



K A T H A R I N A

L I E B E L T

T e x t + K o n z e p t i o n



# KATHARINA LIEBELT

Text + Konzeption



Katharina Liebelt

## Das ist eine wahre Geschichte:

Vorstellungsrunde im Taiji-Kurs. Jeder erzählt kurz etwas über sich. Ich sage, dass ich Copywriter bin. Die Teilnehmer blicken mich ratlos an. Eine freundliche Dame bedauert mich: „Sie Ärmste, sicher haben Sie in Ihrem Laden lange Öffnungszeiten.“ Ich: „Och, naja, kommt drauf an.“ Die Dame verständnisvoll: „Bestimmt ein hartes Brot. Mit all diesen hektischen Kunden, die schnellschnell seitenweise Texte brauchen und nicht mal anständig dafür zahlen wollen!“ Ich: „Eigentlich habe ich ganz tolle Kunden, die meine Arbeit schätzen.“ Sie: „Na, da haben Sie aber Glück mit Ihrem Copyshop.“

Seitdem sage ich einfach, dass ich was mit Texten mache ...

FRAGE: was macht eigentlich ein copywriter?

ANTWORT: ideen. konzepte. texte.

WOFÜR: werbung. kommunikation. media.

Um mehr über meine Arbeit als freiberuflicher Copywriter zu erfahren, lesen Sie am besten die nächsten Seiten\*. Falls Sie danach Interesse an Texten, Konzepten, Druckerzeugnissen oder Online-Inhalten jeglicher Art haben, freue ich mich auf eine Nachricht von Ihnen:

MAIL: [mail@was-macht-eigentlich-ein-copywriter.de](mailto:mail@was-macht-eigentlich-ein-copywriter.de)

TEL: 0179 917 22 99

\*Für hochwertige Ausdrucke oder günstige Kopien Ihrer Doktorarbeit wenden Sie sich bitte an die Copy-Oase, München: <http://www.copy-oase.com>



Kategorie: Dialogmarketing für Vertragskunden (B2B).

Projekt:

Die digitale Transformation war vor diesem Projekt nicht mehr als ein laues Lüftchen im frischrasierten Kundengesicht. Microsoft wollte daher Entscheider jenseits der IT für den Wandel sensibilisieren. Das Anschreiben sollte auf eine Detail-Webseite führen, personalisiert und „mal was anderes“ sein. Steilvorlage!! Interessiert betrachteten die Designerin und ich die freshen Gesichtsfrisuren in der Kreation, als uns diese Idee kam. Die Line ergab sich von selbst. Fun Fact: Der Ausschnitt fiel in den MOVEMBER.

Line:

**Zeit, etwas zu ändern ...  
... bevor die digitale Transformation  
einen Bart hat.**

Copy personalisierte Webseite:

Sehr geehrte Frau Schmidt,  
es ist an der Zeit, etwas zu ändern. Handeln Sie, bevor die digitale Transformation einen Bart hat! Microsoft unterstützt Sie dabei - mit technologischen Innovationen und digitalen Lösungen. Lassen Sie sich auf dieser Website von den erfolgreichen Transformationsprojekten anderer Unternehmen inspirieren.

Außerdem: Sichern Sie sich in unserem Gewinnspiel [www.zeit-etwas-zu-aendern-de/Lilo\\_Schmidt](http://www.zeit-etwas-zu-aendern-de/Lilo_Schmidt) einen Workshop mit den Transformationsexperten von Neuland. Bei Rückfragen bin ich gern für Sie da.

**MICROSOFT:**  
Zeit, etwas zu ändern ... 1

Personas als Comic Character (mit Postgender-Bärten)

**Microsoft:**  
www.zeit-etwas-zu-aendern.de/Max\_Mustermann

**Sind Sie ein Gewinner-Typ?**

Wählen Sie Ihren Favoriten bis zum 27.11.2015 und gewinnen Sie einen Workshop bei den Transformationsexperten von NEULAND zw.

**DER MOBILE MODERNIST**  
**DER AGILE MARKETIER**  
**DER EMPATHISCHE KUNDENVERSTEHERIN**

**Bärte-Box mit personalisiertem Link/QR-Code**

**Webseite mit Gewinnspiel & Infos**



**CLIENT: MICROSOFT**

WHAT THEY DO: software. hardware. solutions.

