**Copytest**

**Liebe Bewerberin, lieber Bewerber,**

dies ist der BUTTER. Copytest. Doch bevor du ihn beginnst, hier noch ein paar Zeilen vorab.

Wir suchen mit diesem Test natürlich Menschen, die schreiben können. Es geht beim Texten in einer Agentur wie der unseren aber nicht nur darum, die richtige Grammatik und Zeichensetzung zu verwenden. Vielmehr zählen deine Kreativität, dein Stil und die Begeisterungsfähigkeit, die in deinen Texten und Ideen stecken.

Deshalb: Trau dich, denk anders, nimm nicht das Erstbeste und schieße lieber über das Ziel hinaus (einfangen können wir dich später immer noch...).

Und jetzt: Viel Spaß!

**Aufgabe 1:**

Vergiss Thanksgiving und Halloween – der wichtigste amerikanische Feiertag ist und bleibt das Superbowl-Finale. Wegen der legendären Half-Time-Ads ist das für Werber\*innen sowieso ein Pflichttermin. Aber auch im Rest von Deutschland wird Football immer beliebter. Das merken auch große deutsche Marken. Miele zum Beispiel. Und deshalb wollen die für ihre neuste Premium-Waschmaschine jetzt auch eine legendäre Half-Time-Ad. Koste sie, was sie wolle. Sie müsste nur noch geschrieben werden...

**Aufgabe 2:**

Der neuste Samsung QLED-Fernseher hat die beste Bildqualität, die es jemals gab. Gestochen scharfe Bilder, nie da gewesene Farbvielfalt, immersives Seherlebnis, einfach nur wow. Das muss man gesehen haben, um es zu begreifen. Die Mediaagentur hat allerdings nur Spotify-Ads gebucht. 3 Spots, jeweils 20 Sekunden lang. Hm. Naja. Du kriegst das hin.

**Aufgabe 3:**

Dein Kunde, ein Hersteller von klassischen Tütensuppen, hat eine tolle Idee: Um bei den jungen Leuten wieder besser anzukommen, möchte er eine coole Sneaker-Kollektion herausbringen! Während du noch zwischen Cringe und Eyeroll hin und her oszillierst, hat die geistesgegenwärtige Beratung ihm den Vorschlag zum Glück schon ausgeredet. Unter einer Bedingung: Wir machen ihm einen besseren. Das ist deine Aufgabe. Entwickle eine Maßnahme, mit der dein Kunde die Aufmerksamkeit der jungen Zielgruppe auf sich ziehen kann – am besten genau da, wo sie sich aufhält. Online oder offline. Hauptsache disruptiv.

**Aufgabe 4:**

Ein guter Claim bringt die Essenz einer Marke in all ihren Facetten in möglichst wenigen Worten auf den Punkt, ist dabei griffig, vielseitig einsetzbar und bleibt vor allem langfristig im Gedächtnis. Soweit die Theorie. Jetzt die Praxis: Schreib den perfekten Claim. Die Marke bist du.

**Aufgabe 5:**

Das Stadtleben könnte so schön sein – wenn bloß die Autos nicht wären und alles in eine versmogte, lärmende CO2-Hölle verwandeln würden. Dabei gibt es doch viel bessere Alternativen. Die Öffis zum Beispiel! Um die Autofahrer in Düsseldorf davon zu überzeugen, dass man mit Bus und Bahn viel schneller und vor allem klimafreundlicher vorankommt, will die Rheinbahn eine große Plakatkampagne starten. Es fehlen nur noch die Headlines. Mache mindestens 5 Vorschläge, die die Vorteile der Rheinbahn kommunizieren – und dabei knackig genug sind, dass die Autofahrer sie auch während der Fahrt lesen und verstehen können. Dir fallen auch direkt ein paar Bildmotive dazu ein? Umso besser!

**Aufgabe 6:**

Freestyle: Als angehende\*r Werbetexter\*in hast du natürlich schon geschrieben, noch bevor du laufen konntest. Und dann hast du bestimmt auch einen Text in der Schublade, den du uns nicht vorenthalten willst. Was ist völlig egal, Hauptsache du bist stolz drauf. Häng ihn einfach an deine Copytest-Lösungen an. Du hast keinen? Dann fake ihn einfach so gut, dass wir es nicht merken.