine Explosion von Geschmack, die sich durch die Sinne zieht. Der Geschmack wird zu einer unsichtbaren Kraft, die alles beeinflusst.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Enforce the power of taste – Entfessele die Macht des Geschmacks.“

### **\*\*Szene 4: Die Quelle des Gefühls\*\***

(Bild: Zwei Menschen, die sich in einem Moment der Harmonie und Verbindung finden. Der Geschmack wird zum Ursprung ihrer Gefühle, der ihre Geschichten miteinander verweben lässt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The source of your feeling, is the story of us – Die Quelle deines Gefühls ist die Geschichte von uns.“

### **\*\*Szene 5: Streamen des Geschmacks\*\***

(Bild: Ein Strom von Geschmack, der sich durch die Luft bewegt, immer weiter, immer intensiver. Der Geschmack wird zu einer Erfahrung, die man spüren kann.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Stream the taste and the source of your feeling – Stream den Geschmack und die Quelle deines Gefühls.“

### **\*\*Szene 6: Logistik der Exzellenz\*\***

(Bild: Ein perfekt orchestrierter Prozess, bei dem jede Bewegung und jede Entscheidung den Geschmack zu einem Meisterwerk macht. Alles ist in perfekter Harmonie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Logistik is majestic and our taste is deluxe – Logistik ist majestätisch und unser Geschmack ist deluxe.“

### **\*\*Szene 7: Der Moment der Präzision\*\***

(Bild: Eine präzise Bewegung, bei der sich der Geschmack und die Leidenschaft in perfekter Balance vereinen. Das Bild wechselt von der Ziffernanzeige einer Uhr zu einem Moment der Vollkommenheit.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The round is the rule, heart just in time – Der Kreis ist die Regel, das Herz im richtigen Moment.“

### **\*\*Szene 8: Der Horizont für deine Leidenschaft\*\***

(Bild: Eine endlose Weite, die sich öffnet, um Platz für die Leidenschaft zu schaffen. Ein Moment, in dem alles möglich erscheint, der Geschmack den Weg weist.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Wide open in the horizon for your passion – Weit geöffnet im Horizont für deine Leidenschaft.“

### **\*\*Szene 9: Außergewöhnlichkeit in jeder Sekunde\*\***

(Bild: Ein besonders intensiver Moment, der die Einzigartigkeit des Lebens und des Geschmacks feiert. Jede Sekunde ist voller Magie, jeder Augenblick ist bedeutungsvoll.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Subject any time is extraordinary for you – Jede Zeit ist außergewöhnlich für dich.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo des Produkts erscheint, umrahmt von den kraftvollen Szenen des Spots. Der Geschmack und die Leidenschaft fließen in eine harmonische Zukunft.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Erlebe den Geschmack, der alles verändert.“

## **\*\*Marketing Slogans 850-860\*\***

Huawei - The joy of excitement is what drives us  
Huawei - Growing technology is the joy of their ventures  
Huawei - The Century, is living for, our happiness  
Huawei - Wej hey, we build in love  
Huawei - Huawei – invention through personality

Huawei - Every step takes us one step further  
Huawei - the compartment is the technology in its advances  
Huawei - We thrive, they build on it  
Huawei - Far away, but always accessible  
Huawei - Our Transparency is Your Lifestyle

## **\*\*TV-Werbepot – Die Zukunft beginnt hier.\*\***

### **\*\*Szene 1: Die Freude an der Innovation\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Ingenieuren und Designern arbeitet in einem modernen, offenen Büro. Ihre Gesichter strahlen mit Begeisterung und Leidenschaft, während sie an einem bahnbrechenden Projekt arbeiten.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The joy of excitement is what drives us – Die Freude an der Aufregung treibt uns an.“

### **\*\*Szene 2: Technologie wächst, Visionen entstehen\*\***

(Bild: Schnelle, beeindruckende Zeitraffer-Aufnahmen von Technologie, die sich weiterentwickelt – von der ersten Idee bis zur praktischen Anwendung. Die Technologie wird zu einem Werkzeug für die Zukunft.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Growing technology is the joy of their ventures – Wachsender Technologie ist die Freude an ihren Unternehmungen.“

### **\*\*Szene 3: Der Moment der Zukunft\*\***

(Bild: Ein majestätisches Bild der Erde aus dem Weltall, das in einen modernen urbanen Lebensraum übergeht, der von hochentwickelter Technologie geprägt ist. Menschen leben in einer harmonischen Verbindung mit ihrer Umwelt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The Century, is living for, our happiness – Das Jahrhundert lebt für unser Glück.“

### **\*\*Szene 4: Liebe zur Innovation\*\***

(Bild: Ein Ingenieur, der mit Hingabe an einem neuen Produkt arbeitet. Die Kamera zoomt auf seine Hände, die eine präzise Bewegung ausführen, die den kreativen Prozess zeigt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Wej hey, we build in love – Hey, wir bauen mit Liebe.“