WHAT THEY WANTED: conversation. transformation.

WHAT I DID: idea. concept. copy.

AGENCY: WUNDERMAN

**KATHARINA  
LIEBELT**  
Text + Konzeption

Kategorie: Erweiterung der bestehenden Kampagne (B2B).

Projekt:

Manchmal verlieben sich Kunden so sehr in eine Idee, dass Sie sie genauso noch einmal haben wollen. Nur anders als beim letzten Mal. Klar. Zum Konzept „Bärte 1“ sollte es daher ein Sequel geben: was mit Bart, wieder eine Line mit Augenzwinkern, inklusive originellem Anschreiben und interaktiver Webseite. Die Kunden erhielten dieses Mal persönliche TRANSFORMATIONS-KITS mit „Erfolgstrimmer“ für die haarigen Seiten des digitalen Wandels.

Line:

**Zeit, etwas zu ändern ...  
... bevor es haarig wird mit der digitalen Transformation.**

Copy Anschreiben:

Sehr geehrte Frau Maier,  
es ist zum Haareraufen: Die digitale Transformation stellt Ihr Unternehmen vor wachsende Herausforderungen. Für Ihr persönliches Change-Management erhalten Sie anbei Ihren individuellen Erfolgstrimmer. Er sorgt für schnelle Veränderungen, bevor es richtig haarig wird.

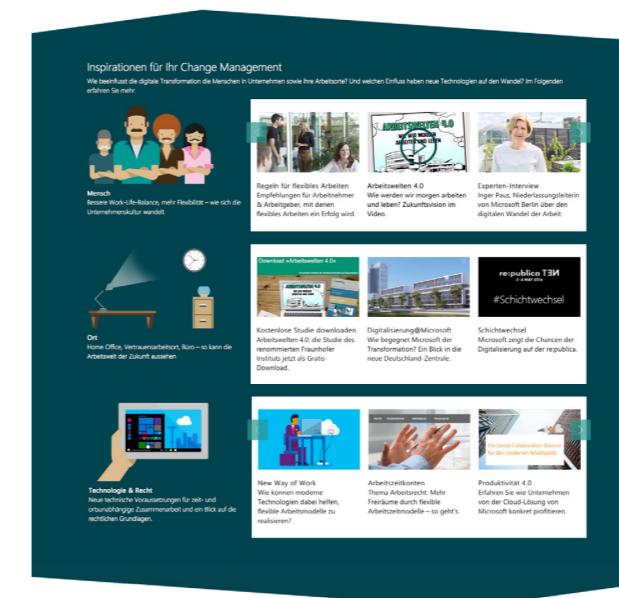
Wie Sie die Anforderungen der Digitalisierung im Unternehmen zurechtstutzen, bevor die digitale Transformation einen Bart hat? Sprechen Sie mit uns über Lösungen und das Neue Arbeiten von Microsoft. Erste Inspirationen finden Sie hier:

[www.zeit-etwas-zu-aendern-de/Erika\\_Maier](http://www.zeit-etwas-zu-aendern-de/Erika_Maier)

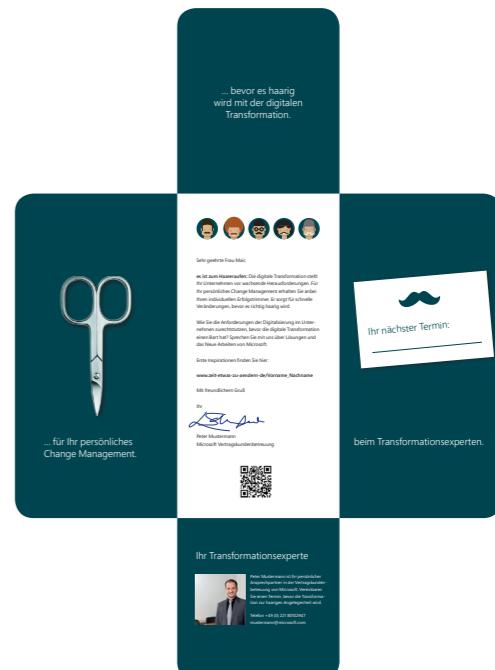
**MICROSOFT:  
Zeit, etwas zu ändern ... 2**



Personalisierte Webseite mit animiertem Header



Anschreiben mit TRANSFORMATIONS-KIT



[https://www.microsoft.com/de-de/vertragskunden/zeit-etwas-zu-aendern/max\\_mustermann](https://www.microsoft.com/de-de/vertragskunden/zeit-etwas-zu-aendern/max_mustermann)



KATHARINA  
LIEBELT  
Text + Konzeption

CLIENT: **STARCODE**

WHAT THEY DO: labels. tags. manufacturing.

