

Portfolio.

Jens Friggemann
Freelance
Text & Konzept

Mail: hi@jensfriggemann.de

Tel: 0177 7191025

jensfriggemann.de

Digital.

Coke.

Snapskate.

Mit dem Launch der neuen Coke Zero Sugar entwickelten wir die erste Snapchat-Story, die eigentlich ein Game ist. Ohne Programmierung. Ohne Media Spendings. Das hat ziemlich gut funktioniert. Und ziemlich wenig gekostet.



LZG.

Toothbrush Games.

Kinder hassen Zähneputzen. Die Landeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (LZG) fragte uns, was man dagegen tun kann. Unsere Antwort: Zähne putzen. Aber spielerisch. Mit einer App, die Kindern Spaß bringt. Und Eltern Stress nimmt.



Coke.

CokeTV.

Teens haben auf vieles Bock. Nur nicht auf Werbung. Deshalb machten wir Werbung, die keine Werbung ist. Und sie dort erreicht, wo sie sich jeden Tag aufhalten – auf YouTube.
Mit einem eigens für sie konzipierten Channel: CokeTV. Hier eine Beispiel-Folge:



TV.

Jako-o.

Kinder sind kleine Erwachsene. Ein Satz, den man heutzutage leider nur zu oft hört. Kein Wunder, wenn die Kleinen einen volleren Terminkalender haben, als manche Top-Manager. Jako-o wollte das nicht hinnehmen. Deshalb gaben wir der Marke eine klare Haltung. Und einen unmissverständlichen Claim: Lasst Kinder einfach Kinder sein.



Jako-o.

Kinder sind kleine Erwachsene. Ein Satz, den man heutzutage leider nur zu oft hört. Kein Wunder, wenn die Kleinen einen volleren Terminkalender haben, als manche Top-Manager. Jako-o wollte das nicht hinnehmen. Deshalb gaben wir der Marke eine klare Haltung. Und einen unmissverständlichen Claim: Lasst Kinder einfach Kinder sein.



Jako-o.

Kinder sind kleine Erwachsene. Ein Satz, den man heutzutage leider nur zu oft hört. Kein Wunder, wenn die Kleinen einen volleren Terminkalender haben, als manche Top-Manager. Jako-o wollte das nicht hinnehmen. Deshalb gaben wir der Marke eine klare Haltung. Und einen unmissverständlichen Claim: Lasst Kinder einfach Kinder sein.



Fanta.

Fanta Klassik.

Wer Fanta Klassik trinkt, möchte am liebsten direkt auf's Bonanza-Rad steigen und gen Sonnenuntergang reiten. Die 70er lassen grüßen. Und die Kampagne grüßt die 70er.



Fanta.

Fanta Klassik.

Wer Fanta Klassik trinkt, möchte am liebsten direkt auf's Bonanza-Rad steigen und gen Sonnenuntergang reiten. Die 70er lassen grüßen. Und die Kampagne grüßt die 70er.



Fanta.

Fanta Klassik.

Wer Fanta Klassik trinkt, möchte am liebsten direkt auf's Bonanza-Rad steigen und gen Sonnenuntergang reiten. Die 70er lassen grüßen. Und die Kampagne grüßt die 70er.



Fanta.

Und ein paar Edgar-Cards gab's auch noch dazu.

Fanta Klassik.



Print.

Bosch.

Ausgewählte Anzeigen von Bosch Hausgeräten.

Anzeigen.

**Ihr neuestes Designerstück.
Gut, erinnert ein wenig an
einen Kühlschrank.**

**Bosch bis ins Detail: Der neue CoolClassic.
Außen klassisches Design. Innen moderne Kühltechnologie.**



 **BOSCH**
Technik fürs Leben

**Dieser Kühlschrank wärmt.
Das Designerherz.**

**Bosch bis ins Detail: Der neue CoolClassic.
Außen klassisches Design. Innen moderne Kühltechnologie.**



 **BOSCH**
Technik fürs Leben

**Für alle, die sich nur noch
fragen wollen, wie der
Fleck reingekommen ist.**

**Einfach zum perfekten Ergebnis: Die Waschmaschinen
der neuen Serie 8 mit zuverlässigem Antiflecken-System.**



 **BOSCH**
Technik fürs Leben

Bosch.

Ausgewählte Anzeigen von Bosch Hausgeräten.

Anzeigen.

