

text, konzeption : bernd schiller



Einige Arbeitsproben

Ich habe alle Arbeiten selbständig allein oder im Team erdacht und erarbeitet.
Mit wem und für wen die jeweiligen Arbeitsproben entstanden sind, erfahren
Sie auf der Website.

Kalmeda

Naming,

Textredaktion App und Website,

Idee, Dramaturgie, Text Erklärfilme

Kalmeda ist eine Tinnitus-App, die Patienten im Alltag hilft.
www.kalmeda.de



IT Concepts

Konzept und Text für Imagefilm

Der Anbieter von IT-Businesslösungen
zum Thema Internet of Things.

Bitte anklicken:

[https://www.itconcepts.de/index.php/
services-solutions](https://www.itconcepts.de/index.php/services-solutions)



Hotel Das Royal

Rebranding

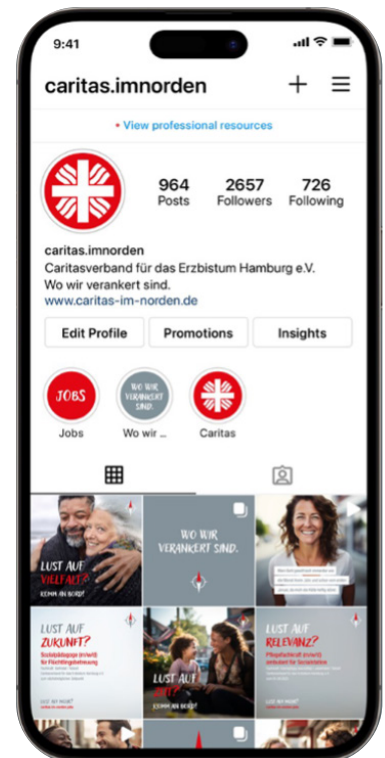
konzeptionelle Beratung im Team mit Art Direction, Naming und Claim, Website das-royal.de, Anregungen Ausstattung und Giveaways, Public Relation, Personalanzeigen



Caritas

Recruitment Kampagne

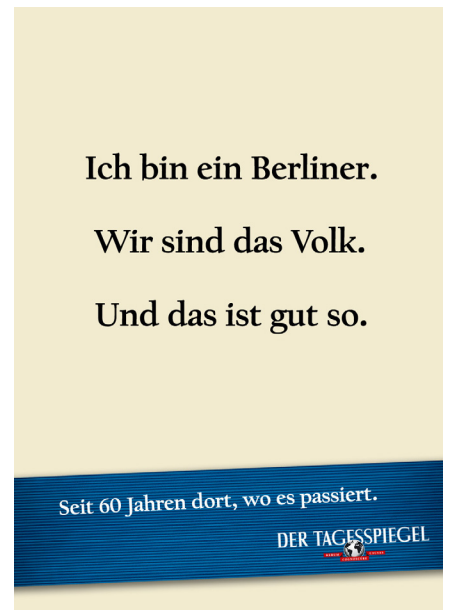
Allgemein bekannt: Gerade bei den Pflege-Berufen herrscht Personalmangel. Dabei ist das Image als Arbeitgeber meist schlichtweg schlecht. Wir haben beides auf einmal in Angriff genommen mit dieser 360° Recruiting-Kampagne.



Tagesspiegel

Plakat „Wir sind das Volk“

Mein Lieblingsmotiv zur großen Geburtstagskampagne.
Auch bei vielen im Tagesspiegel sehr beliebt, leider nicht bei allen.
Deshalb ist dieses Motiv unveröffentlicht.



Plakat „Merkt ja keiner. Doch.“

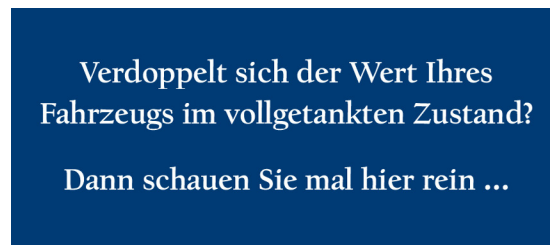
Startmotiv einer Imagekampagne.
HL: *Merkt ja keiner. (bei der Birne:) Doch.*



Standbild United Screens

Bei United Screens werden Nachrichten und Werbung als kurze Filmbeiträge oder Standbilder gezeigt, z.B. über dem Tresen von Tankstellen.

Hier zwei direkt aufeinanderfolgende Standbilder.