### **\*\*Szene 5: Die Magie der Persönlichkeit\*\***

(Bild: Ein Designer, der an einem digitalen Modell arbeitet, das immer mehr Gestalt annimmt. Ein Team von kreativen Köpfen tauscht Ideen aus, während eine kreative Energie den Raum erfüllt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Invention through personality – Erfindung durch Persönlichkeit.“

### **\*\*Szene 6: Jeder Schritt zählt\*\***

(Bild: Menschen, die entschlossen durch die Straßen gehen, begleitet von schnellen, inspirierenden Zeitraffer-Bildern, die den Fortschritt verdeutlichen. Jeder Schritt führt näher an das Ziel.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Every step takes us one step further – Jeder Schritt bringt uns einen Schritt weiter.“

### **\*\*Szene 7: Technologie, die weiter wächst\*\***

(Bild: Ein riesiger, futuristischer Bildschirm, auf dem innovative Technologien dargestellt werden, die sich stetig weiterentwickeln. Verschiedene technologische Bereiche fließen zusammen und ergänzen sich perfekt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The compartment is the technology in its advances – Das Fach ist die Technologie in ihren Fortschritten.“

### **\*\*Szene 8: Gemeinsam stark, gemeinsam wachsen\*\***

(Bild: Zwei Teams, die sich über große Entfernungen hinweg miteinander verbinden. Die Technologie macht es möglich, dass sie nahtlos zusammenarbeiten, um etwas Großes zu schaffen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We thrive, they build on it – Wir gedeihen, sie bauen darauf auf.“

### **\*\*Szene 9: Fern, aber immer erreichbar\*\***

(Bild: Eine virtuelle Konferenz, bei der Menschen aus verschiedenen Teilen der Welt miteinander verbunden sind und ihre Ideen austauschen. Eine glänzende Zukunft wird durch Technologie möglich.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Far away, but always accessible – Weit entfernt, aber immer erreichbar.“

### **\*\*Szene 10: Transparenz als Lebensstil\*\***

(Bild: Eine moderne, offene Architektur, in der alle Räumlichkeiten transparent und einladend gestaltet sind. Die Menschen gehen ihren täglichen Aufgaben nach, während Technologie sie unterstützt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Our transparency is your lifestyle – Unsere Transparenz ist dein Lebensstil.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Firmenlogo erscheint, umrahmt von Szenen der technologischen Fortschritte und der glücklichen, zukunftsorientierten Menschen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Erlebe die Zukunft – Erlebe die Veränderung.“



## **\*\*Marketing Slogans 860-870\*\***

Huawei - Tension in anticipation of their well-being is our virtue  
Huawei - Ambition incentive to be a step forward with them on the horizon  
Huawei - Our competition is to realize yourself  
Huawei - Soul in Sensitivity, Emotion in Horizon  
Huawei - Sensitive future transparency and shine in horizon

Huawei - What is happening now  
Huawei - Harmonious splendor blooms in movement energy  
Huawei - We see the shine on the horizon  
Huawei - We bloom and thrive, igniting in the horizon in the distance  
Huawei - We think smarter, be cool

## **\*\*TV-Werbepot – Die Zukunft beginnt jetzt.\*\***

### **\*\*Szene 1: Erwartung und Spannung\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Menschen steht auf einem weiten Feld, der Blick in die Ferne gerichtet, voller Vorfreude auf das, was kommt. Eine Atmosphäre der Spannung und des Erwartens liegt in der Luft.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Tension in anticipation of their well-being is our virtue – Spannung in der Erwartung ihres Wohlbefindens ist unsere Tugend.“

### **\*\*Szene 2: Ambition und Fortschritt\*\***

(Bild: Ein junger Ingenieur blickt auf ein dynamisches, futuristisches Stadtbild, das sich stetig weiterentwickelt. Jeder Schritt ist ein Fortschritt, jeder Gedanke ein Schritt in die Zukunft.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Ambition incentive to be a step forward with them on the horizon – Ambition als Antrieb, einen Schritt weiter mit ihnen am Horizont.“

### **\*\*Szene 3: Selbstverwirklichung und Wettbewerb\*\***

(Bild: Menschen arbeiten zusammen an innovativen Projekten, die das Potenzial haben, die Welt zu verändern. Sie lächeln, während sie kreative Ideen teilen und die Zukunft gestalten.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Our competition is to realize yourself – Unser Wettbewerb ist es, sich selbst zu verwirklichen.“