Die einzige Lebensform in ihrem Lieblingskleid sollten Sie selbst sein.

Einfach zum perfekten Ergebnis: Die Waschmaschinen der neuen Serie 8 entfernen 99,99% aller Keime und Bakterien in Ihrer Wäsche. Auch bei Niedrigtemperaturen.



 **BOSCH**
Technik fürs Leben

Abstaubsauger.

Testsieger bei Stiftung Warentest: Der Roxx'x BGS6ALL überzeugt als Besten unter allen beutellosen Staubsaugern.



TESTSIEGER bei Staubsaugern mit Staubbox
Stiftung Warentest **test** **GUT (1,8)**
In der Kategorie „Mit Staubbox“
Bosch BGS6A300
Im Test: 8 Bodenstaubsauger bis 900 Watt mit Staubbox
Ausgabe 7/2017
www.test.de

 **BOSCH**
Technik fürs Leben

Für einen ersten Platz hat es diesmal nicht gereicht. Aber für zwei.

Zweifach erstklassig: Bosch ist Testsieger bei Stiftung Warentest und Branchengewinner in Deutschlands größtem Service-Ranking.



TESTSIEGER bei Staubsaugern mit Staubbox
Stiftung Warentest **test** **GUT (1,8)**
In der Kategorie „Mit Staubbox“
Bosch BGS6A300
Im Test: 8 Bodenstaubsauger bis 900 Watt mit Staubbox
Ausgabe 7/2017
www.test.de

TESTSIEGER bei Staubsaugern mit Staubbox
Stiftung Warentest **test** **GUT (1,8)**
In der Kategorie „Mit Staubbox“
Bosch BGS6A300
Im Test: 8 Bodenstaubsauger bis 900 Watt mit Staubbox
Ausgabe 7/2017
www.test.de

 **BOSCH**
Technik fürs Leben

Schöffelhofer.

Anzeigen.

Ausgewählte Anzeigen von Schöffelhofer Grapefruit und Zitrone Naturtrüb.

SEHEN SIE HIER
DAS NETTESTE OBST DER WELT.
BRINGT GLEICH BIER MIT.

**JETZT
PROBIEREN.**



SCHÖFFERHOFER GRAPEFRUIT UND
ZITRONE NATURTRÜB.

GEBRAUT NACH DEUTSCHEM
REIFHEITSGEBOT.

**JETZT
PROBIEREN.**



SCHÖFFERHOFER GRAPEFRUIT UND
ZITRONE NATURTRÜB.

UND DA SAGT NOCH EINER
BIER-TRINKER UND OBST-ESSER
FINDEN KEINEN NENNER.

**JETZT
PROBIEREN.**



SCHÖFFERHOFER GRAPEFRUIT UND
ZITRONE NATURTRÜB.

Honest Tea.

Ausgewählte Anzeigen von Honest Tea.

Anzeigen.

**Wird schlecht
nach 3 Tagen.
Versprochen.**

0% Zusatzstoffe für 100%
natürlichen Geschmack.



**Honest[®]
tea**

Erfrischend ehrlich.

**Du bist, was du trinkst.
Und wer will schon
Natriumnitrit E250 sein?**

0% Zusatzstoffe für 100% natürlichen Geschmack.



**Honest[®]
tea**

Erfrischend ehrlich.

**Probier'
die perfekte
Chemie.
Zwischen uns
und unseren
Bio-Bauern.**

0% Zusatzstoffe für 100%
natürlichen Geschmack.