Volkswagen Financial Services

Filme für Website und Niederlassungen

Was in der Volkswagengruppe vorher Versicherung, Leasing und Bank war, heißt nun „Volkswagen Financial Services“. In Erklärfilmen von 60-90 Sekunden werden für die gesamte Volkswagenfamilie komplizierte Angebote leicht verständlich erklärt.



F.A.Z.

Anzeige „Sonst macht´s ja keiner“

Eine Anzeige zum Start der täglichen Radioseite in der F.A.Z.

HL: *Sonst macht´s ja keiner*



Anzeige „Sommermorgen“

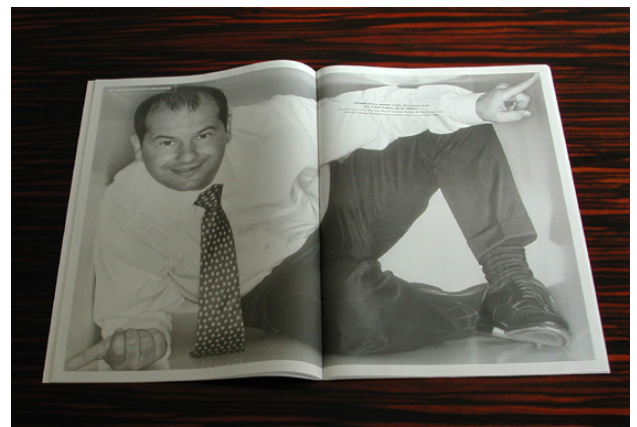
Eine Anzeige zur Bewerbung des verlässlichen Auslandsservice.

HL: *Ein ganz normaler Sommermorgen für Risto Peremäkki*



Entscheidermappe

Eine Mappe für Marketing-Entscheider in Original F.A.Z.-Größe mit dem Namen „Der große Auftritt“.
Die Vorzüge von „Deutschlands großer Tageszeitung“ werden von Marketing-Entscheidern kommuniziert, in Originalgröße.



Baden-Württemberg

Imagewerbung für Tourismus

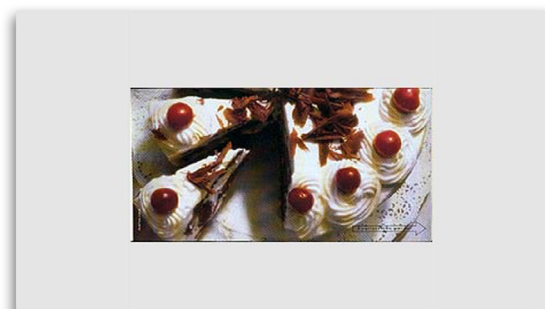
Einfacher Spruch, einfache Aussage –
und so beliebt, dass ich noch heute
hin und wieder diesen Spruch an mir
vorbeifahren sehe.



Baden-Württemberg

Investor's Guide für Wirtschaftswerbung – Idee, Konzept, Text

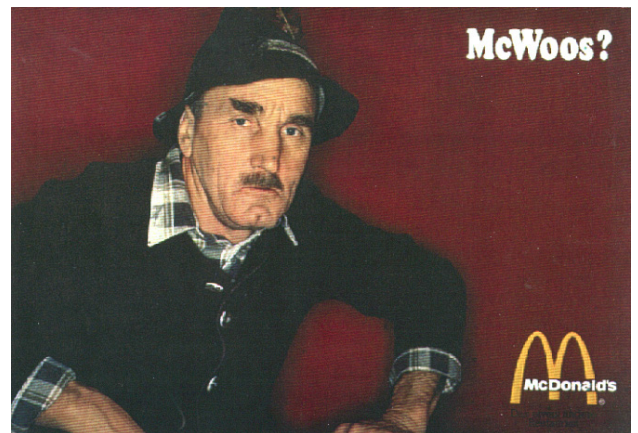
Ausführliche Infos zum Investor's Guide auf bernd-schiller.com



McDonald's

Anzeigenserie

Plakat „McWoos?“
 Das Startmotiv der ersten eigenen Image-Plakatkampagne für McDonald's Österreich, die mehrere Jahre sehr erfolgreich lief.



Anzeige „Personalsuche“

Hier beispielhaft der Text für den „Frühstücker“:

Für unsere netten Restaurants suchen wir noch engagierte Frühstücker. Sie sollten die Bereitschaft mitbringen, alleine oder im Team zu genießen. Ihre vornehmlichen Tätigkeitsbereiche werden beim Verzehr von McMaffin, McCroissant, Ham&Eggs und Croissants mit Butter und Marmelade liegen. Kenntnisse im Genießen von Big Breakfast und dampfend heißem Kaffee sind von Vorteil.