WHAT THEY WANTED: wow. glamour. clients.

WHAT I DID: idea. concept. copy.

AGENCY: **BITTER KOMMUNIKATION**

Kategorie: Printbroschüre Neugeschäft (B2B).

#### Projekt:

Wusste ich es doch: Meine Texterlehrjahre in der Modebranche zahlen sich irgendwann aus! Mein Kreativdirektor und ich sollten die Etiketten von starcode als „Eye-Catcher“ für wählerische Fashion-Kunden inszenieren. Uns war klar: Was visuell nicht überzeugt, fliegt in die Tonne. Come on, vogue! Wir entwickelten eine elegante Untermarke mit eigenem Claim und starkem Branding. Verpackt im typischen Lookbook-Design war die Kreation ein schöner Türöffner für den starcode-Vertrieb.

#### Name & Claim:

**SC by starcode**  
must-have for fashion brands.

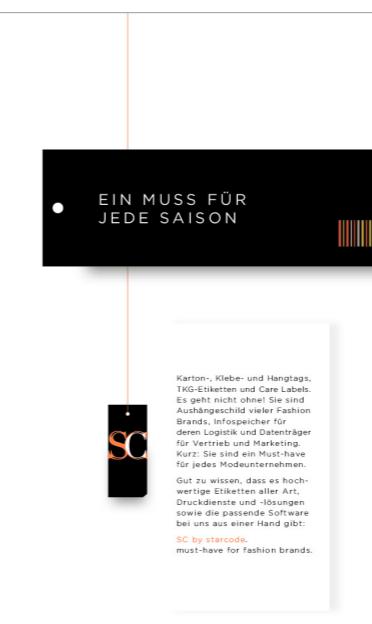
#### Copy Broschüre:

##### Ein Muss für jede Saison

Karton-, Klebe- & Hangtags, TKG-Etiketten und Care Labels - es geht nicht ohne! Sie sind Aushängeschild vieler Fashion Brands, Infospeicher für deren Logistik und Datenträger für Vertrieb und Marketing. Kurz: Sie sind ein Must-have für jedes Modeunternehmen. Gut zu wissen, dass es hochwertige Etiketten aller Art, Druckdienste & -lösungen sowie die passende Software bei uns aus einer Hand gibt:  
SC by starcode. must-have for fashion brands.

**STARCODE:**  
SC by starcode

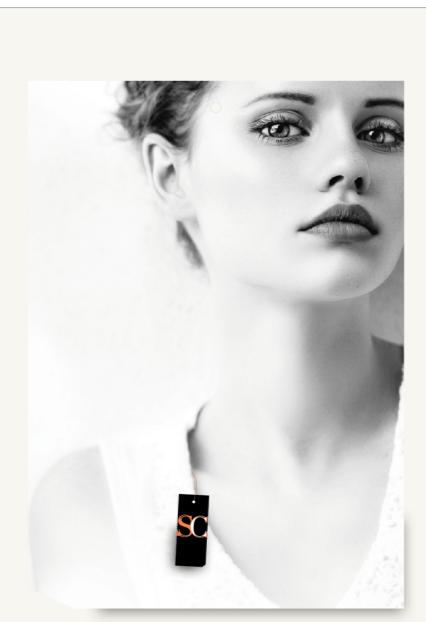
Innenseiten



must-have for fashion brands .



by  
starcode





KATHARINA  
LIEBELT  
Text + Konzeption

CLIENT: MEDIAMARKT

WHAT THEY DO: electronics. retail. service.

WHAT THEY WANTED: awareness. innovation. leadership.

WHAT I DID: idea. concept. slogan.

AGENCY: REDBLUE

MEDIAMARKT:  
Erlebe das Virtual WHOA!



