

Brain'n' Dead



Das Deck

- 01 **Wir**
- 02 **Start-Ups**
- 03 **Portfolio**

#1 WIR

Passt gut.

2020 haben wir, Sascha und Constantin, unseren Traum erfüllt und unsere eigene Agentur gegründet. Viele (gemeinsame) Werbejahre liegen bereits hinter uns. Viele Jahre, in denen wir gesehen haben, wie diese Branche „funktioniert“. Wir wollten dieses System umfunktionieren.

Wir sind angetreten, um kompromisslose Kommunikation zu machen.

Denn wer zu allem „Ja und Amen“ sagt, der bewegt sich vorwärts, kommt aber nicht voran. Deshalb hören wir uns mehr Anfragen an als wir annehmen. Hingabe und Leidenschaft kann man nicht erzwingen. Und darum wägen wir doppelt und dreifach ab, ob ein Projekt zu uns und wir zu dem Projekt passen.

Und das klappt bis heute sehr gut.



Scholz
& Friends

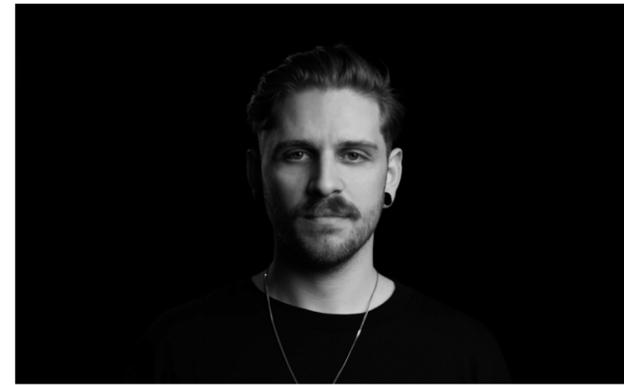
Brandyourlife.

TRY **NO AGENCY.**

heimat

 Doyle
Dane
Bernbach

**Passt
noch
besser.**



Gründer, Geschäftsführer und der Mann für die Zahlen. Sascha **managt Projekte**. Hat er schon immer gemacht. In verschiedenen Agenturen und als Freelancer. Immer mit Erfolg. Und heute sogar mit Freuden.



Gutes Design braucht auch jemanden, der es erkennt und umsetzt. Das macht Laura. Eine Art Direktorin, die bereits in verschiedenen Agenturen, Jobs und als Freelancerin gearbeitet hat. Und von Corporate Design bis Social Media alles abdeckt, was das Kundenherz begehrt.



Die **kreative Leitung**. War er in der Vergangenheit auch schon. Aber heute in seiner eigenen Agentur. Dabei ist Constantin verantwortlich für Strategien, Narrative, Kampagnen und alles, was unsere Kunden sonst so brauchen.



Irgendwer muss die **Texte** auf den Punkt bringen. Ob Headline, Subline oder Long Copy. Ob Social Media, Newsletter oder Plakate. Wo auch immer die richtigen Worte fehlen, Moritz hat sie meist irgendwo rumfliegen.

Passt zu Start-Ups.

Wir sind eine junge Agentur, die es liebt, jungen Unternehmen zu helfen. Zu helfen, sich selber zu finden. Zu wachsen. Und sich langfristig zu etablieren.

Dabei ist uns besonders wichtig, dass die entsprechenden Maßnahmen immer auch zum Status Quo des jeweiligen Start-Ups passen.

Wir schlagen nicht jedem TV-Werbung vor, nur „weil man das als Start-Up so macht“. Wir analysieren lieber die aktuelle Situation und sprechen unsere Empfehlungen aus.

Ob frisch gegründet. Oder schon ein paar Tage dabei.

Wir supporten Start-Ups verschiedenster Größen.

Auf ihrem Weg nach oben.

#2 START-UPS

A couple is riding a red scooter through a city street at dusk. The woman is driving, wearing a white outfit and a black helmet, smiling. The man is sitting behind her, also wearing a black helmet and a dark jacket, smiling and giving a thumbs-up. The background shows city buildings and a clear sky with a soft glow from the setting or rising sun. The scooter has the word 'emmy' written on the side.

emmy

Spots / Online-Banner/ OOH-Plakate

Aufsteigen, bitte.

Im Sommer 2021 wurde die emmy Flotte um 1.500 Roller aufgestockt. Mit dem Ziel 35.000 Neukunden zu gewinnen.

Dafür braucht es natürlich die entsprechende Kommunikation. Unser Auftritt.

START



Spots / Produktion

Wir zeichneten unter anderem verantwortlich für die Konzeption der Spots, welche sowohl in Social Media als auch in TV ausgespielt wurden.