Bitte werden Sie vorstellig werktags zwischen 7 und 11 Uhr, Sonn-/Feiertage zwischen 9 und 12 Uhr.

Im Lauf der Jahre
 viele komplette Kampagnen,
 TV-Spots, Funkspots, Tablettsets
 usw.



Bundestagswahl 2013

3 Beispiele aus der Wahlmotivierungskampagne

Du bist die Wahl!

Promis und normale Mitbürger erzählen, warum sie wählen gehen und rufen dazu auf, bei der Kampagne selbst als Botschafter aufzutreten.

Eine 360°-Kampagne, u.a. mit Plakaten, Anzeigen, TV, Online-Bannern, youtube-channel mit Videowettbewerb.



Linda Hesse, Schlagerstar



Firat Arslan, ehemals WBA Box-Weltmeister



Rentnerin

Germanwings

3 Beispiele aus einer Anzeigenserie

HL im Bildmotiv: *Berge? Was erwarten Sie denn noch bei dem Preis?*

Text im gelben Block: *Mit der ersten deutschen Günstig-Airline schon für 45 CHF von Zürich nach Köln. ...*



HL im Bildmotiv: *Jedes Jahr kommen 9 Millionen Deutsche nach Italien. Zeit für Revanche.*

Text im gelben Block: *Mailand - Köln für nur 29 Euro.*



HL im Bildmotiv: *Wie wär's mit Kneipen, die nach 11 Uhr abends geöffnet haben?*

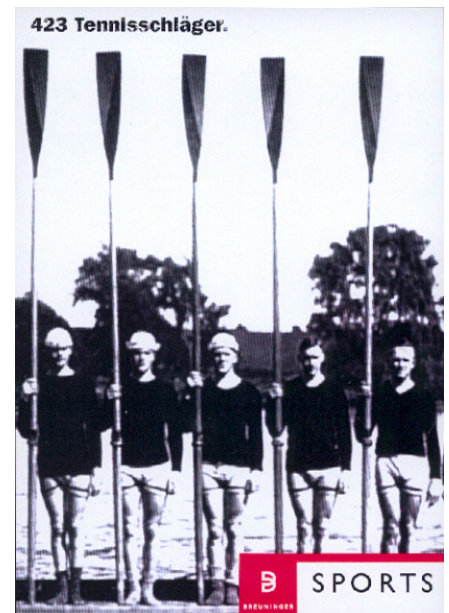
Text im gelben Block: *Für 19 Pfund von London-Stansted nach Köln.*



Breuninger

Anzeige „Tennisschläger“

Eines von mehreren Motiven zur Kommunikation der enormen Auswahl und Vielseitigkeit, die Breuninger Sport zu bieten hat.



Haribo

Schlagzeilenfake

Auch B-to-B darf lustig sein. 2 Beispiele einer Anzeigenserie für Fachmagazine des Lebensmittel-Einzelhandels.

HL: *Peinlich: Trotz Gummi schwanger! Was nun?*

Copy: *Toni L. aus M. dümmster Liebhaber Deutschlands? „Die sagen doch immer ‘Nie ohne Gummi‘. Ich hol mir extra zwei Tüten Goldbären, hat klasse geschmeckt, aber nix genutzt.“ So die Beichte des umtriebigen Liebhabers. Jetzt wird er von den Nachbarn und Freunden verhöhnt. Toni L. und Freundin Kerstin F. freuen sich trotzdem auf den Nachwuchs, denn Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso.*

Freuen Sie sich mit, ordern Sie jetzt für Toni L., seine Nachbarn und den Rest von Deutschland.

Bildunterschrift bei Goldbär: *Gummi mit Fruchtgeschmack*

**PEINLICH:
TROTZ
GUMMI
SCHWANGER
WAS NUN?**

Gummi mit Fruchtgeschmack

Toni L. aus M. dümmster Liebhaber Deutschlands? „Die sagen doch immer ‘Nie ohne Gummi‘. Ich hol mir extra zwei Tüten Goldbären, hat klasse geschmeckt, aber nix genutzt.“ So die Beichte des umtriebigen Liebhabers. Jetzt wird er von den Nachbarn und Freunden verhöhnt. Toni L. und Freundin Kerstin F. freuen sich trotzdem auf den Nachwuchs, denn Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso.

Freuen Sie sich mit, ordern Sie jetzt für Toni L., seine Nachbarn und den Rest von Deutschland.

HARIBO macht Kinder froh und Erwachsene ebenso!

