



Portfolio of Selected Works

I

## OLIVER PEOPLES EYEWEAR

Creative Translation EN>DE  
of "OP Stories" articles



## OP Five | Fünf Boutique-Hotels in L.A. und die jeweils passende Brille



Fünf Boutique-Hotels, die den Charakter ihrer Stadtteile von Los Angeles auf einzigartige Art und Weise verkörpern, im Dialog mit der jeweils passenden Brille von Oliver Peoples



Nicht nur einige der legendärsten Hotels der Welt heißen ihre Gäste im atemberaubenden Los Angeles willkommen, sondern es florieren auch immer mehr charmante, einzigartige und überaus moderne Hotelkonzepte, die diesen in nichts nachstehen. Oliver Peoples war in einigen dieser lokalen Schmuckstücke zu Gast und erhielt exklusive Einblicke hinter die Kulissen.

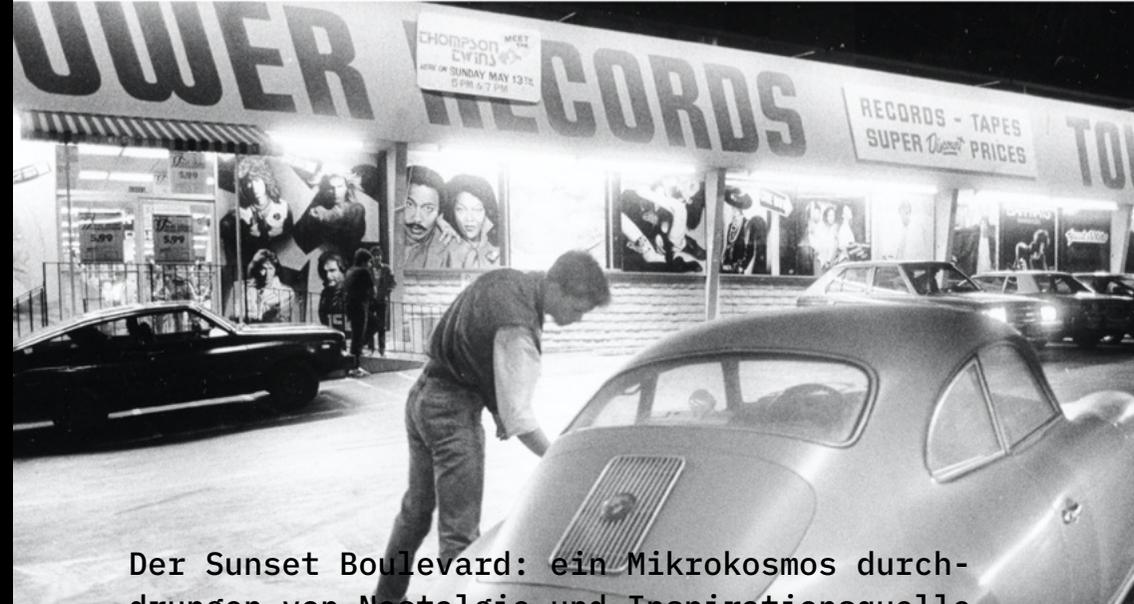
Das The Ranch Malibu erstreckt sich über ein 200 Hektar großes, immergrünes Areal inmitten der Santa Monica Mountains und bietet seinen Gästen eine Oase der Ruhe und Erholung, unweit der Ufer des Pazifiks. Dieses einzigartige Domizil zeichnet sich jedoch durch weitaus mehr als malerische Landschaften und 18 intime Cottages aus – alle mit Kalksteinbad und aufgearbeitetem Holzboden ausgestattet und in gedeckten Farben gehalten, um ein Höchstmaß an Ruhe auszustrahlen. Jeder Aufenthalt verlangt von den 18 Gästen eine einwöchige Verpflichtung, die

ein exquisites, aber auch anspruchsvolles Programm beinhaltet.

Von morgendlichen Wanderungen bis hin zu Tiefengewebssmassagen: Wellness ist das Herzstück des The Ranch Malibu. Dazu gehören intensive körperliche Ertüchtigung in Kombination mit einer pflanzlich basierten Ernährung von maximal 1400 Kalorien sowie Kryotherapie- und Infrarotsauna-Einheiten – und das ganze unter fachgerechter Betreuung. Das The Ranch Malibu legt seinen Gästen nahe, sowohl auf Mobilgeräte als auch auf den Fernseher zu verzichten und stattdessen gesünderen Aktivitäten wie Schwimmen im Pool oder Relaxen im Jacuzzi nachzugehen. Ultraleicht und für Damen und Herren gleichermaßen geeignet, ist die Taron die perfekte Sonnenbrille für diese und auch sämtliche andere Outdoor-Aktivitäten.

[\(Hier weiterlesen\).](#)

## Der Sunset Boulevard und Oliver Peoples



Der Sunset Boulevard: ein Mikrokosmos durchdrungen von Nostalgie und Inspirationsquelle von Oliver Peoples.

