



WIR SUCHEN SIE.

TEXTER / COPYWRITER (M/W)

IM STAMMHAUS HOYA/WESER IN NIEDERSACHSEN



DAS UNTERNEHMEN

Mit zahlreichen Eigen- und Vertriebsmarken im Bereich Fahrräder und Fahrradteile, sowie den Geschäftsbereichen KFZ & Werkzeug, Motorrad- & Rollerteile und Sport & Outdoor zählt die Hermann Hartje KG mit derzeit nahezu 800 Mitarbeitern zu den führenden Großhändlern der Branche. Traditioneller Firmenstammsitz ist seit über 120 Jahren Hoya/Weser.

Insbesondere vor dem Hintergrund der zunehmenden und alles durchdringenden Digitalisierung sind wir auf der Suche nach jungen, dynamischen Mitarbeitern, die uns bei den Themen Content-Management und Content-Erstellung tatkräftig unterstützen.

DIE AUFGABEN

- Erstellung verkaufsfördernder Marketingtexte und emotionaler Produktbeschreibungen
- Erstellung aussagekräftiger und sehr gut recherchierter Texte, die nicht nur Suchmaschinen sondern auch Lesern Mehrwert bieten
- Erarbeitung von Content für unsere Kernmarken in enger Zusammenarbeit mit unseren Grafikern
- Arbeit in einem kleinen Team mit vielen Schnittstellen und einer großen gestalterischen Aufgabenbreite

DIE ANFORDERUNGEN

- Erfahrung im Erstellen von Texten für E-Commerce Websites im B2B- oder B2C-Bereich
- gesundes Interesse am Texten, E-Commerce und an den Themen Fahrrad, Outdoor und Sport
- Kreativität mit einem hohen Qualitätsanspruch
- sicherer Umgang mit MS Office-Anwendungen
- Team- und Kommunikationsfähigkeit

DAS BIETEN WIR

- einen attraktiven Arbeitsplatz in einem jungen, dynamischen und kollegialen Team
- eine umfangreiche Einarbeitung in alle Geschäftsbereiche
- ein pragmatisches und lösungsorientiertes Arbeitsumfeld
- alle üblichen Leistungen eines modernen Unternehmens

IST IHR INTERESSE GEWECKT?

Dann freuen wir uns auf Ihre vollständige, aussagekräftige Bewerbung (ausschließlich per Mail) unter Angabe Ihrer Gehaltsvorstellung und dem nächst möglichen Eintrittstermin.

Senden Sie uns ebenfalls eine **LESEPROBE** (Hinweise hierzu siehe PDF Seite 2) auf Basis des HARTJE Copytests.



Hermann Hartje KG

Christoph Ferentschak

Deichstr. 120-122, 27318 Hoya

christoph.ferentschak@hartje.de

www.hartje.de

Liebe Bewerberin, lieber Bewerber,

dies hier ist der HARTJE Copytest. Doch bevor Sie sich den Aufgaben stellen, lesen Sie sich bitte folgende Zeilen durch:

Natürlich sind wir auf der Suche nach einem kreativen und ambitionierten Werbetexter, der das Schreiben beherrscht. Doch beim Erstellen von Content sind nicht nur das Anwenden der korrekten Grammatik und das fachmännische Setzen von Satzzeichen wichtig, vielmehr zählt die Begeisterungsfähigkeit und eine gute Idee Produkttexte mit Leben zu füllen.

Lassen Sie also Ihrer Kreativität freien Lauf und schreiben Sie frei nach dem Motto „Denken Sie groß“. Ausbremsen können wir Sie hinterher immer noch.

Im Anschluss finden Sie drei Aufgaben, von denen Sie sich eine auswählen dürfen.

Außerdem freuen wir uns über Leseproben bereits von Ihnen verfasster Texte.

Und nun viel Spaß!

1. AUFGABE

Ladenfunk: Wer kennt sie nicht, die im Kaufhaus trällernden Werbedurchsagen? Durchsagen wie: „Heute für Sie im Angebot, das Pfund Kaffee für nur 3,99 €“.

Unbeachtet und mit nur wenig Erfolg verhalten diese Durchsagen zumeist in den Gängen örtlicher Kaufhäuser. Bis jetzt!

Ihre Aufgabe ist es eine solche Durchsage zu schreiben. Eine die aufmerksamkeitsstark und kreativ zugleich ist. Sie sollen für eine große Fahrrad-Kaufhauskette einen Spot schreiben, der das neue Mountainbike der Hausmarke bewerben soll. Ziel ist es den Kunden zum Kauf zu animieren, egal wie: Hauptsache die Durchsage ist nicht länger als 15 Sekunden.

2. AUFGABE

Longcopy: Werbung liest keiner. Es sei denn sie erweckt sofort das Interesse.

Ihre Aufgabe ist es einen Werbetext für einen neuen und modernen Kettenkasten der Marke CONTEC zu schreiben. Die Produktdarstellung soll klein und dezent im Hintergrund erfolgen, sodass es mit dem Text zu überzeugen gilt.

Das Briefing: Der Werbetext soll ca. 200 bis 300 Wörter enthalten. Eine solche Textlänge für ein recht einfaches Produkt erfordert es, den Leser gleich zu Beginn einzufangen und seine Neugier zu wecken. Eine passende Headline kann hierzu nur von Vorteil sein.

3. AUFGABE

Social Media: Der VSF (Verbund Service und Fahrrad g.e.V.) will eine Kampagne für ein wichtiges Produkt starten: die Fahrradklingel.

Ziel ist es, die Wichtigkeit der Klingel einer jungen Zielgruppe bewusst zu machen. Und wo könnte die Kampagne besser stattfinden, als dort wo sich die Zielgruppe gerne tummelt: im Web und zwar speziell im Social Media.

Welche Aktion startet den Siegeszug der Fahrradklingel im Web? Und wie schaffen Sie es für Ihre Facebook-Kampagne besonders viele Likes zu bekommen?