Den Fokus legten wir dabei auf die Vorteile der orangenen Sharing-Roller (Preis, Fahrspaß, vereinfachtes Parken). Erzählten diese allerdings so, dass man zweimal hingucken wollte.

Laut, bunt, anders. So wie emmy eben ist. Und gute Kommunikation sein muss.



Banner



In der Performance-Phase der Kampagne wurden verschiedene Banner ausgespielt, welche von uns konzipiert und umgesetzt wurden.

Dabei legten wir, wie schon bei den Spots, Wert auf eine auffällige Tonalität, die sich von den anderen Werbemitteln im Umfeld abhebt.

Verdreifacht.

Ziel: **35.000** Neukunden

Ergebnis: **100.000** Neukunden

Bei gleichem Budget.



ZIEL



The Plant Box

Playbook / Guidelines / CI Manual

THE PLANT BOX

START

The Plant Box bietet fertige Pflanzenboxen an, die jeden Balkon verschönern, wenig Arbeit machen und gleichzeitig noch ein Herz für die Umwelt haben. Tolle Sache.

Damit das mit den richtigen Stories auch den Weg in die Herzen und auf die Balkone der Zielgruppe findet, machten wir uns ans Werk.



Playbook

Wir entwickelten ein Playbook, welches verschiedene Narrative und einen frischen Look-and-Feel kombinierte. Die besondere Herausforderung war es, Guidelines zu entwickeln, die für den aktuellen Status-Quo ebenso anwendbar sind, wie für die angestrebte Wachstumsphase.

The image displays a grid of 20 pages from the 'THE PLANT BOX' Playbook. The pages are organized as follows:

- Page 1:** Title page 'Playbook' with a vibrant floral arrangement.
- Page 2:** Table of Contents listing sections like 'MARKENGRUNDLAGEN', 'CORPORATE DESIGN', 'HERKUNFT', 'DIE ROLLE DER MARKE', 'WALLES', 'UNIQUE ATTRIBUTES', 'ZIELGRUPPE', and 'NARRATIVE'.
- Page 3:** '01 HERKUNFT' - 'Die Plant Box Story' section with a photo of two women.
- Page 4:** '02 DIE ROLLE DER MARKE' - A circular diagram showing brand roles.
- Page 5:** '02 DIE ROLLE DER MARKE' - 'Die Aufgaben' section with a 'Caregiver' role diagram.
- Page 6:** '03 WALLE' - A grid of values: VERTRAUEN, VERSTÄNDNIS, EXPERTISE, KREATIVITÄT, GLÜCK, ÄSTHETIK, QUALITÄT, UNTERSTÜTZUNG.
- Page 7:** '04 UNIQUE ATTRIBUTES' - 'Der Plant Lover Club', 'Der Balkon im Fokus', 'Die Stadt verschönern', and 'Die Expertise im Haus'.
- Page 8:** '02 ZIELGRUPPE' - 'Über die Zielgruppe' and 'Kaufgründe'.
- Page 9:** '07 NARRATIVE' - 'WAS SIND DIE GRUNDELEMENTE EINES CORPORATE DESIGNS?'.
- Page 10:** '07 NARRATIVE' - 'Mach dein Ding' with a photo of people working.
- Page 11:** '07 NARRATIVE' - 'Insight' and 'Idee' sections.
- Page 12:** '07 NARRATIVE' - 'Textbausteine' grid.
- Page 13:** '07 NARRATIVE' - 'Änderungsdeen' section.
- Page 14:** '08 DAS LOGO' - 'Aufbau und Schutzraum' section with logo variations.
- Page 15:** '08 DAS LOGO' - 'DAS LOGO' section with a grid of logo applications.
- Page 16:** '08 DIE FARBEN' - 'Farbpaletten' and 'Farbregeln' section with color swatches.
- Page 17:** '08 DIE FARBEN' - 'Farbpaletten' and 'Farbregeln' section with color swatches.
- Page 18:** '08 DIE FARBEN' - 'Farbpaletten' and 'Farbregeln' section with color swatches.
- Page 19:** '08 DIE FARBEN' - 'Farbpaletten' and 'Farbregeln' section with color swatches.
- Page 20:** '08 DIE FARBEN' - 'Farbpaletten' and 'Farbregeln' section with color swatches.

In die Höhle des Löwen getrieben.

Dass wir Anne und Alice mit unserer Arbeit überzeugen konnten, freut uns sehr.

Mindestens genauso freut es uns, dass die beiden im April in der Gründershow „Die Höhle der Löwen“ Judith Williams und Carsten Maschmeyer überzeugen konnten.