Man muss mit dem Licht anfangen. Jede Geschichte über Los Angeles sollte das unverkennbare goldene Licht der Stadt erwähnen ... und anschließend vielleicht die zahlreichen Palmen, die charakteristische Architektur, die schönen Autos und Menschen und natürlich den Mythos Hollywood.

Wer all dies in geballter ästhetischer Ladung erleben möchte, der braucht nur an der Sunset Plaza innehalten, dem ewig währenden, allseits beliebten Straßenzug mit seinen exklusiven Läden und Restaurants im Herzen des Sunset Strip. Diese Häuserreihen haben sich in all den Jahren ihres Bestehens kaum verändert, als wenn die Zeit dort stehengeblieben wäre. In einer Stadt, die dafür bekannt ist, ihre Geschichte verantwortungslos zu zerstören, ist die Sunset Plaza auf wundersame Weise weitgehend unverändert geblieben – und das seit 1924!

Hollywood-Geschichte wurde auf diesem Abschnitt des „Strip“ geschrieben: George Hurrell hatte hier sein Fotostudio und der fahmose Interior-Designer Billy Haines seinen

Showroom, genauso wie der Modedesigner Don Loper. Auch der Antiquitätenladen des berühmten MGM-Kostümbildners Adrian (Die Frauen, Der Zauberer von Oz) war hier zu finden. Nicht zu schweigen vom legendären Nachtclub Café Trocadero: von 1934 bis 1947 Hollywoods Place-to-Be. Diese Häuserreihen sind seit Jahrzehnten ein stylisches Refugium und ein Ort zum Sehen-und-Gesehen-Werden: hauptsächlich für Insider! Und so ist es bis heute geblieben – schöne Verlierer und brillante Träumer tummeln sich hier gleichermaßen.

Die Umgebung der Sunset Plaza ist in beiden Himmelsrichtungen von einer hedonistischen Vergangenheit der Rock'n'Roll- und Jugend-Rebellion geprägt. Die berühmtesten Jugendunruhen von 1966 konzentrierten sich auf Crescent Heights und den Nachtclub Pandora's Box im Osten der Plaza.

([Hier weiterlesen](#)).

Die neue Cary Grant 2:  
der Inbegriff  
einer epocheprägenden Ästhetik



Oliver Peoples und das Cary Grant Estate weiten ihre Kooperation weiter aus mit neuen, vom legendären Freizeit-Look des Schauspielers inspirierten Brillenmodellen.

Cary Grants illustres Vermächtnis lebt über seine Filmkarriere hinaus weiter – nicht nur als Vater und Ehemann, sondern auch als Inspiration für viele auf und neben der Leinwand. Unabhängig davon, in welche seiner zahlreichen Rollen er gerade schlüpfte, Grant blieb in seinem Wesen immer gleich: mit einer natürlich-lässigen Eleganz und einer augenscheinlichen Vielseitigkeit in puncto Charakter und Stil. Zur Huldigung des Privatmenschen Grant, den nur die wenigsten kannten, hat Oliver Peoples seine begehrte Kooperation mit dem Cary Grant Estate um zusätzliche Designs erweitert. Die neue Cary Grant 2 wie auch die Cary Grant 2 Sun sind jeweils in fünf exklusiven Farbvarianten erhältlich, während die beiden Vorgängermodelle Cary Grant und Cary Grant Sun durch neue Farbkombinationen ergänzt wurden.

Genau wie die Debüt Kollektion – die allererste autorisierte Kooperation zwischen dem Estate und einer Marke überhaupt – übersetzt auch das jüngste Release die

Stilmerkmale Grants in eine epocheprägende Ästhetik. Inspirationsquelle für das Fortbestehen der Kooperation waren abermals die raffinierten Charakteristika Grants, die ihn sowohl als Privatmenschen definierten als auch in seinem Schaffen als Schauspieler sichtbar wurden und umgekehrt.

„Ich denke, dass sich viele von Carys wunderbaren Eigenschaften in seiner Schauspielerei offenbarten,“ sagt seine Witwe Barbara Grant Jaynes, „man konnte das Funkeln in seinen Augen sehen.“ Seine Tochter Jennifer Grant fügt hinzu, dass „dabei immer auch seine Freundlichkeit, seine Sanftmut und sein Humor zum Ausdruck kamen.“

([Hier](#) weiterlesen).

Das Walker House und Kalifornien:  
eine intrinsische Verbindung  
zu japanischem Design



**Oliver Peoples' Bewunderung für Japans Gabe,  
Schlichtes in Erhabenes zu verwandeln, diente  
als Inspiration für die neue Titanium-Kollektion  
des Labels: Oliver Peoples Takumi.**