### **\*\*Szene 4: Emotionen und Sensibilität\*\***

(Bild: Eine ruhige Landschaft im Morgenlicht, wo die Natur im Einklang mit der Technologie steht. Ein innovatives Gerät wird aufgestellt, das die natürliche Umgebung respektiert und gleichzeitig ein Gefühl der Harmonie erzeugt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Soul in Sensitivity, Emotion in Horizon – Seele in Sensibilität, Emotion im Horizont.“

### **\*\*Szene 5: Transparenz und glänzende Zukunft\*\***

(Bild: Ein klarer Himmel, der sich zu einer weiten, leuchtenden Zukunft öffnet. Transparente, futuristische Gebäude spiegeln das Sonnenlicht wider, die Stadt lebt in Einklang mit der Natur und der Technologie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Sensitive future transparency and shine in horizon – Sensible Zukunft, Transparenz und Glanz im Horizont.“

### **\*\*Szene 6: Was geschieht jetzt?\***

(Bild: Eine Person dreht sich langsam um und blickt in die Ferne, als der Horizont von goldenem Licht erleuchtet wird. Ein neues Kapitel beginnt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „What is happening now – Was geschieht jetzt?“

### **\*\*Szene 7: Energie und Bewegung\*\***

(Bild: Menschen bewegen sich in einem harmonischen Rhythmus durch eine Stadt, die von moderner Architektur und grünen Flächen geprägt ist. Sie sind von Energie erfüllt, die in die Zukunft trägt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Harmonious splendor blooms in movement energy – Harmonischer Glanz blüht in Bewegung und Energie.“

### **\*\*Szene 8: Der glänzende Horizont\*\***

(Bild: Der Horizont wird von der aufgehenden Sonne erleuchtet, während eine Gruppe von Innovatoren Hand in Hand in diese Zukunft schreitet.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We see the shine on the horizon – Wir sehen den Glanz am Horizont.“

### **\*\*Szene 9: Aufblühen und Erblühen\*\***

(Bild: Blühende Blumen, die sich zur Sonne drehen, während eine futuristische Technologie in der Nähe wächst und gedeiht. Die Menschen ernten die Früchte ihres Fortschritts.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We bloom and thrive, igniting in the horizon in the distance – Wir blühen und gedeihen, entzünden uns im Horizont in der Ferne.“

### **\*\*Szene 10: Smarte Ideen, coole Menschen\*\***

(Bild: Eine Gruppe von jungen, dynamischen Menschen arbeitet an einem futuristischen Projekt, das die Welt verändern könnte. Sie lachen und zeigen, wie einfach es ist, die richtigen Ideen zu haben.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We think smarter, be cool – Wir denken smarter, sind cool.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo der Marke erscheint auf einem Bildschirm, während sich die Welt in einem sanften, klaren Licht entfaltet. Menschen gehen zusammen in die Zukunft.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Die Zukunft gehört uns – Sei dabei.“

## **\*\*Marketing Slogans 870-880\*\***

Huawei - A moment please, it's time

Huawei - A long breath, radiates in the spirit of life

Huawei - Together we can create, happy for you and change the Hu

Huawei - The pearl on the horizon expands the tension to more

Huawei - Selection in Perfection

Huawei - Pass to me, is your Vision to see

Huawei - Weeee Creeeate the Techs

Huawei - Our Competition is your Decision

Huawei - We growing up in vision

Huawei - I think, You think, We create

## **\*\*TV-Werbespot – Die Zukunft beginnt hier.\*\***

### **\*\*Szene 1: Ein Moment der Ruhe\*\***

(Bild: Eine sanfte Morgenaufnahme, bei der die ersten Sonnenstrahlen den Horizont erleuchten. Eine Person atmet tief ein, spürt die frische Luft und lässt den Moment auf sich wirken.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „A moment please, it's time – Ein Moment bitte, es ist Zeit.“

### **\*\*Szene 2: Energie und Leben\*\***

(Bild: Die Person geht durch einen grünen Park, die Energie des Lebens umgibt sie. Ihr Gesicht ist von Freude und innerer Ruhe erfüllt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „A long breath, radiates in the spirit of life – Ein langer Atem, der den Geist des Lebens ausstrahlt.“

### **\*\*Szene 3: Gemeinsam erschaffen wir Veränderung\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Menschen arbeitet zusammen an einer innovativen Technologie, die die Zukunft prägen wird. Sie sehen entschlossen und glücklich aus, während sie ihre Ideen teilen und gemeinsam voranschreiten.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Together we can create, happy for you and change the Hu – Gemeinsam können wir erschaffen, freuen uns für dich und verändern die Welt.“

### **\*\*Szene 4: Der weite Horizont\*\***

(Bild: Eine Nahaufnahme einer glänzenden Perle, die sich auf einem weiten Horizont abzeichnet. Die Kamera zoomt heraus, und wir sehen eine weite Landschaft, die vor unendlichen Möglichkeiten steht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The pearl on the horizon expands the tension to more – Die Perle am Horizont dehnt die Spannung aus und eröffnet noch mehr.“