Logo Virtual Reality

Kategorie: Handelsmarketing (B2C), Markteinführung Virtual Reality.

Projekt:

Es könnnt' alles so einfach sein, isses aber nicht! Ob die VIER Rapper den Refrain ihres Songs aufs Texten bezogen haben, weiß ich nicht. Slogans und Claims zu entwickeln, ist definitiv die Königsdisziplin für mich als Copywriter. Zum Glück ist Spaß bei Media Markt die Hauptsache! Den hatten ich und die Designerin und der Kreativdirektor, als wir das Logo zur Markteinführung von Virtual Reality erarbeitet haben. Manchmal ist meine Arbeit eben beides: einfach spaßig.

Slogan Virtual Reality:

Erlebe das Virtual WHOA!



Anzeige mit  
integriertem  
Logo



KATHARINA  
LIEBELT  
Text + Konzeption

CLIENT: MEDIAMARKT

WHAT THEY DO: electronics. retail. service.

WHAT THEY WANTED: user. buyer. buzz.

WHAT I DID: idea. concept. lines.

AGENCY: REDBLUE

MEDIAMARKT:  
Scannen + Staunen



Logo Augmented Reality

Kategorie: Handelsmarketing (B2C), Logo-Optimierung Augmented Reality

#### Projekt:

Augmented Reality (AR) von Media Markt macht Spaß – laut MAFO noch nicht genug: Die AR-Angebote waren im Flyer schwer zu erkennen. Das bisherige Logo sagte vielen wenig, und es gab noch Berührungsängste mit der App. Die Designerin und ich wollten AR nicht groß erklären. Nach dem Motto, „You don't talk about fight club“, haben wir die Technologie mit keinem Wort erwähnt. Wir zeigten stattdessen, wie AR mit dem Smartphone und der App-Funktion (Scan) Freude bereitet.

#### Call-to-Action für Logo:

SCANNEN + STAUNEN



Titel Flyer mit Logo & Erklärungen zu Augmented Reality



Kategorie: Branding und Printbroschüre (B2B).

Projekt:

Die wohl sympathischsten und zugleich anspruchsvollsten Kunden, die ich kenne. Eine charmante Todeskombi, die ich jedem Auftraggeber empfehle: Als Kreativer will man Ihnen dann unbedingt gefallen und geht gern die Extrameile ... bis es blutet. Deshalb endete das, was von Online Focusing als „kleine Firmenpräse“ eingebrieft war als Premiumbroschüre mit Stanze, Claim und Glitter. Perfekt für ein Start-up im Digital Consulting, das TOP-Kunden überzeugen muss.

Claim:

Analysing your Digital Business

Copy Broschüre:

**Die Digitalisierung und ihre Folgen  
Eine Orientierung für Unternehmen im Wandel**

Die Digitalisierung hat Märkte, Industrie, Handel, aber auch das Kundenverhalten für immer verändert: [...]

**Risiko Datenschwemme**

Täglich fluten Exabytes die Datenzentren dieser Welt. Das ist eine Zahl mit 18 Nullen! Mehr noch: Diese Datenmenge verdoppelt sich alle zwei Jahre. Ein wahrer Daten-Tsunami entsteht. [...]

**Fokus auf Online**

Online Focusing™ sorgt für Struktur. Wir bieten Unternehmen Orientierung im digitalen Wandel - mit smarter Datenerfassung, profunden Analysen zu Online Markt und -Wettbewerb sowie strategischen Handlungsempfehlungen.

**ONLINE FOCUSING:  
Analysing your Digital Business**

Gestanzter Broschürentitel mit Claim

**ONLINE FOCUSING™**  
Analysing your Digital Business

Fundierte Analysen für den Online Markt und -Wettbewerb

Von Fall zu Fall  
Online Focusing in Ihrem Unternehmen

Unser Analysekonzept ist interessant für:

1. Unternehmen, die im Internet produzieren und Möglichkeiten der Optimierung suchen  
2. Konsultanten, Banken oder Beratungsgesellschaften, die potentielle Investitionen im Markt durch entsprechende Analysen prüfen wollen  
3. Kunden- und Effizienzberatungen bei getätigten Investitionen  
4. das Monitoring der Marktentwicklungen

Innenleben der Broschüre



**KATHARINA LIEBELT**  
Text + Konzeption

**CLIENT: STYLE SCOUTS**

WHAT THEY DO: graffiti. wisdom. workshops.