Am 13. Juni 1945 wandte sich die Witwe Della Clinton Walker mit einer bescheidenen Bitte an den Architekten Frank Lloyd Wright: „Ich besitze eine felsige Landspitze in Carmel, Kalifornien, die in den Pazifischen Ozean hineinragt. Das Gelände ist flach und befindet sich am Ende eines weißen Sandstrandes. Ich wünsche mir Schutz vor dem Wind und Abgeschiedenheit von der Straße und ein Haus, das so beständig ist wie die Felsen, aber so transparent und bezaubernd wie die Wellen und so anmutig wie die Meeresküste. Sie sind der Einzige, der dies umzusetzen vermag – würden Sie mir behilflich sein?“ Ein poetisches Ersuchen, das Wright zutiefst fasziniert haben muss. Der amerikanische Architekt – zu dieser Zeit weltweit bereits bestens etabliert – war für seine Fähigkeit bekannt, seine von Menschenhand geschaffenen Bauwerke perfekt in ihre natürliche Umgebung zu integrieren. Innerhalb von drei Jahren nach Walkers erstem Brief hatte Wright den Entwurf für das Gebäude ausgearbeitet und 1951 wurde es fertiggestellt.

Das Walker House, wie dieses Meisterwerk der Architektur auch genannt wird, diente unlängst als Kulisse für das Fotoshooting von Oliver Peoples' neuester Titanium-Kollektion: Takumi. Diese Capsule-Kollektion vereint die Grundsätze japanischen Designs und das Erbe von Oliver Peoples zu Brillen, die mit viel Liebe zum Detail und einer besonderen Wertschätzung für die Handwerkskunst hergestellt werden.

Modernste Technik verschmilzt hier mit einer augenfälligen Vintage-Affinität zu Brillen, die unverkennbar zeitlos sind. Von feiner geometrischer Filigranarbeit bis hin zu den beschwerten Bügelenden mit Tortoiseshell-Muster – jedes Detail, und sei es noch so klein, wurde mit äußerster Sorgfalt bedacht. Jede Brille wurde unter Verwendung hochwertigster Materialien entworfen, wobei besondere Aufmerksamkeit nicht nur auf deren Wirkung im Gesicht des Trägers lag, sondern ebenso auf dessen Umgebung. ([Hier weiterlesen](#)).

Oliver Peoples Takumi:  
eine Hommage auf das Erbe des Labels  
und auf japanische Handwerkskunst



Die jahrzehntelange Verbundenheit von Oliver Peoples mit japanischer Handwerkskunst findet in dessen jüngster Capsule-Kollektion ihren Höhepunkt.

Das Wort Takumi bedeutet im Japanischen so viel wie „Kunsthändler“. Um ein Takumi zu sein, muss man die Fähigkeiten seines Handwerks durch jahrelange Hingabe und eine aufopferungsvolle Arbeitsmoral bis zur Perfektion beherrschen. Die Philosophie des Takumi ist jedoch keineswegs nur darauf ausgerichtet, höchste technische Vollendung in der materiellen Welt zu erlangen, sondern ist vielmehr eine spirituelle und soziale Verpflichtung, immer und überall sein Bestes zu geben, ganz gleich, was man sich vorgenommen hat. Ein wahrer Takumi weiß, dass zur Erlangung dieser ehrenhaften Auszeichnung kein Schritt übersprungen werden und kein Detail unberücksichtigt bleiben darf. Das Ergebnis muss in seiner Gesamtheit perfekt sein.

Just dieses seltene Faible für handwerkliches Können hat auch die Gründer von Oliver Peoples dazu bewogen, von Anfang an mit japanischen Herstellern zusammenzuarbeiten. Die Beziehungen zwischen dem Brillenlabel und dem Land der aufgehenden Sonne

wurden 1987 aufgebaut – damals noch mithilfe von Faxgeräten und durch häufige Flüge nach Japan. Diese prägende Phase sollte die Marken- und Produktphilosophie von Oliver Peoples in einer Weise beeinflussen, die bis heute nachklingt.

Japan – seine Mode, Architektur, Kunst und Kultur – ist nach wie vor eng mit Oliver Peoples verwoben und die japanischen Partner des Labels sind weiterhin maßgeblich daran beteiligt, dass ausschließlich hochwertigste, mit äußerster Sorgfalt und höchsten Ästhetikansprüchen gefertigte Brillen aus dem Hause OP kommen. Diese untrennbare, jahrzehntelange Verbundenheit mit japanischer Handwerkskunst findet in Oliver Peoples' jüngster Capsule-Kollektion, Takumi, ihren Höhepunkt. Takumi – in Los Angeles entworfen und in Japan gefertigt – ist eine anspruchsvolle Studie japanischer Brillenkunst und eine erfrischende sowie bedeutende Hommage auf das Erbe von Oliver Peoples in einem.

[\(Hier weiterlesen\).](#)

## Das globale kulinarische Schaffen von Chef Roze Traore



Internationale kulinarische Erfahrung vereint mit seiner Liebe für Entdeckungen: Chef Roze Traore kreiert „essbare“ Kunst, die er uns mit einem von der kalifornischen Küche inspirierten Gericht schmackhaft macht.