### **\*\*Szene 5: Perfektion und Auswahl\*\***

(Bild: Eine Auswahl an fortschrittlicher Technologie, die durch ihre Eleganz und Perfektion beeindruckt. Jedes Detail ist durchdacht und für die Zukunft gemacht.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Selection in Perfection – Auswahl in Perfektion.“

### **\*\*Szene 6: Vision und Entscheidung\*\***

(Bild: Eine Person blickt nachdenklich auf ein Bild, das die Zukunft zeigt. Ihr Blick ist entschlossen, ihre Vision klar. Neben ihr erscheinen Technologien, die ihre Zukunft greifbar machen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Pass to me, is your Vision to see – Gib mir den Pass, damit deine Vision sichtbar wird.“

### **\*\*Szene 7: Innovation im Entstehen\*\***

(Bild: Ein Team von Ingenieuren arbeitet an einem innovativen Projekt. Sie bewegen sich in einer dynamischen und kreativen Arbeitsumgebung, wo Technologie und Kreativität zu einer Lösung verschmelzen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Weeee Creeeate the Techs – Wir erschaffen die Technologie.“

### **\*\*Szene 8: Deine Entscheidung zählt\*\***

(Bild: Die Kamera fokussiert eine Hand, die einen entscheidenden Knopf drückt. Ein Symbol für den Moment, in dem Visionen Realität werden.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Our Competition is your Decision – Unser Wettbewerb ist deine Entscheidung.“

### **\*\*Szene 9: Visionäre Zukunft\*\***

(Bild: Eine Stadt der Zukunft, die sich stetig weiterentwickelt. Menschen gehen in eine strahlende Zukunft, ihre Visionen verwirklichend.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We growing up in vision – Wir wachsen mit Vision.“

### **\*\*Szene 10: Gemeinsam mehr erreichen\*\***

(Bild: Zwei Menschen blicken sich an, ihre Gedanken sind klar, ihre Visionen stark. Sie schaffen es, gemeinsam ein Projekt zum Leben zu erwecken, das die Welt verändern wird.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I think, You think, We create – Ich denke, du denkst, wir erschaffen.“

### **\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo der Marke erscheint auf einem Bildschirm, umgeben von modernen, futuristischen Elementen, die den Weg in eine neue Ära symbolisieren.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Gestalte mit uns die Zukunft – Sei ein Teil von uns.“

## **\*\*Marketing Slogans 880-890\*\***

Huawei - I bet you think about Me  
Huawei - We now, today, forward  
Huawei - I made it, like that  
Huawei - The Century growing up in Your Eyes and Feelings  
Huawei - Take it in

Huawei - Popular in a fairytale  
Huawei - The Century of The.....  
Huawei - My hand, is your hand behind in passion  
Huawei - You make me See, Wow  
Huawei - Come closer than close

## **\*\*TV-Werbepot – Die Zukunft beginnt mit dir\*\***

### **\*\*Szene 1: Ein Moment des Nachdenkens\*\***

(Bild: Eine Person schaut nachdenklich aus dem Fenster, ihre Augen fixieren den Horizont, als ob sie an etwas Großes denkt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I bet you think about Me – Ich wette, du denkst an mich.“

### **\*\*Szene 2: Der Weg nach vorne\*\***

(Bild: Die Kamera folgt einer Person, die entschlossen einen modernen, hell erleuchteten Weg entlanggeht. Sie geht mit einem klaren Ziel vor Augen, bereit für die Zukunft.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We now, today, forward – Wir jetzt, heute, nach vorne.“

### **\*\*Szene 3: Der Moment des Erfolgs\*\***

(Bild: Die Person erreicht einen entscheidenden Punkt und blickt stolz auf ihre Arbeit. Die Umgebung spiegelt ihre Vision und Leistung wider.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I made it, like that – Ich habe es geschafft, so.“

### **\*\*Szene 4: Die Zukunft in deinen Augen\*\***

(Bild: Nahaufnahme von Augen, die voller Hoffnung und Visionen auf eine strahlende Zukunft blicken. Der Blick weitet sich und erfasst die sich verändernde Welt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The Century growing up in Your Eyes and Feelings – Das Jahrhundert wächst in deinen Augen und Gefühlen.“

**\*\*Szene 5: Die Magie der Möglichkeit\*\***

(Bild: Eine fantastische, fast märchenhafte Landschaft erscheint, die den Betrachter in eine neue Welt entführt, voller unendlicher Möglichkeiten.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Popular in a fairytale – Beliebt in einem Märchen.“\*

