

TEXTER-TEST

Aufgabe 1) Die Headlines.

Du hast Glück: Schon Dein erster Auftrag ist sexy. blush Dessous will ein all around Paket. Anzeige, Postkarte, Großflächenplakat ... Alles aus einem Guß. Wenn Du jetzt eine tolle Headline findest, dann hast Du Deine erste Kampagne eingetütet. Von Deinem Arter bekommst Du ein Foto: Ein tolles Model in einem dunklen Raum. Ausser sehr sexy Konturen und einer Ahnung Dessous sieht man nur schwarz. Mache mit Deiner Headline Appetit auf Dessous, die auf dem Foto fast nicht zu sehen sind.

Dein Creative Director möchte eine Headlineauswahl haben. Also mindestens 3 Stück.

(Kleine Hilfe: vielleicht fällt dir ein aktueller Bezug ein zu einem Thema, das gerade durch die Medien geistert...)

Aufgabe 2) Die Copy.

Gesundheit geht vor: Du willst die Raucher in der Agentur davon überzeugen, mit dem Rauchen aufzuhören.

Als allererstes probierst du, dem sturen Kundenberater die Glimmstengel abzugewöhnen. Und zwar in einer Email. In maximal 500 Anschlägen.

Wenn Du den überredet hast, werden andere folgen!

(Kleiner Tipp: Versuche eine logische Argumentationskette aufzubauen. Fange mit dem Wichtigsten an und lande beim Unwichtigsten. Oder streiche ein Hauptargument heraus.)

Aufgabe 3) Der Funkspot.

Es wird Winter in Berlin. Und die Obdachlosenzeitung „motz“ möchte einen Radiospot schalten. Der soll aussagen, dass eine harte Zeit für Obdachlose ansteht. Und vor allem auf die Zeitung aufmerksam machen. Sei nicht zu zimperlich. Es geht um Leben und Tod. Und du musst die Leute wachrütteln, die eigentlich gar nicht wirklich zuhören! Nicht länger als 30 Sekunden.

(Kleiner Tipp: Am besten, Du schreibst den Spot erst ganz roh, und sprichst ihn dann mit Hilfe einer Stoppuhr. Wenn Dein Spot bei normaler Sprechgeschwindigkeit länger als 30 Sekunden ist, musst Du kürzen!)

Aufgabe 4) Der TV - Spot.

Da flattert gerade eine besonders heiße Chance herein: Du sollst den neuen Viralspot für die Sparkassen Baufinanzierung schreiben. Dir sind keine Grenzen gesetzt. Außer einem Zeitlimit: Dein Clip soll maximal 30 Sekunden dauern. Und der Claim „Baufinanzierung nach Maß“ soll in Szene gesetzt werden. Und zwar so, dass Leute den Clip so gut finden, dass er verlinkt, weitergeleitet und getwittert wird.

(Wir haben noch nicht mal einen kleinen Tipp für dich!)

Aufgabe 5) Der Claim.

Man lässt dich an die Königsdisziplin: Den Claim. Auch bekannt als „Wortmarke“, „Tagline“ oder „Slogan“.

balls ist ein Hersteller für Männerunterwäsche. Nicht für irgendwelche Unterhosen. Sondern Unterwäsche für Herren, die etwas in der Hose haben.

Wenn Du jetzt denkst „balls - für alle, die etwas in der Hose haben wollen“, dann liegst Du falsch. Denn balls steht nicht für Schenkelkopfer. Sondern für den Mann mit Stil. Und einem stilvollen Auftreten. Mit Understanding und Understatement.

Die Besitzerin von balls erwartet 3 Claims, die sie vom Hocker reißen.

(Kleiner Tipp: wenn es auf Deutsch nicht geht, probiers auf Englisch.)

Für den ganzen Text solltest du nicht länger als ein paar Stunden brauchen. Aber auch nicht weniger.

Schicke deine Antworten an jk@glow-berlin.de

Wir wünschen viel Glück. Und lass den Kopf ordentlich glühen.