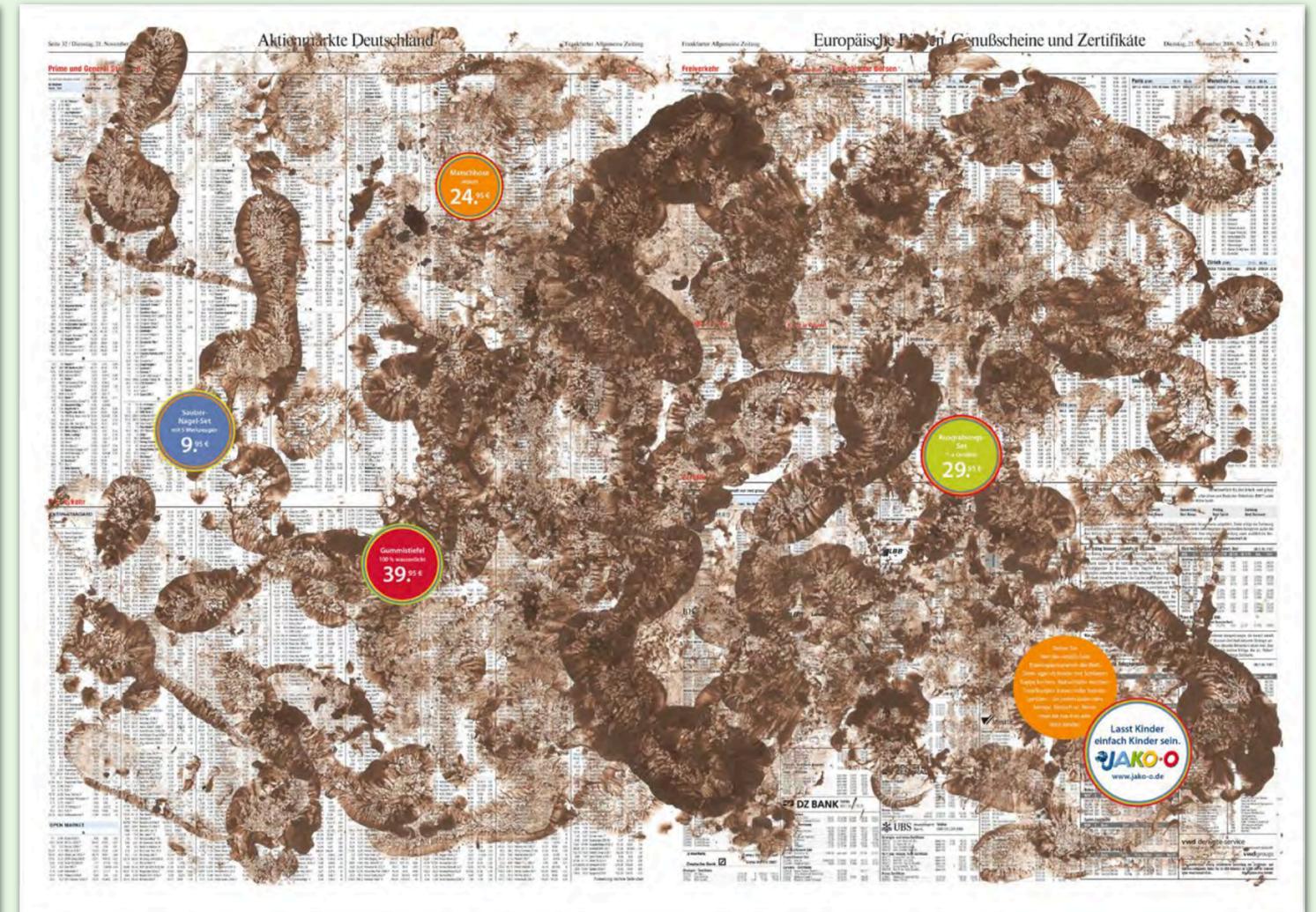