**\*\*Szene 6: Die Zukunft der Leidenschaft\*\***

(Bild: Zwei Hände greifen sich, mit einem festen, aber zarten Griff, der die Verbindung zwischen zwei Menschen und ihre gemeinsame Reise symbolisiert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „My hand, is your hand behind in passion – Meine Hand, deine Hand dahinter in Leidenschaft.“\*

**\*\*Szene 7: Der Wow-Moment\*\***

(Bild: Eine atemberaubende Aussicht, die den Betrachter in Staunen versetzt. Die Person hält inne und blickt fasziniert auf das, was sich vor ihr entfaltet.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „You make me See, Wow – Du lässt mich sehen, Wow.“\*

**\*\*Szene 8: Ganz nah kommen\*\***

(Bild: Zwei Personen, die sich langsam nähern, der Moment der Nähe und des gegenseitigen Verständnisses wird spürbar. Die Welt um sie herum scheint stillzustehen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Come closer than close – Komm näher als nah.“\*

**\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Logo der Marke erscheint vor einem futuristischen Hintergrund, der die grenzenlose Zukunft symbolisiert. Eine klare Botschaft der Vision und des Fortschritts.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Die Zukunft beginnt mit dir – Sei ein Teil davon.“\*

## **\*\*Marketing Slogans 890-900\*\***

Huawei - Groove in Up and Style  
Huawei - Nobody doesn't Better, Get Closer  
Huawei - Huawei is, Hurra, we in Eyes  
Huawei - We grow, the We Are  
Huawei - I don't waste my time

Huawei - Slicker than average  
Huawei - Quicker than availability  
Huawei - Aqua in lights, make happened in signs  
Huawei - Don't Cry, I make You Laugh  
Huawei - The We I, I we the

## **\*\*TV-Werbepot – Die Zukunft gehört dir\*\***

### **\*\*Szene 1: Ein neuer Tag, eine neue Energie\*\***

(Bild: Eine dynamische Stadtlandschaft bei Sonnenaufgang, Menschen gehen mit Selbstvertrauen auf den Straßen. Die Atmosphäre ist lebendig und voller Energie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Groove in Up and Style – Der Groove, das Style, der Moment.“

### **\*\*Szene 2: Nahaufnahme von Menschen, die sich näher kommen und die Welt in einer neuen Perspektive sehen.\*\***

(Bild: Zwei Menschen blicken einander tief in die Augen, während die Welt um sie herum verschwimmt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Nobody doesn't Better, Get Closer – Niemand macht es besser, komm näher.“

### **\*\*Szene 3: Die Revolution der Technik\*\***

(Bild: Ein Huawei-Logo erscheint, eingebettet in futuristische Technologie und moderne Innovationen. Die Bildsprache zeigt, wie Technologie unser Leben verändert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Huawei is, Hurra, we in Eyes – Huawei ist, Hurra, wir im Blick.“

### **\*\*Szene 4: Wachstum und Veränderung\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Menschen, die gemeinsam an einem Projekt arbeiten und dabei neue Horizonte erschließen. Sie schaffen etwas Großes, Hand in Hand.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „We grow, the We Are – Wir wachsen, das sind wir.“

**\*\*Szene 5: Der Moment des Fortschritts\*\***

(Bild: Eine Person sieht auf ihre Uhr und läuft durch eine belebte Straße, dabei eine Entscheidung treffend, die sie voranbringt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I don't waste my time – Ich verschwende keine Zeit.“

**\*\*Szene 6: Eleganz und Schnelligkeit in einem\*\***

(Bild: Ein sportlicher, eleganter Wagen fährt blitzschnell durch eine Straße, die das Bild von Leistung und Geschwindigkeit verkörpert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Slicker than average – Schneller als der Durchschnitt.“

**\*\*Szene 7: Leuchtende Innovation\*\***

(Bild: Strahlende Lichter und futuristische Hologramme füllen den Raum, als ein innovatives Produkt in den Händen einer Person erscheint, die es stolz betrachtet.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Aqua in lights, make happened in signs – Wasser in Lichtern, der Moment wird zum Zeichen.“

**\*\*Szene 8: Ein Lächeln in schwierigen Zeiten\*\***

(Bild: Eine Person hilft einer anderen auf, die gerade gefallen ist. Sie stehen auf und lachen gemeinsam, während der Regen langsam nachlässt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Don't Cry, I make You Laugh – Weine nicht, ich bring dich zum Lachen.“

**\*\*Szene 9: Ein starkes Team\*\***

(Bild: Zwei Hände treffen sich fest, ein Zeichen von Vertrauen und Zusammenarbeit. Der Hintergrund verschwimmt, der Fokus bleibt auf den Händen, die die Zukunft gestalten.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The We I, I we the – Wir zusammen, wir die Zukunft.“

