



Texterschmiede Hamburg

Hallo,

Sie möchten Werbetexter werden? Anzeigen-Kampagnen und Werbefilme kreieren? Sich Internet-Auftritte oder Events ausdenken? Gute Idee, denn der Beruf wird nie langweilig und bietet exzellente Karrierechancen. Besonders gute Perspektiven haben Absolventen der Texterschmiede, denn sie verfügen nach dem Studium über eine Texter-Allround-Ausbildung, Agenturerfahrung und Kontakte zu allen Branchengrößen. Und weil derzeit Texter mit Kenntnissen im Online-Bereich besonders begehrt sind, lernen Sie bei uns im Rahmen des Studiums ab sofort auch New Media-Konzeption.

Wenn Sie Schreibtalent und Kreativität mitbringen, bekommen Sie an der Texterschmiede:

**1. Eine Allround-Ausbildung:** In dem einjährigen Abendunterricht (Mo-Do, 18 bis 21 Uhr) werden Sie fit für alle Textanforderungen: Klassische Werbung, Dialog-Marketing, Verkaufsförderung, Brand Entertainment, Ambient Media, Event-Marketing, Business-to-Business, PR, Offroad-Marketing, Health-Care und New Media. Dazu erhalten Sie detailliertes Wissen in strategischer Planung/Konzeption und in Kreativ-Techniken.

#### WIE KOMM ICH REIN?

**2. Agenturerfahrung:** Tagsüber absolvieren Sie zwei sechsmonatige, mit 350 bis 450 Euro/Monat honorierte

Text-Praktika. Diese werden automatisch von der Texterschmiede vermittelt.

**3. Kontakte:** Sie lernen von mehr als 180 Praktikern aus Agenturen und Wirtschaft. Oder anders: Sie werden von Ihren zukünftigen Chefs und den Koryphäen der Branche unterrichtet, die auf der Suche nach Kreativnachwuchs für Ihre Agenturen sind.

**ERGEBNIS: Beste Jobchancen:** Über 80 Prozent unserer Absolventen schaffen direkt nach dem Studium problemlos den Agentur-Einstieg als Junior-Texter.

Klingt spannend, und Sie möchten sich für den 15. Studiengang ab Oktober 2008 bewerben? **So geht's:**

1. Copytest bearbeiten.
2. Aufnahmeformular und Fragebogen ausfüllen und mit einem Foto und einem Zeugnis (mit Ihrer letzten Deutschnote) an uns senden oder mailen, und zwar spätestens bis zum **29. Mai 2008**.

**So geht's weiter:**

1. Eine Fachjury bewertet die Qualität aller Copytest-Lösungen und wählt die TOP 60 aus.
2. Am **18. Juni 2008** erfahren Sie schriftlich, ob Sie unter den 60 besten Bewerbern sind.
3. Die TOP 60 kommen am **24. Juni 2008** zu einem zweiten Test und einem Gespräch zu uns.
4. Am **25. Juni 2008** erfahren Sie telefonisch, ob Sie einen der 44 Studienplätze erhalten.

Wir freuen uns auf Ihre kreativen Ideen.

Herzliche Grüße

Ihre Texterschmiede-Crew

P.S. Die monatliche Studiengebühr beträgt 305 Euro. Die Texterschmiede vergibt in jedem Semester **ein Stipendium an besonders förderungswürdige Studenten**. Den Antrag und nähere Informationen erhalten Sie automatisch, wenn Sie als einer der TOP 60 zum zweiten Test eingeladen werden.



Texterschmiede Hamburg

### **Aufgabe 1. Der TV-Spot**

In einer Marktforschung hat ein bekannter Schlagzeughersteller festgestellt, dass potenzielle Kunden während der Werbezeiten häufig den Ton abstellen. Konzipieren Sie einen 45-sekündigen TV-Spot, der auf Musiksendern laufen soll und auch ohne Ton wirkt.

### **Aufgabe 2. Die Anzeige**

Der einzigartige Geschmack von Kentucky Fried Chicken beruht auf einer ebenfalls einzigartigen, geheimen Gewürzmischung aus 11 Kräutern. KFC will ein neues Menü – Hühnerbrust mit Mangosauce, Coleslaw (Krautsalat) und Pommes Frites – in einer Box zusammenbringen. Finden Sie einen Namen für die Box und eine Headline (Überschrift) für eine

Anzeige. Die dazu gehörige Abbildung zeigt die komplett gefüllte Box.