WHAT THEY WANTED: awareness. reputation. reach.

WHAT I DID: strategy. concept. copy.

AGENCY: SÜDWILD MEDIA

**Kategorie:** Webseite im Bereich Jugend- und Erwachsenenbildung (B2C/B2B).

**Projekt:**

Es gibt Jobs, die mit der Zeit zur Herzensangelegenheit werden. Die Website von Style Scouts war das für mich. Das Start-up steht als erste deutsche Graffiti Akademie für eine gute Sache. Den Gründer kenne ich lang. Wir tauschen uns oft aus und arbeiten miteinander. Von der Positionierung bis zum letzten Pixel dabei zu sein, hat mich viel gelehrt: eine Marke sauber zu positionieren, sich ein Projektmanagement-Tool selbst draufzuwuppen, und wie wichtig gute Vermarktung für die gute Sache ist.

**Copy Webseite:**

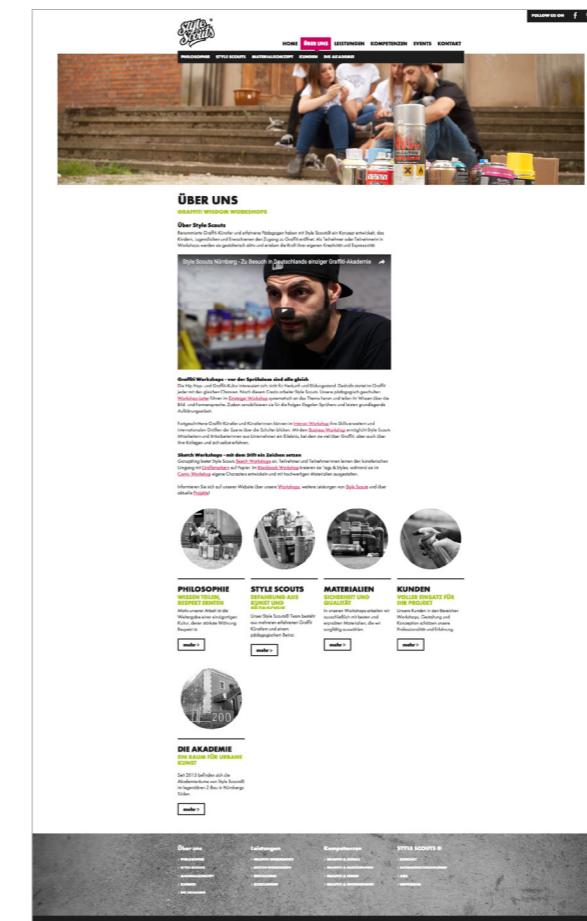
Renommierte Graffiti-Künstler und erfahrene Pädagogen haben mit Style Scouts® ein Konzept entwickelt, das Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen den Zugang zu Graffiti eröffnet. Als Teilnehmer in Workshops werden sie gestalterisch aktiv und erleben die Kraft ihrer eigenen Kreativität und Expressivität.

**Graffiti Workshops - vor der Sprühdose sind alle gleich**  
 Die Hip Hop- und Graffiti-Kultur interessiert sich nicht für Herkunft und Bildungsstand. Deshalb startet im Graffiti jeder mit den gleichen Chancen. Nach diesem Credo arbeitet Style Scouts. Unsere pädagogisch geschulten Workshop-Leiter führen im Einstieger Workshop systematisch an das Thema heran und teilen ihr Wissen über die Bild- und Formensprache. Zudem sensibilisieren sie für die Folgen illegalen Sprühens und leisten somit Aufklärungsarbeit.

