

## Verrückte gesucht.

Du willst Texter werden oder bist es bereits? Du willst in der Werbung arbeiten, weil du weißt, das kann ich besser? Du sprudelst nur so vor Ideen und suchst einen Ort, wo du verstanden wirst? Du kannst dich präzise an gestellte Aufgaben halten? Du bist offen für Neues? Du hast jetzt fünfmal „ja“ gedacht? Dann bist du hier genau richtig!

Zusammen mit dir möchten wir herausfinden, ob dir Werbung bei Aclewe liegt. Nachfolgend siehst du fünf typische Werbe-Briefings, die auf deine Ideen und Ausarbeitungen warten.

Zunächst aber fünf Tipps: Gute Ideen sind immer neu – sei also schöpferisch! Gute Ideen kommen von Verrückten – sei bitte verrückt! Gute Ideen brauchen Zeit – nimm dir die Zeit! Gute Ideen sind einfach – bleib also unkompliziert! Und gute Ideen sind was ganz Besonderes – also sei einzigartig!

### **Briefing 1**

Die Aclewe Frucht ist neu auf dem deutschen Markt. Sie steckt voller Vitamine und Mineralien – sie ist nahrhaft und schmeckt einzigartig. Die Aclewe gibt's in vielen Farben und unterschiedlichen Größen. Erstelle die Longcopy für eine 1/1 Anzeige und beschreibe in maximal fünf Sätzen den Geschmack und die Vorzüge dieser neuen Frucht. Und denk daran, Anzeigen kann man nicht essen!

### **Briefing 2**

Die Brauerei „Alaaf“ möchte über die Kölner Grenzen hinaus ihr leckeres Kölsch verkaufen. Die überregionale Kampagne startet im Testmarkt Düsseldorf. Wo sonst! Erstelle eine Plakatkampagne, die in der Düsseldorfer Altstadt für Aufmerksamkeit sorgt. Eine Bitte: Bleib nett!

### **Briefing 3**

Der Glasmittelreiniger „Durchblick“ muss dringend seine Social Media Präsenz verstärken. Zum Auftakt soll mit einer gezielten und besonders witzigen Idee die Facebook Community, die zurzeit aus mageren 66 Fans besteht, verzehnfacht werden. Konzipiere eine Aktion mit Durchblick, die ein gutes Fundament für das zukünftige Community Management schafft.

### **Briefing 4**

Das Tierheim „Hinterhof e.V. Einsame Hündchen. Ganz allein.“ sucht einen neuen Namen und einen neuen Claim, der Tierfreunde aufhorchen lässt. Bitte mache drei Vorschläge, die unter die Haut gehen. Echte Gefühle sind gefragt!

### **Briefing 5**

Der Wäsche- und Dessousschneider „WoMann?“ möchte einen Radiospot schalten und die neue Kollektion „WoMann – InTheHeatOfTheNight!“ den weiblichen Kundinnen näher bringen. Wie hört sich sexy Wäsche an? Bitte denke daran, Funkspots müssen verkaufen. Du hast 30 Sekunden!

**Jetzt aber viel Spaß. Und viele einzigartige Ideen!**

