

Galaxus Babel- Kampagne

Übersetzungen und kulturelle Insights

Englisch (UK)

Better than driving to Barnard Castle



 GALAXUS

Fast alles für fast jede*n

«Besser als nach Barnard Castle zu fahren»

Insight

Zur Pandemie wurde England vom Barnard Castle-Skandal erschüttert. Ein hoher Regierungsberater verstieß gegen die Lockdown-Regeln und fuhr in den kleinen Ort, um angeblich sein «Sehvermögen zu testen».

Das machte den Ort landesweit zum Thema viraler Memes und Witze.

Flämisch (BE)

**Houd
je waffel
en eet**



42.-
Tristar WF-2195

GALAXUS Fast alles für fast jede*n

«Halt die Waffel und iss»

Insight

Die Headline kann man auf Flämisch wortwörtlich als Aufforderung zum Essen von Waffeln verstehen. Oder leicht provokativ.

Denn «waffel» heisst auch so viel wie «Klappe».

Generell sind Belgier*innen stolz auf ihre Waffeln. Diese sind für sie nicht nur ein Dessert, sondern ein Stück Kulturgut.

Hindi (IN)

स्विट्ज़रलैंड
में आपका
'आई एस टी'
नहीं चलेगा

185.-
Mondaine Classic



 GALAXUS Fast alles für fast jede*n

«Weil 'Indian Stretchable Time' in der Schweiz nicht funktioniert»

Insight

In Indien haben die Menschen eine eher entspannte Einstellung zur Uhrzeit. So erscheint man dort etwa bei Veranstaltungen oft erst 30 bis 60 Minuten nach dem offiziellen Beginn.

Darum wird das Kürzel für «Indian Standard Time» (= IST) von vielen Inder*innen auch oft gerne ironisch zu «Indian Stretchable Time» umgedeutet.

Italienisch

Si chiama Pietro



1.20
Läufer Plast-0120

 GALAXUS

Fast alles für fast jede*n

«Er heisst Pietro»

Insight

Diesen Spruch kennt in Italien wie auch im Tessin jedes Kind. Wenn man etwas verleiht, gibt man dem Gegenstand damit einen Namen, um diesen wahrscheinlicher zurückzubekommen. Vor allem solchen Gegenständen, die man meist nicht zurückbekommt.

Wie den Radiergummi in der Schule.

Japanisch

濡れた猫様を乾かし
ます



649.-
Petkit Airsalon Max

 GALAXUS

Fast alles für fast jede*n

«Für Ihre nasse Majestät zum Abtrocknen»

Insight

In Japan gelten Katzen als Geschöpfe, die erwarten, dass ihre Besitzer*innen ihnen unablässig «dienen». Wie einer königlichen Hoheit.

Das drückt diese traditionelle, hier leicht aufs Produkt (= Katzentrockner) abgewandelte Redewendung auf amüsante Weise aus.

Mandarin (CHN)

躺平了



1910.–
Atelier del Sofa Bubble

 GALAXUS

Fast alles für fast jede*n

«Leg dich flach hin»

Insight

Wörtlich bedeutet „躺平“ (tǎng píng)
«sich flach hinlegen».

Im übertragenen Sinne beschreibt es
die Entscheidung, den Druck und die
hohen Erwartungen der Gesellschaft
nicht mehr erfüllen und stattdessen
einen minimalistischen Lebensstil
führen zu wollen.

Der Begriff entstand in China als
Reaktion auf den enormen Druck auf
die jüngere Generation, hart zu
arbeiten, um materiellen Erfolg zu
erzielen und gesellschaftliche Normen
zu erfüllen.

Portugiesisch (BR)



**Balança, mas
não cai**

33.–
Detex Hängematte

 GALAXUS

Fast alles für fast jede*n

«Schwankt, fällt aber nicht»

Insight

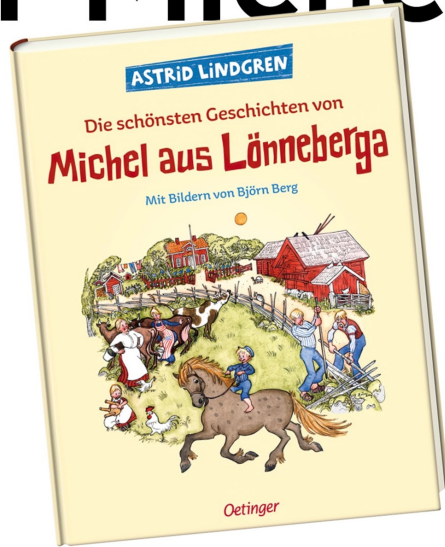
Hängematten sind ein fester Bestandteil vieler brasilianischer Haushalte, im eigenen Land wie auch in anderen.