**\*\*Abschluss: Logo & Slogan-Einblendung\*\***

(Bild: Das Huawei-Logo erscheint mit dem Slogan vor einem modernen, leuchtenden Hintergrund, der den Fortschritt symbolisiert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Die Zukunft gehört dir – Werde Teil des Fortschritts.“



## **\*\*Marketing Slogans 900-910\*\***

Huawei - IT easy to Be  
Huawei - Thanks for Thanks  
Huawei - Signs in Round in Round  
Huawei - See the things before  
Huawei - Watch and Gone

Huawei - The Watcher  
Huawei - Soul in Sensitivity  
Huawei - Getting It  
Huawei - (H) (U) (A) (W) (E) (I)  
Huawei - Funk in Majestic  
Huawei - Any Last Words

## **\*\*TV-Werbepot – Die Zukunft in Bewegung\*\***

### **\*\*Szene 1: Der erste Blick in den Tag\*\***

(Bild: Sonnenaufgang über einer modernen Skyline. Eine Person setzt eine smarte Brille auf und die Welt beginnt sich zu verändern – klarer, schneller, vernetzter.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „IT easy to Be – Einfach da sein, einfach leben.“

### **\*\*Szene 2: Die Zeichen der Zukunft\*\***

(Bild: Digitale Zeichen schweben durch die Luft, formen Kreise und Muster, die den Weg in eine neue Ära weisen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Signs in Round in Round – Zeichen, die uns leiten.“

### **\*\*Szene 3: Innovation vor der Zeit\*\***

(Bild: Ein futuristisches Gerät leuchtet in der Hand eines jungen Kreativen, der es mit einem Fingerwisch aktiviert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „See the things before – Sehe, was kommt, bevor es da ist.“

### **\*\*Szene 4: Der Rhythmus der Welt\*\***

(Bild: Eine Metropole pulsiert, Menschen bewegen sich im Einklang, Technologie und Alltag verschmelzen in Perfektion.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Funk in Majestic – Energie, die uns antreibt.“

**\*\*Szene 5: Die Kraft der Innovation\*\***

(Bild: Die Buchstaben „H“, „U“, „A“, „W“, „E“, „I“ erscheinen nacheinander auf Bildschirmen, Gebäuden und smarten Devices, bis sie sich zu einem Ganzen fügen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „(H) (U) (A) (W) (E) (I) – Ein Name, eine Vision.“

**\*\*Szene 6: Ein neuer Horizont\*\***

(Bild: Eine Person steht auf einem Hochhausdach, blickt in den Himmel, wo Lichtstrahlen sich zu einer inspirierenden Botschaft formen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Any Last Words? – Ja: Die Zukunft beginnt jetzt.“

**\*\*Abschluss: Logo-Einblendung mit Slogan\*\***

(Bild: Das Huawei-Logo erscheint, begleitet von einem letzten, klaren Statement.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Huawei – Innovation, die verbindet.“

## **\*\*Marketing Slogans 910-920\*\***

Huawei - Listen to the beat  
Huawei - What a Job, its nice to have a friend  
Huawei - Never talk Down the Player, for Real  
Huawei - staring at me  
Huawei - Play Smart only With Unit

Huawei - In delicious of technology  
Huawei - If I wonder the heaven, is here  
Huawei - Made by Smarting  
Huawei - I need your Laugh, for sure  
Huawei - It's Cool

## **\*\*TV-Werbespot – Die Zukunft klingt nach mehr\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Rhythmus des Fortschritts\*\***

(Bild: Eine pulsierende Stadt bei Nacht. Menschen bewegen sich im Takt, Bildschirme leuchten auf, digitale Wellen strahlen durch die Straßen.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Listen to the beat – Spür den Rhythmus der Zukunft.“

### **\*\*Szene 2: Technologie trifft auf Emotion\*\***

(Bild: Ein junger Entwickler steht vor einem futuristischen Gerät, ein Lächeln auf den Lippen, als es mit einem sanften Klick aktiviert wird.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „What a Job – Es ist schön, einen Freund zu haben.“

### **\*\*Szene 3: Intelligenz mit Stil\*\***

(Bild: Ein Sportwagen gleitet durch eine neonbeleuchtete Stadt, das Cockpit voller smarterer Features.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Play Smart – Nur mit echter Innovation.“

### **\*\*Szene 4: Die Magie des Fortschritts\*\***

(Bild: Ein Gerät entfaltet sich, zeigt eine Welt voller Möglichkeiten – Menschen kommunizieren grenzenlos, Technologie wird zum Erlebnis.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „In delicious of technology – Fortschritt, der schmeckt.“

**\*\*Szene 5: Das Gefühl von Zukunft\*\***

(Bild: Der Himmel öffnet sich, ein Blick auf die Sterne, eine neue Ära beginnt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „If I wonder, the heaven is here – Willkommen in einer neuen Dimension.“