Essen wird aufgrund seines flüchtigen Charakters oft zwar nicht als Kunst wahrgenommen, aber die Art und Weise, wie Chef Roze Traore seine Gerichte zubereitet, lässt ihn Künstlern in nichts nachstehen. Chef Roze schärfte seine Messer erstmals an der renommierten französischen Kochakademie Le Cordon Bleu. Anschließend heuerte er für einige Zeit im New Yorker Michelin-Sterne-Restaurant The NoMad an, wo er unter Chefkoch Daniel Humm als Chef Tournant bzw. Chefkoch mit universellem Einsatzbereich tätig war – eine Rolle, die ihm abverlangte, in sämtlichen kulinarischen Bereichen der Küche zu glänzen. Seither legt Chef Roze die Schürze als Privatkoch für exklusive Kunden aus der Modebranche um. Und wenn er mal nicht am Herd steht, reist er durch die Welt, um sein Handwerk durch neue Inspirationen und Erfahrungen zu verfeinern.

Chef Roze lässt den immensen Einfluss, den das Reisen auf seine Karriere als Koch hat, durchblicken: „Natürlich kann man sich als Koch auf die Küche seiner Heimat-

stadt oder das kulinarische Erbe der Familie berufen, aber für mich ist das Reisen die Hauptinspirationsquelle meines kulinarischen Schaffens. Es ist das, was mich antreibt, weiterentwickelt und nach Perfektion streben lässt.“ Egal, wo er sich gerade auf der Welt befindet, Chef Roze hat immer und überall sein Notizbuch zur Hand, in dem er wissbegierig seine Beobachtungen festhält, um sich die Küche der Einheimischen anzueignen und deren Ideen in seine eigene Kochkunst einfließen zu lassen.

([Hier weiterlesen](#)).

## Sonnenbrillen-Clips



Zur Ergänzung unserer legendären Brillenmodelle haben wir jetzt auch Sonnenbrillen-Clips im Angebot – für einen klassischen, Vintage-inspirierten Look.

Als Oliver Peoples Ende der 80er Jahre aus der Taufe gehoben wurde, haftete Sonnenbrillen-Clips noch etwas Unmodernes an. Dies änderte sich, als das Label die Clips als cooles Brillen-Accessoire wieder einführte und auf diese Weise einen stylischen und legendären Look schuf. Von der Gregory Peck, Sheldrake, Riley-R, Jacno, Coleridge und MP-2 bis hin zur The Row Board Meeting 2 oder Brownstone 2 – die Clips sind für alle klassischen wie auch modernen Oliver

Peoples-Ikonen erhältlich. Die Farben der Gläser und filigranen Fassungen der Clips wurden behutsam auf die ihnen entsprechenden optischen Modelle abgestimmt, um diese nahtlos zu ergänzen. Die Clips kommen in klassischen, einzigartigen Farbkombinationen wie unter anderem Gold + Grün, Silber + Blau sowie Gold + Brown Polar daher und sind in zwei Ausführungen erhältlich: als Standard-Clip oder als Clip zum Hochklappen.



Der für die Gregory Peck geeignete Hochklapp-Clip ist eine moderne Interpretation eines klassischen Sonnenbrillen-Clips.

II

## OAKLEY EYEWEAR

"Oakley Origins" Campaign  
Creative translation EN>DE

# Endlich sehen wir uns wieder!

Eine Liebesgeschichte von 1984 geht weiter.

JETZT KAUFEN



# Raus aus der Komfortzone, rein ins Abenteuer!



## Eine Liebe in High Definition.

Meine ultimative Prizm™-Brillenglastechnologie sorgt für unübertroffene Farb- und Kontrastabstimmungen, sodass dir kein Detail entgeht und du jede Unebenheit auf der Straße schon von Weitem erkennst. Vor uns liegt eine strahlende Zukunft!

Gemacht, um mit ihr  
durchzubrennen.



Klassisches Design trifft auf zukunftsweisendes Material.

Ob du mich nun zum Mountainbiken oder Fallschirmspringen mitnimmst, dank meiner patentierten Unobtainium®-Nasenpads bleibe ich in jeder Situation fest an deiner Seite, ohne dir von der Nase zu rutschen. Denn wenn ich einmal etwas gefunden habe, worauf ich stehe, lass ich es garantiert nicht mehr los!

## Nichts bringt uns auseinander!



[Zur Kampagne](#)