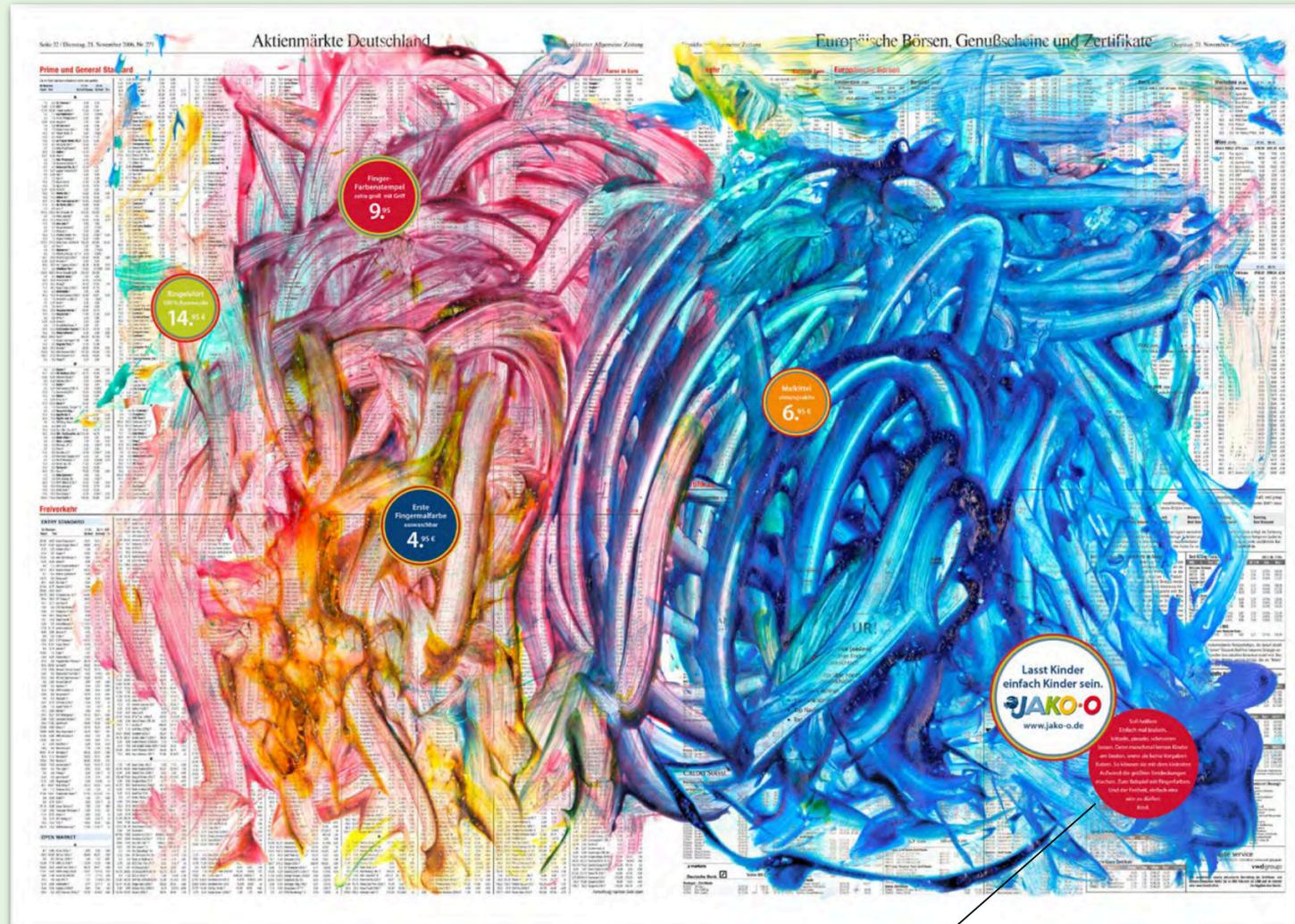
**Honest[®]
tea**