**COPYTEST**

### **Aufgabe 3. Der Prospekt**

Es gibt in Deutschland ein Unternehmen, das einen Artikel mit der Bezeichnung „Scharfschaltrosette“ herstellt. Noch nie gehört – macht nichts. Schreiben Sie auf 1-2 Prospektseiten

eine präzise, rein fiktive Produkt- und Anwendungsbeschreibung „Scharfschaltrosette“. Den Namen des Herstellers und die Branche können Sie sich aussuchen. Vergessen Sie aber nicht, den Produktnutzen deutlich herauszustellen.

### **Aufgabe 4. Die Promotion-Maßnahme**

Primagas vertreibt Flüssiggas und entsprechende Gastankanlagen für die Energieversorgung in Regionen, die kein Erdgasnetz besitzen. Unsere Zielgruppe sitzt also nicht in Städten, sondern in abgelegenen ländlichen Bereichen. Wie können hier sinnvolle Promotion-Maßnahmen aussehen?

### **Aufgabe 5. Die Website**

In diesem Sommer will der Autovermieter Sixt auch Yachten und Boote vermieten. Wie sieht die Website aus? Überlegen Sie sich Überschriften sowie Kurz- und Langtexte, die dieses besondere Angebot interaktiv bewerben und zur Buchungsmaschine weiterführen.



Texterschmiede Hamburg

**Ein Jahr. 12 Monate. Mo. bis Do. 18.00 – 21.00 Uhr.**

Hauptbestandteil ist die Text-Praxis. Texten lernen durch Schreiben, Konzipieren und Entwickeln auf konkreten Briefings. Hierzu gibt es Kurse für Stilübungen, Headlines, Copys, Treatments, Storyboards, Funkspots, Jingles, Claims, Promotions, New Media. Hinzu kommen die Fächer Text-Theorie, Text-Praxis, Kreativtechnik und Konzeption. Im Mittelpunkt stehen 7 Hausarbeiten, in denen selbstständig neue Kampagnen entwickelt werden müssen. Nach erfolgreicher Teilnahme dieses Studiengangs erhalten die Studenten das Zertifikat „Ausgebildeter Texter“. Die Fördermitglieder stellen während des Studiums Text-Praktikantenplätze in Hamburg zur Verfügung.

**DAS STUDIUM**

**DIE ANMELDUNG**

Voraussetzung ist das Bestehen eines **zweistufigen** Aufnahmetests. Zunächst werden Ihre Arbeiten des beiliegenden Copytests von Kreativ-Direktoren führender Werbeagenturen bewertet. Gegen die Entscheidung dieser Jury ist der Rechtsweg ausgeschlossen. Bei Nichtbestehen ist diese Anmeldung hinfällig. Am **18. Juni 2008** werden Sie schriftlich benachrichtigt, ob Sie unter den 60 besten Bewerbern sind. Ist dies der Fall, erfolgt am **24. Juni**

**2008** ein zweiter Test und ein persönliches Gespräch in den Räumen der Texterschmiede. Hier wählt eine Jury aus namhaften Kreativ-Direktoren die 44 endgültigen Studenten für den 15. Studiengang 2008 aus.

Ich melde mich hiermit verbindlich für die Teilnahme am **Vollstudium Texter** vom 6. Oktober 2008 bis zum 28. September 2009 bei der Texterschmiede Hamburg e. V. an. Im Falle der Annahme des Ausbildungsvertrages läuft der Vertrag vereinbarungsgemäß bis zum 28. September 2009 und kann ohne wichtigen Grund nicht vorzeitig gekündigt werden.

Name Vorname Geburtsdatum

PLZ Ort Straße Telefon

Die Studiengebühren des Veranstalters betragen **monatlich € 305,-** und sind mit Beginn des Semesters ab 6. Oktober im Voraus, jeweils zum Beginn des Monats fällig, unabhängig davon, ob der/die Teilnehmer/in bei den Veranstaltungen anwesend ist oder nicht. Bitte richten Sie, wenn Sie als Student an der Texterschmiede Hamburg e. V. angenommen sind, einen entsprechenden **Dauerauftrag** ein.

