

**Werbeslogans für *sonic parole* von georg klein / 2008**  
 Medienfassadenfestival Berlin 17.10. – 3.11. 2008

[www.georgklein.de](http://www.georgklein.de)  
[www.mediaarchitecture.org](http://www.mediaarchitecture.org)

Slogan	Produkt	Firma	Branche	Agentur	Jahr
What are you fighting for?	Jeans	40WEFT	Bekleidung	unbk.	2006
Impossible is nothing.	Sportschuhe	Adidas	Sport/Freizeit	180	2004
Entscheide Dich.	Soft-Drink	Afri-Cola	Ernährung	unbk.	2006
Lebe deine Leidenschaft.	Frauenzeitschrift	Amica	Zeitschriften	BBDO	2005
Think different.	Computer	Apple	Computer	TBWA Chiat Day	1997
Nicht ärgern, ändern.	Telefonvertrag	Arcor	Telekommunikation	unbk.	2006
Stop dreaming – Start living.	Möbel	Bolia	Einrichtung	Young&Rubicam	2004
Have it your way.	Fast Food	Burger King	Gastronomie	unbk.	2006
Der Beginn einer Vision.	Zigaretten	Camel	Tabak	Saatchi&Saatchi	2004
Make it real.	Soft-Drink	Coca-Cola	Ernährung	Springer&Jacobi	2003
Lerne die Regeln und brich sie.	A-Klasse, Auto	DaimlerChrysler	Verkehrsmittel	unbk.	2004
Auch du kannst Großes bewegen.	LKW-Transport	EuropCar	Autovermietung	unbk.	2002
Be your own brand.	Jeans	FreeSoul	Bekleidung	Philipp&Keuntje	2005
The Power of Dreams.	Auto	Honda	Verkehrsmittel	Hakuhodo	2001
Follow your Impulse.	Parfum	Impulse	Kosmetik	Ogilvy&Mather	1998
Fight 4 your rights!	Jeans	Indian Rags	Bekleidung	unbk.	2002
All ages, all races, all sexes.	Make-up	MAC	Kosmetik	unbk.	1994
Drive the Revolution.	Auto	Mazda	Verkehrsmittel	JWT	2004
Just do it.	Sportschuhe	Nike	Sport/Freizeit	Wieden+Kennedy	1988
Make your own rules.	Jeans	Paddock's	Bekleidung	Springer&Jacobi	2008

Rein in die Zukunft.	Waschmittel	Persil	Chemie	DDB Düsseldorf	2007
Jede Revolution beginnt mit einem Auflauf.	Kartoffelprodukte	Pfanni	Ernährung	Wüschner Rohwer Baier	1995
Protest	Bekleidungslabel	Protest	Bekleidung	unbk.	1993
I have a dream.	Telefonvertrag	Quam	Telekommunikation	Jung von Matt	2001
Real - Besorg's dir doch einfach.	Lebensmittel	Real	Ernährung	Consellgruppe	2005
Die Revolution geht weiter.	Auto	Renault	Verkehrsmittel	Publics	1998
Move your mind.	Auto	Saab	Verkehrsmittel	Lowe&Partners	2003
Like. No. Other.	Unterhaltungselektron.	Sony	Elektronik	Young&Rubicam	2005
Zero limits.	Soft-Drink	Sprite Zero	Ernährung	Ogilvy&Mather	2005
Be a rebel.	Tampon	Tampax	Bekleidung	unbk.	1948
Reclaim your life.	SUV, Auto	Tata Motors of India	Verkehrsmittel	O&M	2006
Nichts ist unmöglich.	Auto	Toyota	Verkehrsmittel	BMZ	1985
Do something amazing.	Soldaten-Rekrutierung	US Air Force	Militär	GSD&M	2007
Liebe jeden Tag.	Kreditkarte	Visa	Finanzen	Saatchi&Saatchi	2006
Radikalisiert das Leben.	Fernsehprogramm	Viva2	TV/Medien	unbk.	2000
Because change happenz.	Versicherungsagentur	Zürich	Versicherungen	Publics	2005

Für das Projekt **sonic parole** wurden Werbebotschaften gesammelt, die mit pseudorevolutionärem Touch eine Verbesserung der Welt, eine Veränderung des Denkens, des Bewusstseins, der Lebenswelt propagieren, gepaart mit dem Aufruf zu mehr Individualität, Selbstverwirklichung und Freiheit: „Just do it!“ (Nike). 40 Jahre nach den 68ern sind deren Parolen und Ikonen vom Marketing im Stile eines „radical chic“ aufgesogen worden. Die Konterfeis von Che Guevara und Karl Marx sind Werbeikonen geworden. Und was 1948 mit der Tamponwerbung „Be a rebel“ (Tampax) noch emanzipatorisch-kämpferisch wirkte, ist heute Ausdruck einer pseudorebellischen, hippen Jugendlichkeit. Selbst neuere globalisierungskritische Tendenzen wie „NoLogo“ (Naomi Klein) werden umgehend in Produktmarketing umgemünzt: „Be your own brand“ (FreeSoul). Der Klang- und Medienkünstler **Georg Klein** wirft diese Werbebotschaften nun als isolierte Messages wieder zurück auf die Leinwand – die Medienfassade der neugebauten O2-World in Berlin (die größte mediale Werbefassade Europas) – aber ohne dass das Produkt noch genannt wird. Dabei werden sie „akustisch“ bearbeitet, indem entsprechend ihrem akustischen Wortlaut visuelle Transformationen des Schriftbildes entstehen. Die Botschaften lösen sich auf in ihrem eigenen Wortlaut, werden zum visuellen Ornament, und die O2-Medienfassade wird zur revolutionären Propagandamaschine, die geballt ihre durch den Markenwolf gedrehten Parolen in den öffentlichen Raum schießt.