Erfrischend ehrlich.

Jako-o.

Anzeigen in Tageszeitungen für Jako-o.

Anzeigen.



Soll heißen:

Einfach mal krakeln, kritzeln, schmieren lassen. Denn manchmal lernen Kinder am besten, wenn sie keine Vorgaben haben. So können sie mit dem kleinsten Aufwand die größten Entdeckungen machen. Zum Beispiel mit Fingerfarben. Und der Freiheit einfach eins sein zu dürfen: Kind.

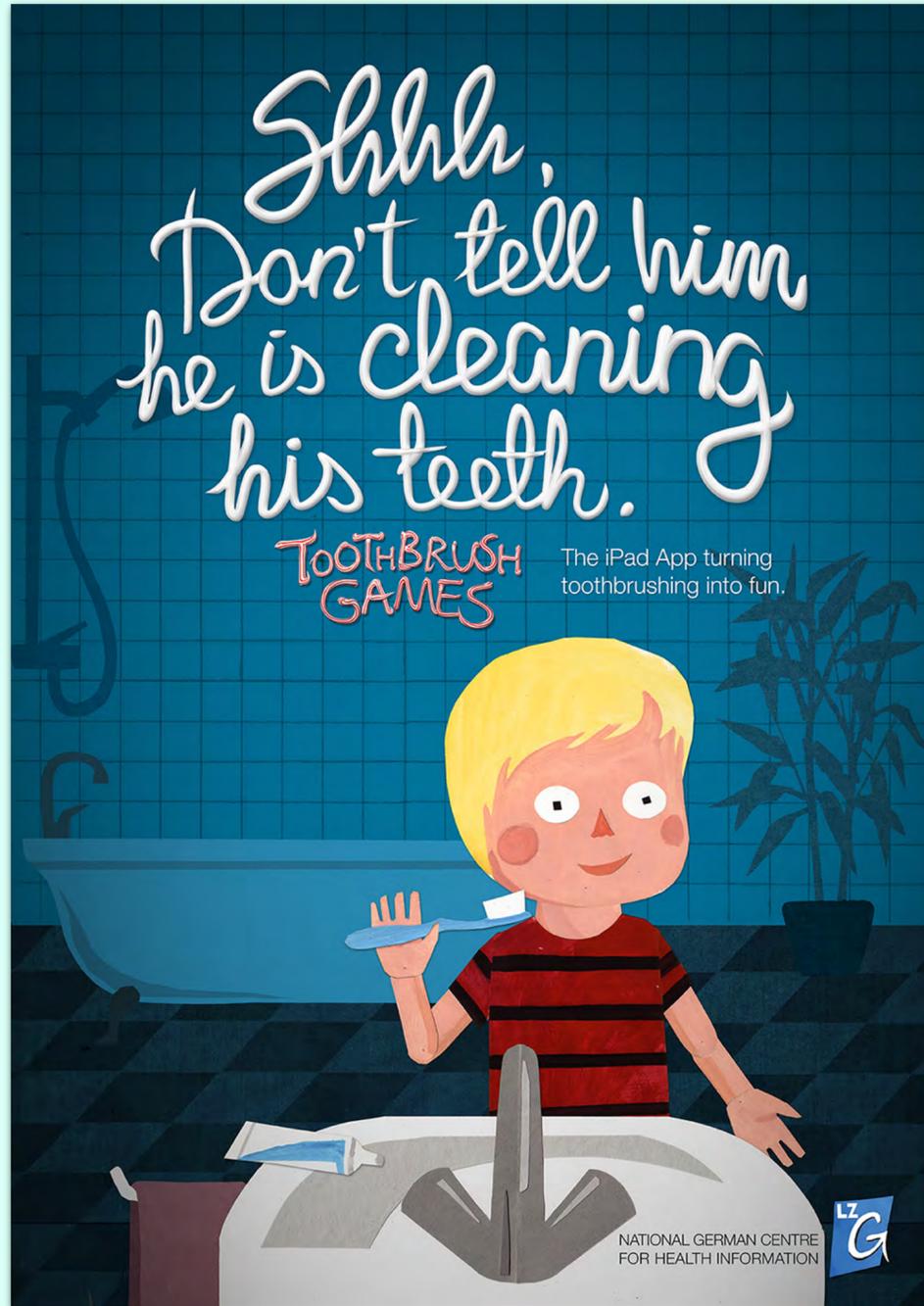
LZG.

Printanzeigen für LZG und die App Toothbrush Games. (International)

Toothbrush Games.

Shhh,
Don't tell him
he is cleaning
his teeth.

**TOOTHBRUSH
GAMES** The iPad App turning
toothbrushing into fun.



NATIONAL GERMAN CENTRE
FOR HEALTH INFORMATION



Drama belongs
in the theater,
not the bathroom.

