

TEXTER-TEST

Aufgabe 1) Die Headlines.

Gleich an deinem ersten Tag sollst du die Welt retten: Der deutsche Caritasverband will mit einem Facebook Post für mehr Toleranz gegenüber Flüchtlingen werben. Ein Foto hat der Kunde schon freigegeben: darauf sieht man ein kleines syrisches Mädchen in einer zerstörten syrischen Stadt.

Mach drei ganz unterschiedliche Headline-Vorschläge, die auch gern unterschiedlich lang sein können. Übrigens: Caritas heißt übersetzt "Nächstenliebe". Der Claim der Caritas heißt "Not sehen und handeln."

(Kleiner Tipp: Eine gute Headline hat eine Idee, der Leser erfährt etwas neues, sieht etwas alltägliches aus ungewöhnlichem Blickwinkel)

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 Alex die Glimmstengel abzugewöhnen. Und zwar in einer E-Mail 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 stelle ein Hauptargument heraus.)

Aufgabe 3) Der Funkspot.

Es wird Winter in Berlin. Und die Obdachlosenzeitung „motz“ hat eine Freischaltung für einen Radiospot bekommen. Der Spot soll aussagen, dass eine harte Zeit für Obdachlose ansteht. Und 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. Mach einen Spot, der ins Ohr geht und im Kopf bleibt!

(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.

(Viral heißt, der Spot muss etwas unglaubliches, unverschämtes, irres, gewagtes oder einfach geniales enthalten.)

Aufgabe 5) Der Claim.

Man lässt dich an die Königsdisziplin: den Claim. Auch bekannt als Tagline oder Slogan. Der Claim steht beim Logo und fasst ein Unternehmen kurz und bündig zusammen. Herausragende Claims sind "Nike - Just do it" oder "Saturn - Geiz ist geil".

Mit dieser Lockerheit möchte der deutsche Caritasverband auch unterwegs sein. Er sucht einen neuen Claim, der die etwas getragene Formulierung "Not sehen und handeln" ablöst. Dazu noch ein wenig Hintergrund: die Caritas ist Deutschlands größter Wohlfahrtsverband und mit über 600.000 Mitarbeitern auch Deutschlands größter Arbeitgeber. Die Caritas betreibt in ganz Deutschland Krankenhäuser, Altenpflegestationen, Kindergärten und besitzt mit Caritas International auch Standbeine in vielen Entwicklungsländern, um bei Katastrophen schneller Hilfe leisten zu können. Wie bringst du diesen Laden frisch auf einen Nenner?

(Kleiner Tipp: Manchmal muss man keinen Claim erfinden, sondern nur finden.)

Für den ganzen Textertest 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.