Copytest: thjnk Zürich

**Vorwort.**

Ein paar Worte vorab. Lass dir Zeit. Aber nicht zu lange. Und sei dir bewusst: „Wir machen eine virale Kampagne im Internet“ ist noch keine Idee. Sei mutig. Sei überraschend. Zeig uns, wie du denkst.

Und vor allem: Hab Spass und keine Angst.

**How to.**

Deine Antworten: direkt unter die Aufgaben.

Was ist sonst noch wichtig: Rechtschreibung & Grammatik.

An wen zurück Luisa Böning – [luisa.boenig@thjnk.ch](mailto:luisa.boenig@thjnk.ch)

**Aufgabe 1: Zum Reinkommen.**

Kennst du “Wer wird Millionär?” Richtig, die Show, die es schon länger gibt, als du vermutlich alt bist. Mit dem obersten Fragesteller überhaupt, Günther Jauch. Bei der Show sind die ersten fünf Fragen immer die Einfachsten zu beantworten. Aber in ihrer Kreation die interessantesten, überraschendsten und unterhaltendsten.

**Deine Aufgabe**: Formuliere drei lustige “Wer wird Millionär?” Fragen mit Antwortmöglichkeiten.

**Aufgabe 2: Über dich.**

Zeig uns deine Lieblingswerbung. Und erzähl uns, warum sie dir so gefällt.

**Aufgabe 3: Die Headline.**

Königsdisziplin Headline. Unser Kunde Edelweiss bewirbt seine vielen Feriendestinationen mit der Headline-Mechanik: “Leave-Love.”

Hier ein paar Beispiele aus der Kampagne.

<https://www.thjnk.ch/arbeiten/edelweiss-leave-love/>

Jetzt bist du dran. Die Destination? Kein Sommer, Sand und Sonnenschein. Sondern Winter. Kuusamo in Finnland.

**Deine Aufgabe**: Schreib uns drei “Leave-Love-Headlines” für die Destination Kuusamo in Finnland. Und beschreibe das Bild, das du dir auf dem Sujet vorstellst.

**Aufgabe 4: Der Film.**

Der Claim von Denner lautet: Nah bei dir. Und das stimmt. Mit über 860 Filialen schweizweit ist Denner tatsächlich immer nah bei den Leuten.

Denner will diese physische Nähe in einem 60 sekündigen Imagefilm dramatisieren. Mit einer unterhaltsamen Geschichte wie die des Denner-Babys oder der Denner-Dogs.

**Deine Aufgabe**: Schreibe ein Filmskript, das die physische Nähe von Denner unterhaltsam bewirbt.

**Aufgabe 5: Die Idee.**

Unser Kunde SWISS hat eine neue Destination, die direkt angeflogen wird: New York.

Um das mit einem Big Bang öffentlich zu machen, wünschen sie sich eine unkonventionelle Idee. Egal ob PR-Stunt, digitale Aktivierung oder Guerilla-Aktion. Alles ist erlaubt. Und für einmal haben wir grenzenloses Budget.

**Deine Aufgabe**: Überlege dir eine Big-Bang Idee für SWISS, die den neuen Direktflug von Zürich nach New York bewirbt.