**TOOTHBRUSH
GAMES** The iPad App turning
toothbrushing into fun.

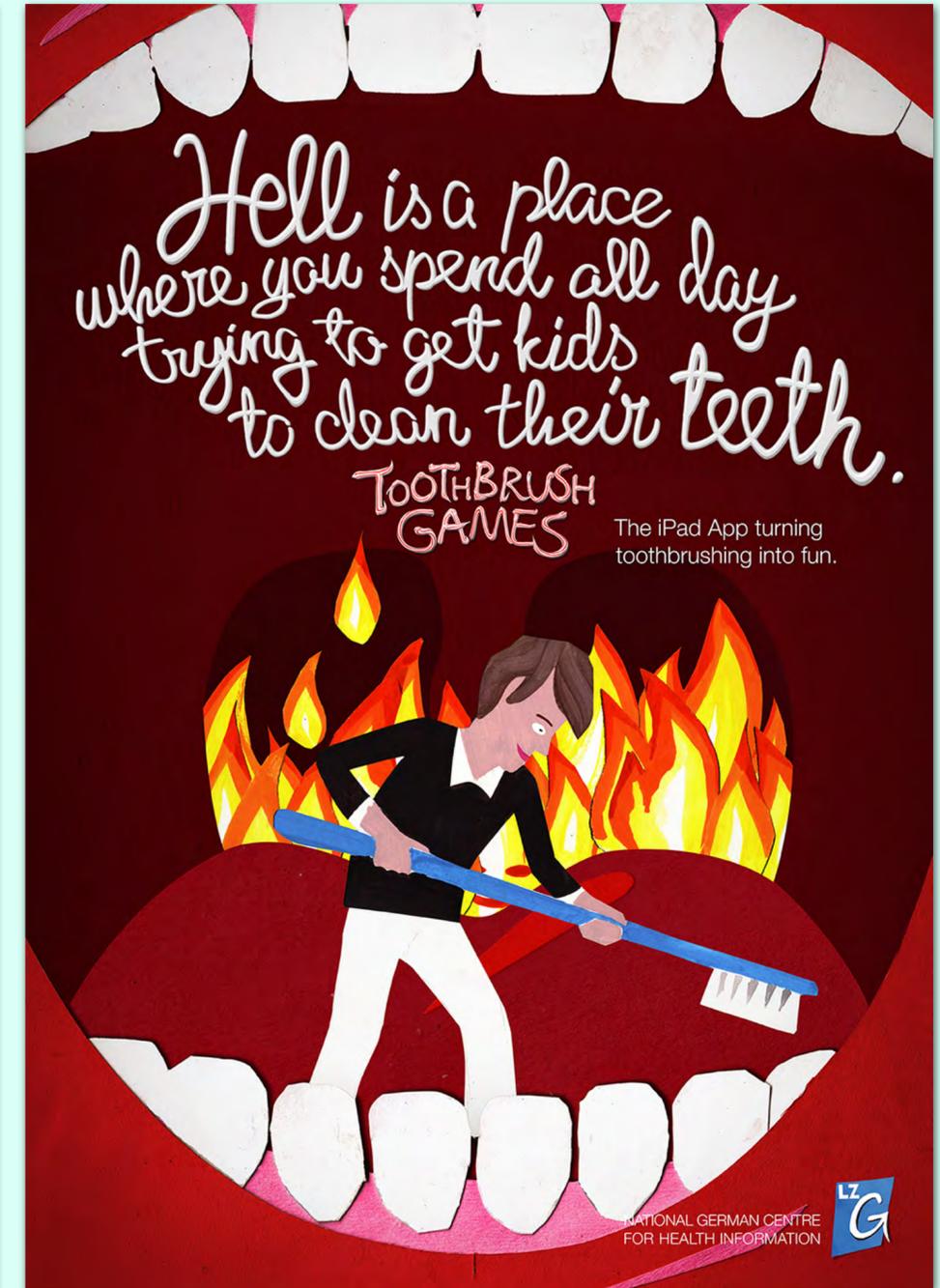


NATIONAL GERMAN CENTRE
FOR HEALTH INFORMATION



Hell is a place
where you spend all day
trying to get kids
to clean their teeth.

**TOOTHBRUSH
GAMES** The iPad App turning
toothbrushing into fun.



NATIONAL GERMAN CENTRE
FOR HEALTH INFORMATION



Funk.

Gesicht Zeigen!

Alia.

Die Anzahl an Übergriffen auf Flüchtlingsheime in Deutschland hat sich in den letzten 12 Monaten verdreifacht. Flüchtlinge, die vor Terror und Krieg ins vermeintlich sichere Deutschland fliehen, müssen noch immer Angst vor Übergriffen haben. Höchste Zeit, was dagegen zu tun. Zum Beispiel ein Funk-Spot für die Organisation Gesicht zeigen!



Verkaufsliteratur.

Porsche.

Der Porsche Cayman R. Ein Sportwagenkonzept reduziert auf das Wesentliche. Genau wie der Katalog dafür. 100% Porsche. Eben: Radikal Porsche.

Cayman R.



Der neue Cayman R
Radikal Porsche



Reduzierung – auch eine Art, Extreme zu steigern. Der Cayman R.

Wie schärft man eigentlich ein bestehendes Sportwagenkonzept? Indem man immer mehr hinzufügt? Immer mehr draufpackt? Und immer mehr hineinsteckt? So denken viele.

Wir nicht. Das Resultat: der neue Cayman R.
Die Idee: maximieren durch reduzieren. Stichwort: Leistungsgewicht. Denn die Performance

zu steigern bedeutet bei uns nicht einfach nur, die PS hochzuschrauben. Sondern sich radikal von den Dingen zu trennen, die – genau genommen – nur eins bewirken: mehr Gewicht.