**STYLE SCOUTS:  
Graffiti. Wisdom. Workshops.**

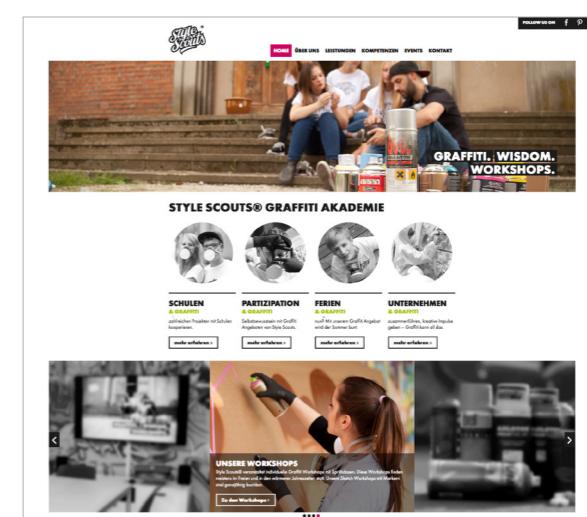


Über Style Scouts



#superdutytoughwork:  
<http://www.stylescouts.de/>

Startseite





Kategorie: Digitale Event-Kommunikation, dmexco17 (B2B).

Projekt:

Das lässigste Hau-Ruck-Projekt aller Zeiten. Die Dinge mit heißer Nadel zu stricken, ist manchmal eben besser: Beim Brainstorm mit dem Marketingteam hatte der Kreativdirektor das Motto mal eben so ins Blaue gedonnert. Nice job, dude! Ich machte mit einer Copy-Klammer für die dmexco-Website einen Schuh daraus. Lief geschmeidig. Auch auf dem Tableau: englische Copys lokalisieren und neue texten sowie die gesamte E-Mail-Kommunikation von SAP Hybris zur Messe.

Copy\_Webseite:

### SIGNAL IN THE NOISE

Im großen Datenrauschen gehen die feineren Töne Ihrer Kunden schnell unter. Diese Kundensignale können Sie mit unseren Lösungen jetzt selbst aus großen Datenmengen herausfiltern! Auf der dmexco 2017 präsentieren wir Ihnen, wie Sie die Wünsche Ihrer Kunden mit SAP Hybris in Big Data identifizieren und auf Basis von Machine Learning in erkennbare Verhaltensmuster überführen. Denn nur, wer die wichtigen Signale zur richtigen Zeit empfängt, kann sein Marketing in Echtzeit an die Kundenerwartungen anpassen. Hören und sehen Sie genau hin! Bei den innovativen Szenarien von SAP Hybris auf der dmexco: 13./14. September 2017 in Halle 7, Stand C11.

**SAP HYBRIS:**  
**Signal in the Noise**

**Startseite**

**Highlights**

**In the moment: SAP Hybris Marketing**

**Mediabudgets effizienter einsetzen**

#signalinthenoise: <https://www.hybris.com/de/dmexco2017>



KATHARINA  
LIEBELT  
Text + Konzeption

CLIENT: REVOPRINT

WHAT THEY DO: prints. 2D. 3D.

WHAT THEY WANTED: users. investors. revolution.

WHAT I DID: idea. concept. copy.

AGENCY: SÜDWILD MEDIA

Kategorie: Kampagnenkreation Web, App, Print, OOH (B2C/B2B).

Projekt:

Einmal Kampagne mit allem, und ordentlich Patina drauf, ne! REVOPRINT wollte den Rundumschlag für Kunden sowie Partner, die kostenlos 2D oder kostenpflichtig 3D drucken wollen. Die Idee kam mir mit der Designerin beim Blick auf den Claim „We ❤️ to print Revolution“. Warum zeigen wir nicht historische Momente und bringen sie durch die Blume mit REVOPRINT in Verbindung? Der Kunde wollte es unbedingt genauso durchziehen. Das haben wir uns nicht zweimal sagen lassen ...

Line Website 2D-Druck:

**MAKE QUALITY NOT TRASH!**

Hochwertig drucken. Weniger Müll verursachen. Für unsere Natur. Peace, REVOPRINT.

Line Website 3D-Druck:

**VIVE LA REVOLUTION. IN 3D.**

Hier bekommst du hochwertige 3D-Prints zu fairen Preisen.

Line Partnerbroschüre 2D-Druck:

**VERBRÜDERN FÜR MEHR KUNDENLIEBE.**

Mit Print-Sponsoring, das Wirkung zeigt.

REVOPRINT:  
Vive la Révolution

Webseite 2D

Webseite 3D



B2B-Broschüre 2D,  
Agenturen

#revolutionin2D: <https://www.2d-revoprint.com>  
#revolutionin3D: <https://www.3d-revoprint.com>