**\*\*Szene 6: Ein Lächeln für die Zukunft\*\***

(Bild: Eine Gruppe von Freunden lacht zusammen, während sie mit smarter Technologie interagieren.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „I need your laugh, for sure – Denn Innovation verbindet uns.“

**\*\*Abschluss: Logo-Einblendung mit Slogan\*\***

(Bild: Das Logo erscheint auf dem Bildschirm, begleitet von einem letzten Statement.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Made by Smarting – Technologie für echte Erlebnisse.“

## **\*\*Marketing Slogans 930-940\*\***

Huawei - Who is it  
Huawei - Dimension is the way of living  
Huawei - Trading in Real  
Huawei - New Stuff, it different to Think  
Huawei - IT'S super, to be the Man and the Woman

Huawei - shine in your life  
Huawei - Above the Clouds  
Huawei - Who I Am  
Huawei - Fuel to be Rule in insanity  
Huawei - The edge is surrounding

## **\*\*TV-Werbepot – Die Zukunft gehört dir\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Beginn einer neuen Ära\*\***

(Bild: Eine endlose Skyline, Wolkenkratzer ragen in den Himmel. Eine Person steht auf einem Dach und blickt in die Ferne.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Who is it? Wer gestaltet die Zukunft? Du.“

### **\*\*Szene 2: Fortschritt neu denken\*\***

(Bild: High-Tech-Geräte, futuristische Interfaces, Menschen, die mit smarterer Technologie interagieren.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Dimension ist die neue Art zu leben. Trading in Real. Innovation für jeden Moment.“

### **\*\*Szene 3: Grenzenloses Potenzial\*\***

(Bild: Eine Rennstrecke, ein Fahrzeug beschleunigt, ein Athlet springt in Zeitlupe über die Ziellinie.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „New Stuff – anders denken. Es ist super, der Mann und die Frau einer neuen Zeit zu sein.“

### **\*\*Szene 4: Das Licht der Zukunft\*\***

(Bild: Sonnenstrahlen durchbrechen die Wolken, eine Drohne fliegt durch eine futuristische Stadt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Shine in your life – über den Wolken beginnt das Morgen.“

**\*\*Szene 5: Unaufhaltbare Energie\*\***

(Bild: Ein starkes Feuer, eine Explosion von Farben, eine Gruppe Menschen schreitet entschlossen voran.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Fuel to rule in insanity – die Zukunft gehört denen, die sich trauen.“

**\*\*Szene 6: Die Vision der Zukunft\*\***

(Bild: Eine Hand berührt ein holografisches Interface, das sich zu einer digitalen Welt entfaltet.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „The edge is surrounding – die Möglichkeiten sind endlos.“

**\*\*Abschluss: Logo-Einblendung mit Slogan\*\***

(Bild: Das Markenlogo erscheint mit einem kraftvollen Soundeffekt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Sei Teil der nächsten Dimension.“

## **\*\*Marketing Slogans 940-950\*\***

Huawei - Push the round in the edge  
Huawei - Above the Clouds  
Huawei - Who I Am  
Huawei - Fuel to be Rule in insanity  
Huawei - The edge is surrounding

Huawei - Take my Breath  
Huawei - Shine is solution in our Designs  
Huawei - Growing technology is the best way  
Huawei - Let the door in your  
Huawei - Let me Fly

## **\*\*TV-Werbepot – Die Zukunft beginnt jetzt\*\***

### **\*\*Szene 1: Der Aufbruch\*\***

(Bild: Eine atemberaubende Skyline im Morgengrauen, die Sonne spiegelt sich in futuristischen Glasfassaden.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Push the round in the edge – über Grenzen hinaus, in eine neue Dimension.“

### **\*\*Szene 2: Die Herausforderung\*\***

(Bild: Ein Rennwagen rast über eine Strecke, eine Drohne schießt durch die Luft, ein Extremsportler springt aus einem Flugzeug.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Above the clouds – wer bist du, wenn nichts dich mehr hält?“

### **\*\*Szene 3: Die Energie der Zukunft\*\***

(Bild: Ein High-Tech-Labor, Maschinen arbeiten autonom, Menschen testen smarte Technologien.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Fuel to rule in insanity – Innovation ohne Limits, Fortschritt ohne Kompromisse.“

### **\*\*Szene 4: Das Design der nächsten Generation\*\***

(Bild: Ein Designer skizziert eine futuristische Form, Lichtreflexe tanzen über ein neues Produkt.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Shine is solution in our designs – Technik trifft Ästhetik, Leistung trifft Stil.“

**\*\*Szene 5: Der nächste Schritt\*\***

(Bild: Eine Tür öffnet sich, dahinter eine Welt voller Möglichkeiten. Eine Person tritt ein.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Let the door in your mind open – bereit für das, was kommt?“\*

