



Volontariat <sup>PLUS</sup> | Konzeptionsstudium

## **Copytest/Talenttest 2017**

für das Volontariatsjahr vom 1.11.2017 bis 31.10.2018.

Das wünscht sich das treibhaus 0.8 von seinen Bewerber/innen:

1. ein Gefühl für wirksame Kommunikation, 2. die Fähigkeit, eine klare, konkrete Idee zu entwickeln und auf den Punkt zu bringen 3. in Geschichten statt in Maßnahmen zu denken, 4. Affinität zu zeitgemäßen Medien, 5. Text-Talent und – last but not least! – 6. den Mut zum kreativen Querdenken.

Du hast für jede Lösung maximal 1200 Zeichen inkl. Leerzeichen!

Entwickle Lösungen zu VIER der sechs Aufgaben und sende sie an [annettebeyer@treibhaus08.de](mailto:annettebeyer@treibhaus08.de)

Dein Test wird von 2 erfahrenen Kreativen anonym bewertet. Das Ergebnis erhältst du vom treibhaus 0.8 in der Regel innerhalb einer Woche per email. Mit der Bestätigung über den bestandenen Test kannst du dich bei unseren Partner-Agenturen bewerben. Füge deinen Bewerbungsunterlagen deinen kompletten Talenttest bei!

### **AUFGABE 1**

Autor: Stephan Schäfer-Mehdi, Freier Creative Director, Creative Consultant, ADC Mitglied

Alzheimer und Demenz treten bei älteren Menschen ab 65 besonders häufig auf. Fälschlicherweise spricht man von Altersdemenz. Es gibt aber über 50 Formen der Demenz. Auch junge Menschen, selbst Kinder können betroffen sein. Besonders im Alltag fallen demente Menschen oft unangenehm auf. Wie kann man die Menschen dafür sensibilisieren? Was könnten (noch) nicht Betroffene in einem Event oder bei einer Live-Kampagne zu diesem Thema erleben?

### **AUFGABE 2**

Autor: Mark Daniels, Creative Director, ADC Mitglied, neues handeln, Köln

Europa ist am Scheideweg. Die erste Gefahr scheint nach der Frankreichwahl gebannt, aber der Blick gerade gen Osten zeigt, dass dies nur ein Etappensieg war. Eine Studentengruppe einer internationalen Schule mit Akteuren aus ganz Europa will etwas ändern und wieder die Vorteile Europas in das Zentrum der Kommunikation rücken. Was stellen sie auf die Beine um besonders die mediale Aufmerksamkeit zu erzielen? Mit welcher Story – oder welchem Ereignis, welcher Neuigkeit – erreichen sie die Medien? Welche Medien?

### **AUFGABE 3**

Autor: Christian Schmachtenberg, Professor für räumliche Inszenierung, ADC Mitglied, Hochschule Kaiserslautern

Beschreibe, an welcher konkreten Produkt- oder Service-Innovation ein Technologe, ein Architekt, ein Künstler und ein Sozialwissenschaftler gerade zusammen arbeiten könnten.

### **AUFGABE 4**

Autor: Jean-Louis Vidière Èsèpe, Konzeption und Szenografie Freelance, ADC-Mitglied

Raum für friedliches Miteinander

Der öffentliche Raum in den Städten der Welt ist eine Bühne, wo Frieden und Konflikte sich tagtäglich abspielen und gegenseitig anstarren, ja stören.

Könnten wir – wir Spezialisten für thematische, stimulierende Räume – räumliche Interventionen konzipieren, die das friedliche Miteinander, also Toleranz, Zuhören, Offenheit und Neugierde für das Fremde, das anders Sein stimulieren und ermöglichen?

Ein Beispiel: Die H-Gates (siehe bitte <http://www.esepe.com/h-gates.html>)

Wir brauchen noch mehr Ideen!

Eine einfache, aussagekräftige Handskizze ergänzend zum Text ist gewünscht.

### **AUFGABE 5**

Petra Lammers, GF Kreation, ADC Mitglied, onliveline, Köln

Europa braucht positive Impulse und Kommunikation unter den Ländern. Was für ein Social Media Konzept fällt Dir ein, das alle Länder einbindet – einen Startpunkt setzt und sich dann über eine möglichst lange Zeit alleine weiter entwickeln kann. Achte darauf, dass du eine konkrete Geschichte/Story, in Richtung deiner jeweiligen Zielgruppen erzählst.

### **AUFGABE 6**

Autor: Michael Veidt, Freier Creative Director, ADC-Mitglied, Federfrei, Köln

Die Münchner Staatsoper wurde 1810 vom König Maximilian I. ursprünglich als „Das Opernhaus für alle“ erbaut. Heute ist dies weder in München noch in anderen Städten der Fall.

Kreiere eine Live-Kommunikations-Kampagne / Maßnahme, die die Bayrische Staatsoper wieder zu einem „Ort für alle“ werden lässt. Ein Ort ohne „Berührungängste“.

Welche Geschichte oder welches Erlebnis vermittelst du den Teilnehmenden? Alles ist erlaubt, nur LIVE erlebbar und für möglichst VIELE muss es sein und die Kraft besitzen, ein klassisches Bauwerk ins Hier & Heute zu transportieren und für die breite Öffentlichkeit wieder zu einem Ort der Begegnung und der Freude werden zu lassen.

**Tipps:**

Das wollen wir in deinen Lösungen sehen:

1. ein Gefühl für wirksame Kommunikation
2. die Fähigkeit, eine klare, konkrete Idee zu entwickeln und verbal auf den Punkt zu bringen
3. dass du nicht in Einzelmaßnahmen denkst, sondern in runden Geschichten
4. deine Affinität zu zeitgemäßen Medien
5. dein Text-Talent und – last but not least:
6. deinen Mut zum kreativen Querdenken!

Du hast für jede Lösung maximal 1200 Zeichen.