Und damit 150.000 Euro eingesackt haben, die sie nun ins weitere Wachstum vom Unternehmen und den vielen Balkonpflanzen stecken können.

ZIEL



INTERESSE?

Unser Portfolio



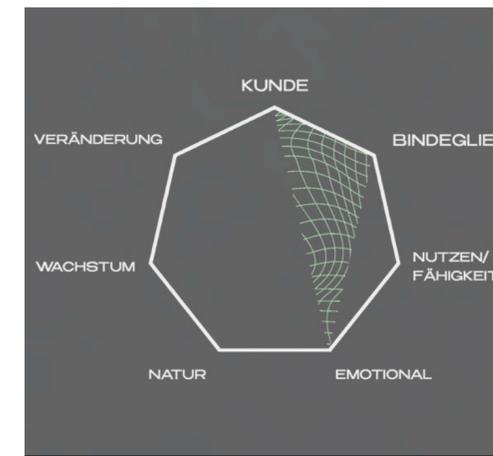
TV



Social Media



Content



Strategie



Kampagne



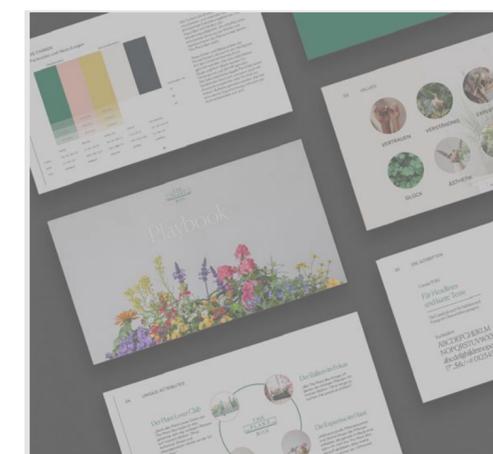
Print



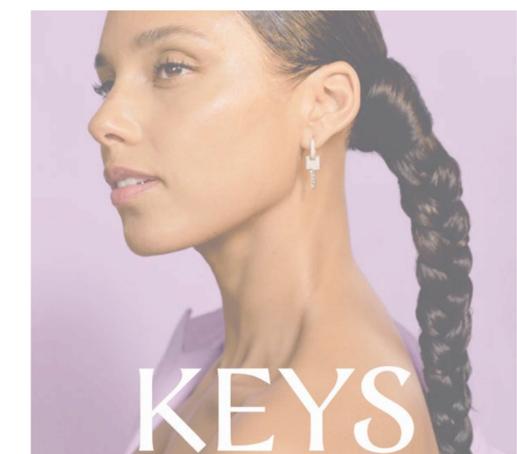
Marken



Naming



Corporate Design



KEYS

Event

Euer Portfolio

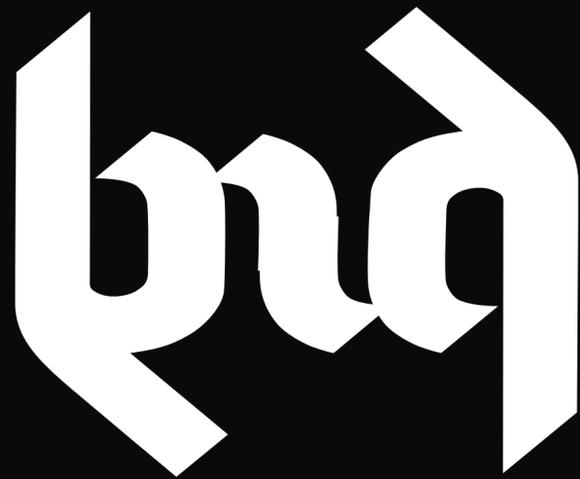
Ihr habt in eurem Portfolio ein (oder mehrere) Start-Ups, welche Hilfe bei der kommunikativen Ausrichtung benötigen? Dann meldet euch.

Ganz gleich, wie groß. Ganz gleich, aus welchem Bereich. Ganz gleich, wo sie hinwollen. Lasst uns miteinander sprechen und schauen, ob es beiderseitig passt.

Wir arbeiten nämlich nach dem Credo, dass ein Projekt sowohl von Agenturen- als auch von Kundenseite zu 100% passen muss, um die gewünschten Erfolge zu erzielen.



**Brain'n'
Dead**



**Brain'n'Dead UG
(haftungsbeschränkt)
Sascha Winkler
Kieholzstraße 35
12435 Berlin**

**Tel: +49 1520 9211924
Mail: sascha@brain-n-dead.de
www.brain-n-dead.de**