III

# DOLOMIA

MAKEUP

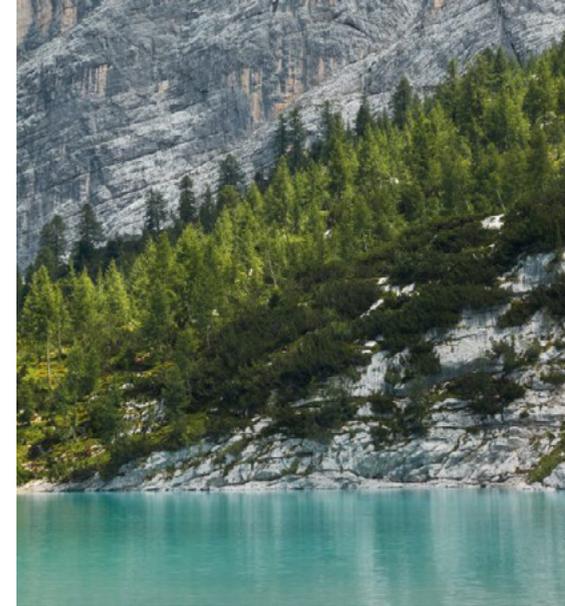
SEO keyword localisation IT>DE

&

Content creation DE for Google banners & ads



## Brand Awareness



### Banner Proposals

#### **Dolomia**

Das Geheimnis natürlicher Schönheit und Vitalität

**Entdecken Sie die Welt von Dolomia**

#### **Dolomia**

Die Quelle natürlicher Schönheit und Vitalität

**Entdecken Sie das Make-up von Dolomia**

### Ad Proposals

#### **DAS MAKE-UP VON DOLOMIA: LEUCHTEND UND NATÜRLICH**

Für ein Gesicht voll strahlender Schönheit wie das Licht der Dolomiten selbst.

#### **DAS MAKE-UP VON DOLOMIA: VOLLBRINGT EINZIGARTIGES**

Mit Pflanzenextrakten aus den Dolomiten für die natürliche Kraft und Schönheit Ihrer Haut.

#### **MAKE-UP VON DOLOMIA: PURE VITALITÄT FÜR IHR GESICHT**

Bringen Sie die Schönheit Ihrer Haut zur Geltung mit Pflanzenextrakten aus den Dolomiten.

## Tutorial Awareness



### Banner Proposals

#### **Dolomia**

Schminken leicht gemacht: Tipps und Tricks für den perfekten Smokey-Eye-Look

**Jetzt entdecken**

#### **Dolomia**

Strahlend schöner Teint leicht gemacht – mit den Make-up-Tutorials von Dolomia

**Jetzt entdecken**

### Ad Proposals

#### **SCHMINKEN LEICHT GEMACHT: MIT DEN TUTORIALS VON DOLOMIA**

Schritt für Schritt zum perfekten Make-up – egal zu welchem Anlass!

#### **BEAUTYTIPPS VON DOLOMIA: FÜR STRAHLEND SCHÖNEN TEINT**

Heben Sie die natürliche Schönheit Ihres Gesichts jederzeit perfekt hervor!

#### **GLAMOUR PUR: DER PERFEKTE SMOKEY-EYE-LOOK**

Mit den Beautytipps von Dolomia werden Sie auf jeder Party zum Blickfang!

## Product Awareness



### Ad Proposals

#### **AUGEN-MAKE-UP VON DOLOMIA: FÜR SINNLICH SCHÖNE AUGEN**

Augen-Make-up in verschiedenen Nuancen mit einzigartigem natürlichem Finish.

#### **MASCARA VON DOLOMIA: FÜR SINNLICH VOLLE WIMPERN**

Perfekt definierender Mascara mit atemberaubendem Finish bis in die Wimpernspitze.

#### **PERFEKT GESCHMINKTE LIPPEN? ENTDECKEN SIE DOLOMIA**

Langanhaltendes Lippen-Make-up für Anmut und Schönheit den ganzen Tag.

#### **MAKE-UP-PUDER VON DOLOMIA: FÜR STRAHLEND SCHÖNEN TEINT**

Make-up-Puder in zwei verschiedenen Nuancen mit atemberaubendem natürlichem Glanz.

#### **MAKE-UP VON DOLOMIA: MEHR ALS EIN LIPPENBEKENNTNIS**

Für perfekt geschminkte Lippen mit maximaler Sicherheit und Verträglichkeit.