Das Lehrprogramm regelt die Unterrichtszeiten, den Unterrichtsort, Beginn und Dauer der Lehrgänge. Änderungen des Lehrprogramms bleiben vorbehalten. Die Annahme erfolgt nach schriftlicher Bestätigung der Texterschmiede Hamburg e. V. Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen der Texterschmiede Hamburg e. V., die auf Wunsch dem Teilnehmer ausgehändigt werden.

Ort Datum Unterschrift



Texterschmiede Hamburg

Bitte Ihr  
schönstes  
Passbild  
einkleben!

1. Wann und wo wurden Sie geboren?

---

---

2. Jetziger Wohnort:

---

---

3. Wie lautet Ihre e-Mail-Adresse?

---

---

4. Schulausbildung:

---

---

---

---

5. Berufliche Stationen:

---

---

---

---

6. Warum möchten Sie Texter werden?

---

---

---

7. In einem Satz: Was möchten Sie in fünf Jahren erreicht haben?

---

---

---

8. Nennen Sie 3 Werbespots, die Sie gut finden:

---

---

---

---



Texterschmiede Hamburg

**9.** Nennen Sie 3 Werbespots, die Sie schlecht finden:

---

---

---

---

**10.** Wenn Sie ein Produkt wären, was wären Sie dann?

---

---

**11.** Was werden einmal Ihre letzten Worte sein?

---

---

---

**12.** Haben Sie schon einmal Agenturluft geschnuppert? Wo? Wie lange? Als was?

---

---

---

**13.** Auf welchem Wege sind Sie auf die Texterschmiede aufmerksam geworden?

---

---

---

**14.** Welche Zeitungen/Zeitschriften lesen Sie regelmäßig?

---

---

---

Ich bestätige, die Aufgaben des Copy-Tests selbstständig, ohne fremde Hilfe gelöst zu haben.

Datum / Unterschrift

(Ihre persönlichen Angaben werden nach dem Datenschutzgesetz streng vertraulich behandelt. Der persönliche Fragebogen dient nicht der Entscheidung über eine eventuelle Aufnahme.)



Texterschmiede Hamburg

1. Bitte reichen Sie **vollständige Bewerbungsunterlagen** ein:
  - Anmeldeformular
  - Persönlicher Fragebogen mit Foto
  - Eine Kopie Ihres letzten Zeugnisses, das eine Deutsch-Note enthält (muss nicht beglaubigt sein)
  - Ihre Lösungen des Copytests
2. Voraussetzung für eine Studienteilnahme ist, dass Sie zwischen 18 und 32 Jahren alt sind und eine abgeschlossene Schulausbildung haben.

EIN PAAR

WICHTIGE HINWEISE

3. Bitte schicken Sie uns pro Aufgabe **nur eine Lösung**. (Wir bewerten auch nur eine!)
4. Bitte konzentrieren Sie sich auf die **Idee**, statt auf die Form der Umsetzung. (Sauber geschriebene Textmanuskripte genügen vollkommen. Bitte keine Datenträger!)
5. Der persönliche Fragebogen, den Sie bitte ausfüllen, dient nicht zur Bewertung Ihrer Aufgaben. Die Aufnahmejury bewertet ausschließlich Ihre eingereichten Lösungen.
6. Spätester **Abgabetermin** für Ihre Bewerbungsunterlagen ist der **29. Mai 2008 (Posteingang!!!)**. Und noch etwas: Wenn Sie sich dafür entscheiden sollten, uns Ihre Bewerbung per Einschreiben zu schicken, wählen Sie bitte die Möglichkeit des Einwurfeinschreibens. Sie können uns Ihre Bewerbung auch gerne als PDF **mailen** ([info@texterschmiede.de](mailto:info@texterschmiede.de)), aber bitte vergessen Sie dabei nicht Ihr Foto und das Zeugnis. Die Dateigröße sollte 10 MB nicht überschreiten.
7. Wir bestätigen den Eingang aller Bewerbungsunterlagen per Mail. Sollten Sie drei Werktage nach Ende der Bewerbungsfrist noch keine Nachricht erhalten haben, ist Ihre Bewerbung bei uns nicht eingegangen. Bitte melden Sie sich in diesem Fall umgehend bei uns.
8. Am **18. Juni 2008** erhalten Sie von uns eine Nachricht, ob Sie für die 2. Auswahlrunde am **24. Juni** zugelassen wurden. (Der Rechtsweg gegen die Entscheidung der Jury ist ausgeschlossen). Die Reisekosten zu dem Auswahlgespräch/Test in Hamburg werden von der Texterschmiede **nicht** übernommen.
9. Mit der **Unterschrift** unter diesen Aufnahmetest bestätigen Sie der Texterschmiede, dass Sie die Aufgaben selbstständig, ohne fremde Hilfe, gelöst haben. Eine nachgewiesene Zuwiderhandlung kann zu einem nachträglichen Ausschluss vom Studium führen.
10. Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie sich automatisch bereit, studienbegleitend zwei sechsmontige **Text-Praktika** in uns fördernden Agenturen zu absolvieren. **Die Praktikumsplätze werden von der Texterschmiede vermittelt**. Die Agenturen honorieren das Praktikum mit 350 bis 450 Euro/Monat.