Das Prinzip dahinter: Porsche Intelligent Performance.
Was das für den Fahrer bedeutet?
Noch mehr Dynamik.
Noch mehr Agilität.
Noch mehr Porsche.

Porsche.

Cayman R.

Der Porsche Cayman R. Ein Sportwagenkonzept reduziert auf das Wesentliche. Genau wie der Katalog dafür. 100% Porsche. Eben: Radikal Porsche.



Seine Wirkung auf andere? Als ob Sie das interessieren würde.

Das Konzept Cayman R.

Ein rebellischer Charakter weiß genau, was er will. Unseren Ingenieuren ging es bei der Entwicklung des Cayman R ebenso. Eins war klar: Er sollte kompromissloser, schärfer und radikaler sein als je zuvor. Dazu war uns jedes Mittel recht, solange es dem Fahrer zugute kommt – ein

konsequentes Mittelmotorkonzept in Verbindung mit rigoroser Gewichtseinsparung und gesteigerter Leistung zum Beispiel. Eben Porsche Intelligent Performance.

Die Folge: kein Radio. Keine Klimaanlage. Keine Cupholder.

Dafür: 19-Zoll-Räder im Leichtbaudesign. Sportschalensitze. Und 330 PS. Kurz: 55 kg weniger und 10 PS mehr als der Cayman S.

Gehen wir in die Tiefe: Die Karosserie ist um 20 mm abgesenkt. Und ein neu abgestimm-

tes Sportfahrwerk findet kompromisslos die Nähe zur Straße. Der Cayman R: die radikale Verweigerung jeglicher Komfortoffensiven. Ein Charakter, der sich nicht um die Meinung anderer schert. Und genau das macht ihn so begehrenswert.

Schön, wenn der Inhalt hält, was die Verpackung verspricht.

Das Interieur.

Manchmal tut es gut, rigoros aufzuräumen. Sich jedem Komfort zu verweigern. Vermeintlich lieb gewonnenen Dingen keinen Platz mehr einzuräumen. Dieses gute Gefühl findet sich im Cayman R wieder. Bereits beim Einstieg wird dies spürbar. Die

Mittelkonsole und die Zierblende der Schalttafel zitieren die Außenlackierung. Die Ausstattungsfarbe ist schwarz. Sie suchen gerade die Cupholder für Ihren Kaffee? Geben Sie es auf. Koffein werden Sie ohnehin nicht brauchen.

Ebenfalls verbannt: die Klimaanlage. Sie haben richtig gelesen. Warum? Bei einer Gewichtseinsparung von 12 kg sollte sich diese Frage gar nicht erst stellen. Ein kleines Zugeständnis in Sachen Komfort gibt es dann aber doch noch: die Windschutzscheibe mit Graukeil.



Porsche.

Die Cayman S Black Edition. Ein stürmischer Charakter mit klarer Kante. Und anziehenden Rundungen. Illustriert in diesem Katalog. Weiß auf schwarz. Die Anziehungskraft von Porsche.

Cayman S Black Edition.



**Woher der Begriff „ins Schwarze treffen“ stammt?
Hier eine plausible Antwort.**

Die neue Cayman S Black Edition.

Idee.

Warum anderen Wegen folgen, wenn es den eigenen gibt, der für einen der reizvollste ist? Der für einen selbst genau ins Schwarze trifft? Und der vor allem eins ausübt: Anziehungskraft. Die neue Cayman S Black Edition.

Was diesen Reiz bewirkt? Ein Design, das Farbe bekennt, zum Beispiel. Außen wie innen. In jedem Detail. Stilsicher. Unverfälscht. Anziehend. Mit 243 kW (330 PS) Leistung – 10 PS mehr als der Cayman S. Und einer Serienausstattung, die für kompromisslose Sportlichkeit steht. Die limitierte Auflage erhöht die

Begehrlichkeit der Cayman S Black Edition weiter. Steigert die Anziehungskraft. Und bringt sie ins Rollen. Genau dort, wo sie hingehört. Auf die Straße.

Kraftstoffverbrauch (in l/100 km) innerorts 14,4–14,1 · außerorts 7,2–6,6 · kombiniert 9,8–9,4;
CO₂-Emissionen 230–221 g/km



Porsche.

Cayman S Black Edition.

Die Cayman S Black Edition. Ein stürmischer Charakter mit klarer Kante. Und anziehenden Rundungen. Illustriert in diesem Katalog. Weiß auf schwarz. Die Anziehungskraft von Porsche.