IV

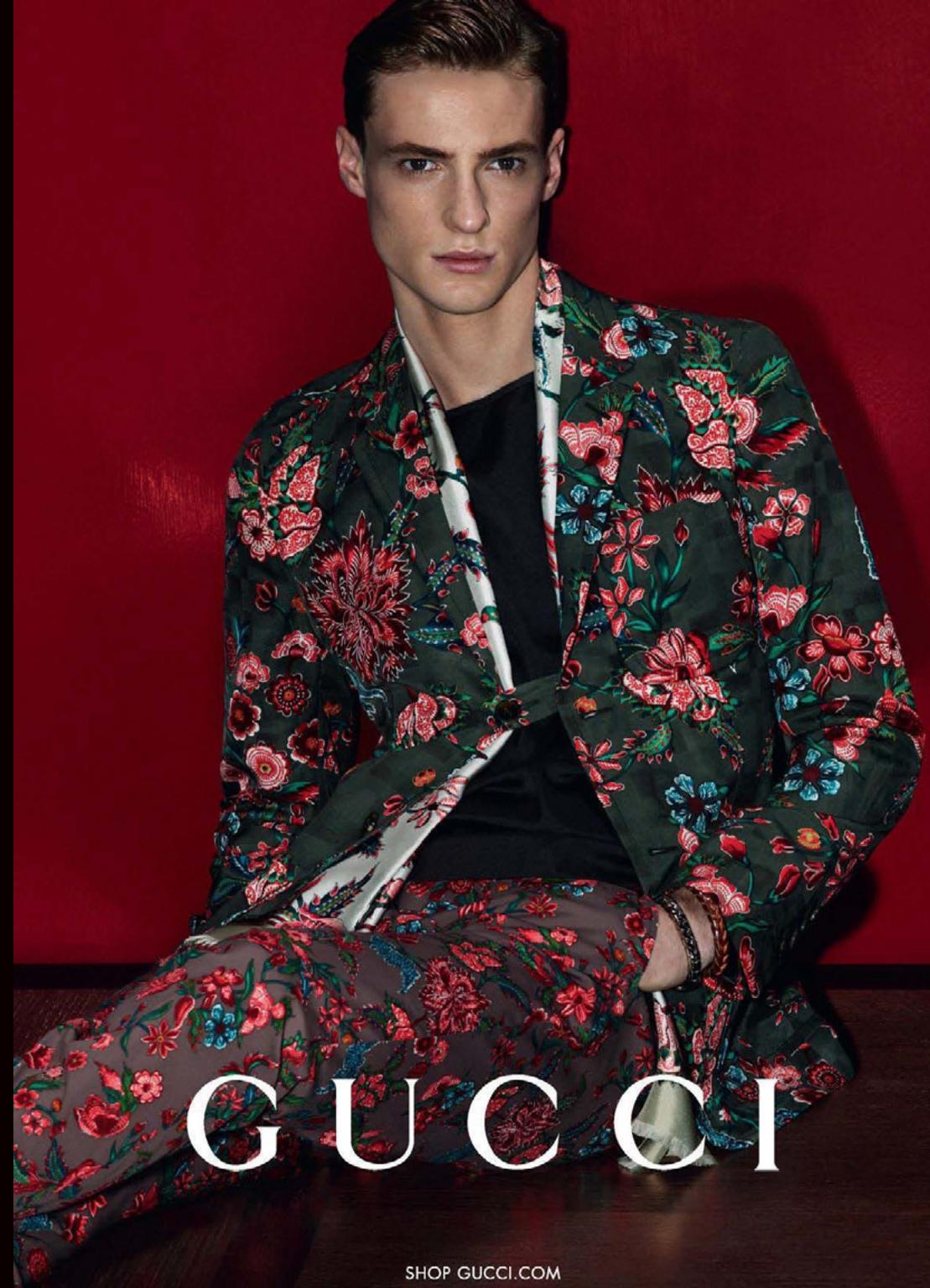
GUCCI

E-Cards

SEO keyword localisation EN>DE

&

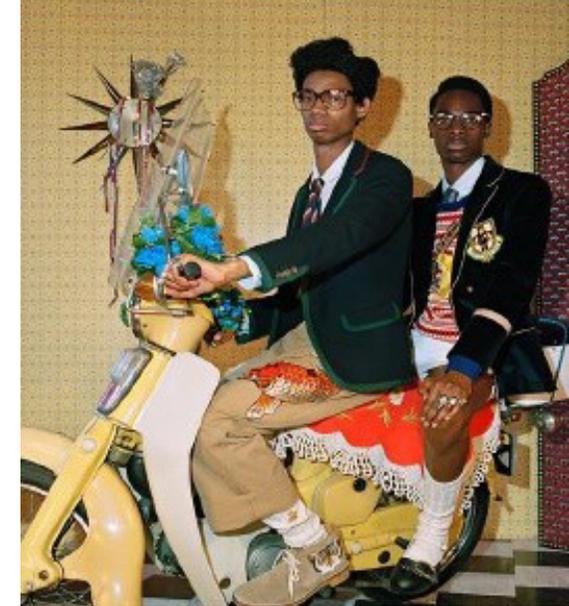
Creation of DE e-mail marketing content



GUCCI

SHOP GUCCI.COM

E-CARDS  
"Flower Power"  
&  
Men's Shoes – "New Moreau"



Flower Power

**Sub:** Prêt-à-porter-Mode für Damen: der neue „Flora-Print“

**Pre-header:** Guccis legendärer Blumenprint neu interpretiert.

**Title:** Der neue „Flora-Print“

**Body copy:** Flower-Power neu interpretiert: Für die Seiden-Crêpe-Kleider der kommenden Saison hat Kreativdirektor Alessandro Michele Guccis legendärem „Flora-Print“ neues Leben eingehaucht und dessen Blüten mit kräftigen Farben aufgefrischt.

**CTA:** Die Kollektion kaufen

New Moreau

**Subject:** Neue Desert Boots aus Veloursleder

**Pre-header:** Bestickt mit farbenfrohen Patches.

**Title:** Neue Desert Boots für Herren

**Body copy:** Knöchelhohe Stiefel aus Veloursleder, aufwendig verziert mit farbenfrohen UFO-, Wolken- und Tiger-Stickereien – den Leitmotiven der neuen Kollektion.