Texterschmiede Hamburg

**Studienziel:** Ausgebildeter Texter

**Arbeitsbereiche:** Klassische Werbung · Dialog-Marketing · Online-Text und -Konzeption · Verkaufsförderung · Brand Entertainment · Ambient Media · Event-Marketing · Business-to-Business · Public Relations · Offroad-Marketing · Health-Care

**Zielgruppe:** Alle, die ihr Berufsfeld als Texter und Konzeptioner im Bereich Werbung/New Media sehen.

**Voraussetzungen:** Kreatives Talent (Copytest), abgeschlossene Schulbildung, gute Beherrschung der deutschen Sprache, Mindestalter 18 Jahre, Höchstalter 32 Jahre

**Studiendauer:** 12 Monate, 6. Oktober 2008 bis 28. September 2009 inkl. 2 unterrichtsfreie Monate

**Praktikum:** Die Texterschmiede stellt zwei sechsmonatige studienbegleitende Praktikumsstellen in Hamburger Agenturen.

## LEHRPLAN

### TEXTER-VOLLSTUDIUM

(Auszüge)

**Studienzeiten:** Montag bis Donnerstag, 18.00 bis 21.00 Uhr (in Ausnahmefällen freitags)

**Gliederung:** Vorlesungen · Übungen · Seminare mit zwei Dozenten · Exkursionen · Arbeiten auf realen Agenturbriefings · Kunden-Projektarbeiten · Strategie-Hausarbeit · Print-Hausarbeit · Dialog-Hausarbeit · Copy-Klausur · TV-Treatment-Klausur · Online-Konzeptions-Hausarbeit · Semesterarbeit · Agentur-Personal Skills

#### Fächer/Themen:

**Text-Theorie:** Kriterien guter Texte · Gute Ideen sind kein Zufall · Die Idee entscheidet · Zielgruppenansprache · Outdoor-advertising · ADC-reife Texte · Text und Typographie · Dialog-Marketing · Grundlagen B-to-B · New Media Baukasten · Usability · Regisseur + Texter · Text und Musik/Sound Branding · Corporate Language · Wettbewerbsrecht · Grundlagen Event-Marketing · Vom Treatment zum fertigen Spot · Grundlagen PR-Texte · Grundlagen Healthcare-Werbung · Texte aus Kundensicht · Visuelles Texten · Klassische Markenführung · Medial übergreifende Ideen · Faszination Print · Wie läuft ein Pitch beim Kunden ab? · Virales Marketing · Mobile Marketing · Websites

**Text-Praxis:** Erste Text-Übungen · Copy-Training · Headline-Training · Dialog-Marketing-Texte · Claims und Slogans · Kreatives Texten · Gute Texte im Print · Plakate · Funkseminar · Mailings/Responseanzeigen · Von der Kurzgeschichte zur Longcopy · Vkf-Texte · Eventkonzepte · PR-Texte · Promotions · Katalog-Texte · B-to-B-Texten · Better Scripts · Webwriting-Disziplinen · Healthcare-Texte