Schwarz von oben bis unten – von außen nach innen. Auch eine Art, Farbe ins Spiel zu bringen.

Interieur.

Die Cayman S Black Edition – ein Synonym für Geradlinigkeit. Konsequenter umgesetzt in jedem Detail. Außen wie innen. Eben genau ihrem Charakter entsprechend.

Auch im Interieur ist der Name Programm. Das verdeutlichen bereits die Einstiegsleisten aus Edelstahl mit schwarzem „Black Edition“ Schriftzug. Augenfällig geht es weiter. Das SportDesign Lenkrad mit Doppelspeichen-Anmutung besitzt einen griffigen

Lenkradkranz in Glattleder und eine sportliche Ergonomie. Das Resultat: Es liegt sicher in der Hand. Ebenfalls in Schwarz gehalten: die Zifferblätter des Kombiinstrumentes. Besonderes Highlight: die geprägten Porsche Wappen auf den

serienmäßigen schwarzen Teilledersitzen. Eine schwarze Lederausstattung ist auf Wunsch erhältlich.



01 | Türeinstiegsblende mit Schriftzug „Black Edition“ 02 | SportDesign Lenkrad, Zifferblätter Kombiinstrument in Schwarz 03 | Porsche Wappen auf Kopfstützen

Genau genommen ist Schwarz keine Farbe. Sondern ein Bekenntnis.

Design.

Die Cayman S Black Edition bekennt sich. Zu was? Zur Konzentration auf das Wesentliche. Und das kommt nur auf einem Weg zur Geltung: dem direkten. Kompromisslos. Unverfälscht.

Einer klaren Linie folgend – der eigenen. Stilsicher. In Schwarz.

So eigenständig wie der Charakter der Cayman S Black Edition verhält sich auch das Design. Sichtbare Athletik, augenscheinliche Kraft. Eine unverkennbare

Linienführung spiegelt unnachgiebige Sportlichkeit wider. Die schwarze Lackierung unterstreicht diese Eigenschaften, über die sich die Cayman S Black Edition so eindrucksvoll definiert.

Ergebnis: eine anziehende Optik. Eine ausgefeilte Aerodynamik. Die Form folgt bei Porsche eben immer der Funktion. Mit beeindruckendem Ergebnis.



Vita.

2008

Goethe Universität Frankfurt

Abschluss: Staatsexamen Lehramt für Germanistik & Geschichte

2008 – 2009

OgilvyOne Frankfurt

Text-Praktikant

2010 – 2011

Keko Frankfurt

Junior-Copywriter

2011 – 2013

Ogilvy Frankfurt

Junior-Copywriter

2013 – 2014

Ogilvy Frankfurt

Copywriter

2014 - 2015

BBDO Berlin

Copywriter

2015-20

Ogilvy Berlin/Frankfurt

Senior Copywriter

Seit 2020

Freelance Creative

Text & Konzept



Geboren:

27.8.1983 in Wiesbaden

Adresse:

Jens Friggemann

Im Teller 3

60599 Frankfurt

Mail:

hi@jensfriggemann.de

Tel:

0177 7191025

jensfriggemann.de

Kunden.

Awards.

Auto/Mobilität:

Porsche
Mercedes
BMW Motorrad
Deutsche Bahn

FMCG:

Coca-Cola
Fanta
Honest-Tea
FuzeTea
Caro Kaffee
Rotkäppchen
Bitburger
Jever
Radeberger
Berliner Kindl

Retailer:

Media Markt
Lidl
Aldi

Telekommunikation/ Technik:

O2
IBM
Motorola
Bosch
Arrow
Siemens

Sonstiges:

Deutsche Post
Deutsche Bank
Yello Strom
EnBW
Focus Magazin
Bild am Sonntag
LBS
Abus
Porsche Design
Schüco
Senckenberg Museum Frankfurt
Malteser Rettungsdienst

Cannes Lions:

2x Bronze
3x Shortlist

ADC:

1x Silber
3x Bronze
1x Auszeichnung

Clio:

2x Gold
1x Silber
1x Bronze

Spotlight:

1x Silber
1x Bronze

DDC:

1x Gold
1x Bronze

Klappe:

1x Bronze

Epica:

1x Gold

Radio Advertising Award:

1x Silber

Deutscher Digital Award

1x Silber

Danke.