HL: *Kind enthauptet 150 Bären*

Copy: *Schockierte Eltern, neidische Mitschüler. Ein beispielloser Akt grausamer Barbarei ereignete sich bei einer Klassenfeier in der St. Ignazius-Gesamtschule Oberstruntzheim. Der 9jährige Schuljunge Matthias F. machte 150 Goldbärchen an nur einem Nachmittag den Garaus.*

Die Klassenlehrerin: „Ich gestehe, ich habe tatenlos zugesehen. Sie gehörten ihm. Was sollte ich machen?“

Die Eltern: „Der Beirat wird entscheiden.“ Schulseelsorger Bruder Jockel: „Sind wir nicht alle ein wenig schuldig? Und hätten es nicht auch 100 getan?“ Mitschülerin Britta S.: „Ich habe mich in ihn verliebt. Ja, er ist ein Held.“

Wollen Sie das Geld grausamer Barbaren und junger Helden in Ihrer Kasse klingeln hören? Dann ordern Sie jetzt.

Bildunterschrift bei Goldbär: *Nummer 151 lebt noch*

**KIND
ENTHAUPTET
150
BÄREN**

Nummer 151 lebt noch!

Schockierte Eltern, neidische Mitschüler, ein beispiellos grausamer Barbarei ereignete sich bei einer Klassenfeier in der St. Ignazius-Gesamtschule Oberstruntzheim. Der 9jährige Schuljunge Matthias F. machte 150 Goldbärchen an nur einem Nachmittag den Garaus. Die Klassenlehrerin: „Ich gestehe, ich habe tatenlos zugesehen. Sie gehörten ihm. Was sollte ich machen?“ Die Eltern: „Der Beirat wird entscheiden.“ Schulseelsorger Bruder Jockel: „Sind wir nicht alle ein wenig schuldig? Und hätten es nicht auch 100 getan?“ Mitschülerin Britta S.: „Ich habe mich in ihn verliebt. Ja, er ist ein Held.“

Wollen Sie das Geld grausamer Barbaren und junger Helden in Ihrer Kasse klingeln hören? Dann ordern Sie jetzt.

HARIBO macht Kinder froh und Erwachsene ebenso!

Vita

Bernd Schiller

0179 5197871

info@bernd-schiller.com

Freischaffender Creative Director, Konzeptioner und Texter für Werbe- und Gestaltungsagenturen sowie eigene Kunden

Werbekampagnen-Konzepte 360° online und „klassisch“
Werbefilm, Erklärfilm, Industriefilm
Naming, Claim, Slogan, Corporate Language, Tone of Voice
Websitekonzept Text und Redaktion
Broschürenkonzept Text und Redaktion
Markenberatung

Agenturen u.a.

DDB Berlin, eat, sleep & design, Eden, Spiekermann, Heye, Jung von Matt Berlin und Hamburg, Metadesign, Scholz & Friends Berlin, Serviceplan

Eigene Kunden u.a.

ADAC, Boston Consulting Group DV, Der Tagesspiegel, kalmeda Tinnitus App, Land Niedersachsen, Rat für Migration, Tobis Filmverleih

Schulungen, Seminare, Workshops für Firmen und an der *HTK-Akademie Berlin*

1999-2000

1 1/2 Jahre Texter bei *Scholz&Friends Berlin*

1993-1998

5 Jahre Texter bei *Heye+Partner Unterhaching*

1993

7 Monate Juniortexter bei *Graffiti Direktmarketingagentur München*

1992/1993

6 Monate Textpraktikum bei *Maßmann, Neuser Werbeagentur München*

Diverse Kreativpreise

(ADC, CCA, ARD Radio Award ...)

Seit 2001

Diverse Lehraufträge und Vorträge, seit 2003 an der *HTK Akademie Berlin*, Fach „Advertising“

Publikationen

„Neu! Sachdienliche Hinweise zur Werbung“, Stiebner Verlag
„Der kleine Türöffner / Wie man sich bei seiner Traumagentur bewirbt – und die Chancen erhöht genommen zu werden“, GRACO Verlag

Vor der Werbung

1989-1992

Ausbildung zum staatlich geprüften Fotodesigner
Ausbildung zum staatlich geprüften AV-Mediendesigner

vor 1989

Fotopraktikum
Mitarbeit Film/TV (Licht/Bühne, Ton, Requisite, Aufnahmeleitung)
Gag-Schreiber für „sketchup“ (Serie mit Diether Krebs für den Bayerischen Rundfunk)
Journalistische Arbeiten
Früh, aber bestimmt nicht zu früh abgebrochenes Studium der Germanistik und Theaterwissenschaft

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Und noch mehr, gerne auf Ihre Bedürfnisse fokussiert, beim persönlichen Gespräch.