**Kreativ-Techniken:** Kreativtechniken · Vom Wort zum Bild · Abweichen von der Norm · Wege zu guten Texten im Print · Präsentationstechnik

**Konzeption:** Basiswissen Strategie · Integrierte Kommunikation · Kreative Strategien · Marketing-Kommunikation · Strategische Planung · Die Marketing-Konzeption · Erfolgreiche Strategien · Marketing-Mix · Online-Konzeption · Integriertes Marketing · Texten von Präsentationen · Kreative Promotions · Role Reversal Strategien/Kreative · Was ist eine Marke? · Stilgruppen ersetzen Zielgruppen

# T

Texterschmiede Hamburg

**addition** · Hamburg  
**Aimaq-Rapp-Stolle** · Berlin  
**Alex Schmid Direct** · Zollikon · Schweiz  
**Baader Hermes** · Hamburg  
**BBDO** · Düsseldorf  
**Böning.Haube.Nerger** · Hamburg  
**Cayenne** · Düsseldorf  
**Conrad Gley Thieme** · Hamburg  
**Counterpart** · Köln  
**Cyrano** · Münster  
**DIETZ & PARTNER** · Trier/Köln  
**Drafftcb Deutschland** · Hamburg  
**Economia** · Hamburg  
**Favo** · Basel · Schweiz  
**fischerAppelt / Ligalux** · Hamburg

## FÖRDER-

## MITGLIEDER

**FLEMMING-PFUHL** · Hamburg  
**Frahm und Wandelt** · Hamburg  
**GPP** · Stuttgart  
**Grabarz & Partner** · Hamburg  
**Grey Worldwide** · Düsseldorf  
**grey&wolff** · Hamburg  
**Grimm Gallun Holtappels** · Hamburg  
**Heuer & Sachse** · Hamburg  
**Heye & Partner** · Hamburg  
**InterOne** · Hamburg  
**Jung von Matt** · Hamburg  
**JWT** · Frankfurt  
**kempertrautmann** · Hamburg  
**KNSK** · Hamburg  
**Kolle Rebbe** · Hamburg  
**KRAVCOV HEY HOFFMANN** · Hamburg  
**Leagas Delaney** · Hamburg  
**Leo Burnett** · Frankfurt  
**mayer : creative consultants** · Stuttgart  
**McCann Erickson** · Hamburg

**NGGK** · Hamburg  
**Pahnke Markenmacherei** · Hamburg  
**Philipp und Keuntje** · Hamburg  
**pilot 1/0** · Hamburg  
**Prasser Sander** · Hamburg  
**Proximity Germany** · Hamburg  
**PUBLICIS** · Hamburg  
**Rapp Collins** · Hamburg  
**REINSCLASSEN** · Hamburg  
**RitterSlagman** · Hamburg  
**RTS Rieger Team** · Leinfelden-Echterdingen  
**SAATCHI & SAATCHI** · Frankfurt  
**Scholz & Friends** · Hamburg  
**Scholz & Friends NeuMarkt** · Hamburg  
**SCHOLZ & VOLKMER** · Wiesbaden  
**SERVICEPLAN** · München  
**Springer & Jacoby** · Hamburg  
**STEIN PROMOTIONS** · Hamburg  
**Targis Healthcare Communications** · Frankfurt  
**TBWA** · Hamburg  
**Tillmanns, Ogilvy & Mather** · Düsseldorf  
**Tribal DDB** · Hamburg  
**VASATA | SCHRÖDER** · Hamburg  
**weigertpirouzwolf** · Hamburg  
**Werbewelt** · Ludwigsburg  
**Young & Rubicam** · Frankfurt  
**Zum goldenen Hirschen** · Hamburg  
**21TORR** · Reutlingen

Aus der Industrie:

**comdirect bank** · Quickborn  
**Haufe** · Freiburg  
**IKEA** · Hofheim-Wallau  
**Lexware** · Freiburg  
**MBG** · Paderborn  
**OTTO** · Hamburg  
**smart point media AG** · Köln

Aus den Medien:

**Nielsen-BallungsRaum-Zeitungen** · München  
**RMS Radio Marketing Service** · Hamburg  
**RTL Creation** · Köln