**CTA:** Herrenschuhe kaufen

# E-CARD

## "The Performers"



### Title 1

**Subject:** Gucci und GQ präsentieren: The Performers mit Junya Ishigami in der Hauptrolle

**PH:** Der japanische Architekt führt uns zu den Unterwasserhöhlen Yukatans.

**Title 1:** The Performers – die gemeinsame Filmreihe von Gucci und GQ

**Body Copy 1:** The Performers: Eine in Zusammenarbeit mit GQ entstandene fünfteilige Filmreihe, welche die Pilgerreise fünf einflussreicher Männer zu unerwarteten Orten dokumentiert. Ein jeder Film offenbart die persönliche Inspirationsquelle, die prägend für den Geist und die Vision des jeweiligen Protagonisten gewesen ist.

**CTA:** MEHR ERFAHREN

### Title 2

**Title 2:** Junya Ishigami und die Natur

**Body copy 2:** In Act IV von The Performers, der gemeinsamen Filmreihe von Gucci und GQ, nimmt uns der japanische Architekt Junya Ishigami mit zu den Cenoten – den mysteriösen unterirdischen Wasserströmen Yukatans – um uns zu veranschaulichen, inwieweit seine Architektur vom größten Architekten überhaupt inspiriert ist: der Natur selbst.

**Body Copy 3 Quote:** „Für mich hat von Menschenhand Geschaffenes die gleiche Bedeutung wie natürliche Dinge, weil der Mensch im Grunde eins mit der Natur ist.“ – Junya Ishigami

**CTA:** DIE KOLLEKTION KAUFEN

V

## CANNONDALE + GT BICYCLES

Creative translation EN>DE

or

Creation of IG and FB posts



## Cannondale



- Nie war durch den Verkehr zu sausen so stilsicher wie mit dem Bad Boy – der perfekte Begleiter, um dem Asphalt der Stadt die Stirn zu bieten!
- Manche Innovationen entstehen aus Notwendigkeit, andere durch Einfallsreichtum. „Asymmetric Integration“ ist der perfekte Mix aus beidem – für ein Maximum an Agilität, Traktion und Steifigkeit, dass es dich von den Socken haut. Halte das Display gedrückt, um mehr zu erfahren!
- Extrabreite Reifen, mit denen du jedes Gelände rockst, sowie eine erhöhte Traktion für optimales Kurvenverhalten und maximale Tretkontrolle in sämtlichen Lagen – unser Pantera ist schon jetzt dein neuer bester Freund!
- Ausgiebige Touren und lange Tage im Sattel sind deine Leidenschaft? Mit dem neuen Synapse meisterst du derlei Herausforderungen spielend! Denn dank seiner renntauglichen Steifigkeit und der ausgeklügelten „SAVE PLUS“-Mikrodämpfung kannst du mühelos Strecken zurücklegen wie sonst nur Team @RideArgyle – ganz egal, was das Gelände hergibt.
- Unsere „SmartForm Alloy“-Konstruktion bietet dir genau das, was du von Alu-Rahmen erwartest: eine ultrapräzise Wanddickenverteilung für ein unschlagbar geringes Gewicht! Nur dort, wo es absolut erforderlich ist, verdickt sich das Material, sodass das Bike kein Gramm zu viel auf die Waage bringt. #DontcompromiseOPTIMIZE

## GT Bicycles



- Dieses Gefühl von grenzenloser Freiheit und Lebendigkeit, wenn du durchs Gelände heizt und deine Räder den Staub nur so aufwirbeln: Entdecke jetzt die 2019er Full-Suspension-Mountainbikes von GT und erlebe dieses einzigartige Gefühl auf völlig ungekannte Weise!
- Mit den neuen 2019er GT-Elektrobikes mit Pedalunterstützung wächst du garantiert über deine Grenzen hinaus. Werde Teil dieser E-Bike-Revolution und entdecke dein Limit aufs Neue!
- Von frisch gepflasterten Serpentina bis hin zu schottrigem Untergrund – mit dem Grade meisterst du absolut jede Bergetappe mit Stil! Ein unermüdlicher Begleiter, den du nie wieder von deiner Seite lassen willst!
- Dank seiner verspielten Geometrie, den großen Laufrädern und der elektrischen Pedalunterstützung ist das eVerb für aufregende Abenteuer zu weit gelegenen Orten wie geschaffen – ein unnachahmliches Bike für unnachahmlichen Spaß! #srslyfun
- Ganz ohne proprietäre Komponenten und mit 150 mm Federweg, um steilen Anstiegen und anspruchsvollen Abfahrten kompromisslos die Stirn zu bieten: Das brandneue Force ist für all diejenigen gedacht, die ihre Freizeit lieber auf Trails verbringen, statt durch die Online-Foren zu trollen! #FeedYourLTS

VI

## ALDI BELGIUM

Creative translation NL/FR>DE

or

Creation of marketing slogans  
for weekly brochures



## Slogan Transcreations



### Fairtrade Towel

**NL:** (h)eerlijk zacht

**FR:** Tellement doux, tellement honnête

**DE:** Zum „Fairlieben“ flauschig.

### Multifunctional Ladder

**NL:** Jouw klusjes? Die gaan een trapje hoger.

**FR:** Des travaux ? Elle sera toujours à la hauteur.

**DE:** Gut gerüstet für höhere Aufgaben.

# Slogan Transcreations



Flower Bulbs

NL: Openbloeien? Daarvoor gaan we uit de bol?

