

COPYTEST

fundango GmbH · Brückenstr. 1 - 3 · 50667 Köln
Tel.: 0221/677845-90 · Mail: jobs@fundango.de



EIN PAAR INFOS VORAB

Liebe Bewerberin, lieber Bewerber,

Wir freuen uns über Dein Interesse am Texten für Nonprofits – und an unserer Agentur fundango.

Mit diesem Test hast Du Gelegenheit, Dein Können zu beweisen – egal ob jung oder schon älter, mit jahrelanger Texterfahrung oder als Quereinsteiger*in. Was zählt, sind Deine Ideen, Dein Einfühlungsvermögen und Deine Wortgewandtheit, aber ebenso Deine Sorgfalt – inhaltlich, stilistisch, orthografisch ...

Bitte speichere den ausgefüllten Copytest als PDF und schicke ihn uns zusammen mit den üblichen Bewerbungsunterlagen (mit Gehaltsvorstellung) sowie Deinem letztes Zeugnis, welches eine Deutsch-Note enthält. Wenn Du magst, kannst Du weitere Arbeitsproben hinzufügen.

Bitte entscheide Dich pro Aufgabe für eine Lösung: Beleuchte Deine Ideen von allen Seiten, hinterfrage Deine Formulierungen. Manchmal muss man sich von einem – auf den ersten Blick genial erscheinenden – Wurf auch wieder trennen können. Es gehört zu Deinem zukünftigen Job dazu, das jeweils Beste auszuwählen!

Und nun frohes Schaffen und viel Erfolg!

LONGCOPY

Der Bürgerkrieg in Syrien tobt im zehnten Jahr. Und obwohl die Not größer ist als je zuvor, lässt die Bereitschaft der Deutschen, für Hilfsmaßnahmen zu spenden, immer mehr nach.

Unsere fiktive Organisation richtet Flüchtlingslager ein und versorgt die Menschen – ob geflohen oder nicht – mit Hilfsgütern wie Zelten, Decken, Plastikplanen (keine Nahrungsmittel!). Sie braucht dringend Spenden, damit sie diese Hilfe fortsetzen kann.

Maria Musterfrau ist etwa 65 Jahre alt, Akademikerin und hat noch nie gespendet. Schreibe ihr einen Brief, der sie so anrührt, dass sie sofort ihr Portemonnaie öffnet (bzw. eine Überweisung veranlasst).

Achte auf den Spannungsbogen, Verständlichkeit, Emotionalität, Logik und eine lebendige Sprache. Deine Betreffzeile muss neugierig machen, Dein PS den Leser in den Brief hineinziehen.

Der Text sollte 300 Wörter nicht überschreiten!

ANZEIGE



© Davemhuntphotography/shutterstock.com

Eine Organisation aus dem Naturschutz-Bereich möchte eine Spendenkampagne zum Schutz der Wölfe starten, die langsam wieder in Deutschland heimisch werden. Das Foto links ist als Plakat- und Anzeigenmotiv bereits gesetzt.

Finde eine Headline mit maximal 32 Zeichen (inklusive Leerzeichen) sowie eine Subline oder einen Call-to-action, die das Thema auf einen Blick erklären. Vergiss nicht, dass es sich um eine Spendenkampagne handelt!

Schreibe einen kurzen vertiefenden Text für diese Anzeige, etwa 400 Zeichen (inkl. Leerzeichen).



DAUERSPENDE

Eine Stiftung aus dem Gesundheitsbereich, die sowohl Patienten berät als auch die Forschung fördert (Krebshilfe, Schlaganfallhilfe, Herzstiftung o.ä.), möchte für ihre Arbeit Unterstützer*innen gewinnen, die monatlich per Bankeinzug spenden.

Finde und formuliere fünf Argumente, die die zukünftigen Dauerspender*innen überzeugen.

STRATEGIE

Ein prominenter Fußballer möchte eine neue Organisation für Kinderpatenschaften ins Leben rufen. Doch auf diesem Markt tummeln sich bereits die SOS-Kinderdörfer, World Vision, die Kindernothilfe, PLAN international und andere mehr.

Welche neue Zielgruppe könnte der neue Verein erschließen? Wie müsste er sich dazu positionieren? Welche Marketingkanäle wählen?

Skizziere Deine Idee in wenigen Sätzen.



STECKBRIEF

Wir wollen nicht indiskret sein, wüssten aber gern noch ein paar Dinge, die man selten in Bewerbungen findet. OK?

Welches Buch hat Dich zuletzt in den Bann gezogen und warum?

Welche Zeitung/Zeitschrift liest Du regelmäßig?

Welche drei Webseiten besuchst Du am häufigsten?

Wie heißt Dein Lieblingsfilm?

Du wirst im Freundeskreis gefragt, warum gemeinnützige Organisationen Agenturen für Werbung bezahlen. Was antwortest Du?