

****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:

„Boolive 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 sense

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 Rescute. 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 me 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.“