Die Headline ist ein populäres Sprichwort, das humorvoll aussagt, dass man sich trotz aller Widrigkeiten nicht unterkriegen lässt. Zugleich spielt sie mit dem Schaukeln der Hängematte.

Anmerkung: Brasilianer*innen sehen sich selbst häufig als Menschen, die niemals aufgeben («o brasileiro não desiste nunca»).

Schwedisch

Vem fan är Michel?



18.–
Die schönsten Geschichten
von Michel aus Lönneberga

 GALAXUS

Fast alles für fast jede*n

«Wer zur Hölle ist Michel?»

Insight

In der schwedischen Originalfassung heisst «Michel aus Lönneberga» nicht «Michel», sondern «Emil».

Dies wurde in der deutschsprachigen Version der Kinderbücher von Astrid Lindgren geändert, weil es hier bereits eine gleichnamige bekannte Kinderbuch- und Fernsehfigur gab: «Emil und die Detektive».

Daher fragen sich Schwed*innen in deutschsprachigen Ländern, wer dieser Michel in den Übersetzungen von Astrid Lindgrens Geschichten sein soll.

Serbisch (SRB, BIH, MNE)

Миеле ВОЛИ ДИСКО

1536.–
Miele WWG 300-60



 GALAXUS

Fast alles für fast jede*n

«Miele liebt Disco»

Insight

Die Headline ist ein Wortspiel, das auf dem bekannten Lied «Mile voli disko» von Lepa Brena beruht. Dieser Song ist in Serbien und auf dem ganzen Balkan äusserst populär.

Die leichte Abwandlung des ersten Wortes («ie» statt «i») bindet die Marke des Produkts pointiert ein.

Spanisch (E)

¡Chúpate esa!



37.–
Chupa Chups Lollipop
Lutscherdose, 100 Stk.

 GALAXUS

Fast alles für fast jede*n

«Leck das!/Nimm das!»

Insight

Chupa Chups ist nicht nur eine Kultmarke in Spanien, die dort ein Symbol der Kultur und ein Stück Nostalgie ist. Sondern weltweit bekannt, worauf man stolz ist.

Die Headline dazu ist zweideutig, da sie als «Leck das!» wie auch «Nimm das!» verstanden werden kann.

Tibetisch



The advertisement features a Samsung Galaxy Watch Ultra with an orange braided strap. The watch is positioned at the bottom center, with the strap forming a circle around it. Above the watch, the Tibetan text "དུས་ཀྱི་འཕྲོ་ལོ།" (Dus'khor) is written in large, bold black characters. The text is partially obscured by the watch strap. To the right of the watch, the price "552.–" and the product name "Samsung Galaxy Watch Ultra" are displayed. In the bottom left corner, the GALAXUS logo is visible. In the bottom right corner, the slogan "Fast alles für fast jede*n" is written. The background is white, and the entire advertisement is framed by a thin black border.

552.–
Samsung Galaxy
Watch Ultra

GALAXUS

Fast alles für fast jede*n

«Rad der Zeit»

Insight

In der tibetischen Kultur bezieht sich dieser Ausdruck auf das Konzept des Kalachakra (tibetisch: Dus'khor), das neben einem komplexen System tantrischer Praktiken auch Zeitzyklen der kosmischen Ordnung bezeichnet.

Die Wahl des Produkts und der Perspektive greifen dies thematisch auf.

Tamil

நீங்கள்
முயலா?
ஆமையா?
முயல-
மையா?



759,-
Xiaomi Yesoul Ellipsen-
trainer E80EV

 GALAXUS

Fast alles für fast jede*n

«Bist du ein Kaninchen oder eine Schildkröte? Oder bemühst du dich nicht?»

Insight

Die Headline ist ein Wortspiel mit den tamilischen Wörtern für Kaninchen und Schildkröte, aus deren Kombination sich die fast identisch geschriebene zweite Frage ergibt. Transkriert bedeutet sie so viel wie:

«Das Kaninchen kann gewinnen, die Schildkröte kann gewinnen. Aber wer sich nicht anstrengt, wird nie gewinnen.»

So entsteht also ein humorvoller und passender Bezug zum Produkt.