**\*\*Szene 6: Der finale Moment\*\***

(Bild: Eine Silhouette hebt die Arme, steigt in den Himmel, fliegt in ein neues Zeitalter.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Let me fly – die Zukunft gehört dir.“\*

**\*\*Abschluss: Logo-Einblendung mit Slogan\*\***

(Bild: Das Markenlogo erscheint mit einer kraftvollen Animation.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Next Level. Next Future.“\*



## **\*\*Marketing Slogans 940-950\*\***

Huawei - shine in your life  
Huawei - Our nodge is voodoo  
Huawei - Straight it Up  
Huawei - Looking in Forward  
Huawei - Smart and Clever, behind the letter

Huawei - We are fit In Signs, the Designs  
Huawei - We are on the Ride  
Huawei - We score, to be champion in Your own  
Huawei - Tell truth to me, you are in you  
Huawei - How about...

## **\*\*TV-Werbespot – Deine Zukunft, Dein Moment\*\***

### **\*\*Szene 1: Aufbruch in die Zukunft\*\***

(Bild: Eine Stadt erwacht, Lichter gehen an, ein Sportwagen startet mit voller Power.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Shine in your life – leuchte heller als je zuvor.“

### **\*\*Szene 2: Die Kraft der Innovation\*\***

(Bild: Ein hochmodernes Labor, Ingenieure arbeiten an futuristischen Technologien, Bildschirme zeigen beeindruckende Designs.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Unsere Nodge ist Voodoo – Magie trifft auf Präzision.“

### **\*\*Szene 3: Der Weg nach vorn\*\***

(Bild: Ein Athlet sprintet über die Ziellinie, ein Designer setzt die letzten Striche an ein Meisterwerk.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Straight it up – immer einen Schritt voraus.“

### **\*\*Szene 4: Der Moment der Entscheidung\*\***

(Bild: Ein Rennwagen an der Startlinie, ein Finger schwebt über einem Touchscreen, Spannung liegt in der Luft.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Smart und clever, hinter jedem Detail steckt Perfektion.“

**\*\*Szene 5: Der große Erfolg\*\***

(Bild: Ein jubelndes Team, ein Pokal wird in die Luft gehoben, High-Fives, pure Emotion.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Wir sind auf der Fahrt – wir gewinnen, weil wir Champions erschaffen.“\*

**\*\*Szene 6: Die ultimative Frage\*\***

(Bild: Eine reflektierende Sonnenbrille, in der sich die Zukunft spiegelt, eine Stimme flüstert.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Sag mir die Wahrheit... bist du bereit für dich selbst?“\*

**\*\*Abschluss: Logo-Einblendung mit Slogan\*\***

(Bild: Das Markenlogo erscheint mit dynamischer Animation.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Dein Moment. Deine Zukunft. Jetzt.“\*

## **\*\*Marketing Slogans 940-950\*\***

Huawei - Tasty screens, better in service

Huawei - We describe the year and she describes the time

Huawei - We are aware of the abnormalities, how about that...

Huawei - We put you in charge and you control

Huawei - We are more noticeable, you see me

## **\*\*TV-Werbepot – Die Zukunft in Deinen Händen\*\***

### **\*\*Szene 1: Die Welt im Wandel\*\***

(Bild: Eine Stadt voller Lichter, Menschen scrollen auf ihren Smartphones, ein innovatives Gerät leuchtet auf.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Tasty Screens – besser im Service, smarter im Leben.“

### **\*\*Szene 2: Kontrolle liegt bei Dir\*\***

(Bild: Ein User navigiert mühelos durch eine intuitive Benutzeroberfläche, mit nur einer Berührung werden Welten geöffnet.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Wir setzen Dich an die Spitze – Du entscheidest, Du kontrollierst.“

### **\*\*Szene 3: Die Zeit neu definiert\*\***

(Bild: Ein Countdown läuft, ein neuer Tag beginnt, digitale Uhren synchronisieren sich global.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Wir beschreiben das Jahr, Du bestimmst die Zeit.“

### **\*\*Szene 4: Auffallen, ohne zu suchen\*\***

(Bild: Eine Menschenmenge, eine Person hebt sich durch innovatives Design und smarten Style hervor.)

**\*\*Voice-over:\*\*** „Wir sind auffällig – und Du siehst uns.“

**\*\*Szene 5: Der große Moment\*\***

(Bild: Ein Finger tippt auf ein futuristisches Display, die Technologie erwacht zum Leben.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Die Zukunft gehört Dir – jetzt.“\*

**\*\*Abschluss: Logo-Einblendung mit Slogan\*\***

(Bild: Das Markenlogo erscheint mit einer eindrucksvollen Animation.)

**\*\*Voice-over:\*\*** \* „Innovativ. Intuitiv. Unverzichtbar.“\*