FR: Fleurir ? C'est dans nos racines!

DE: Blütenpracht dir zgedacht.

Electric Lawn Mower

FR: Une pelouse bien taillée ? Voici votre allié!

NL: Een goed gemaaide gazon? Een koud kunstje voor dit toestel!

DE: Einer, gegen den kein Kraut gewachsen ist.

# Slogan Transcreations



Ventilator

NL: Klaar om een frisse wind te doen waaien?

FR: Envie que le vent tourne ?

DE: Zeit für frischen Wind im Haus.

Hot Air Fryer

FR: Mes petits plaisirs ? Ils sont dorés et croustillants.

NL: Mijn kleine pleziertjes? Die zien er goudkleurig en krokant uit.

DE: Knusprig Frittiertes? Diese serviert es!

VII

## FOAMGLAS

Creative translation EN>DE of slogans,  
banners and other advertising materials

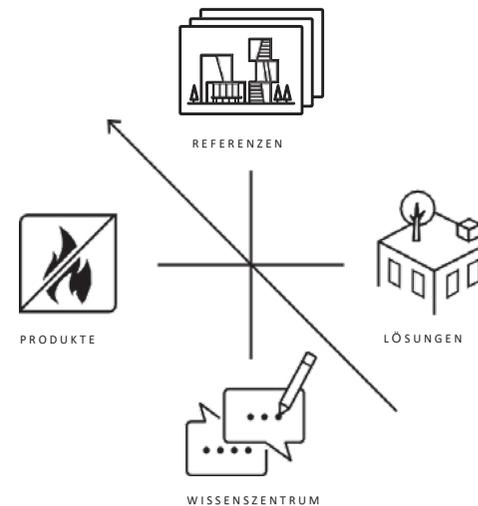


 **FOAMGLAS®**

E - CARD

## ENDLICH LIVE!

GEHEN SIE AUF  
ENTDECKUNGSREISE.



ENTDECKEN SIE UNSER  
BRANDNEUES KUNDENERLEBNIS

[www.foamglas.com](http://www.foamglas.com)



## WIR FEIERN

DEN LAUNCH UNSERER NEUEN  
WEBSITE!

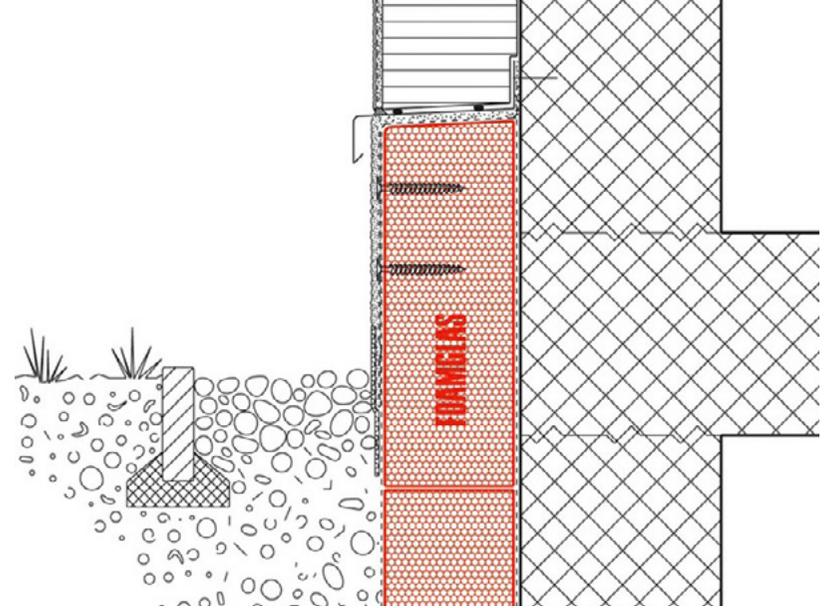
Entdecken Sie den neuen  
FOAMGLAS®-Webauftritt und erleben Sie  
unsere **kundenorientierten Tools** wie das  
**Wissenszentrum** und den  
**Lösungsassistenten**.

Werfen Sie zudem einen Blick auf  
die einzigartigen Bauprojekte, an  
denen FOAMGLAS® beteiligt ist.

Viel Spaß beim Entdecken  
und vergessen Sie nicht:  
Bitte weitersagen!



# Slogan Transcreations



English

FOAMGLAS® THERMAL INSULATION – PROTECT WHAT MATTERS MOST

German

FOAMGLAS® THERMAL INSULATION – SCHÜTZT, WAS IHNEN AM HERZEN LIEGT

FOAMGLAS® THERMAL INSULATION – SCHÜTZT, WAS IHNEN WICHTIG IST

FOAMGLAS® THERMAL INSULATION – SCHÜTZENSWERTES WIRKSAM GESCHÜTZT

FOAMGLAS® THERMAL INSULATION – WIRKSAMER SCHUTZ IN ALLEN LAGEN

