



Wirtschaft, Gesellschaft, Lebenskunde für Sek I, Sek II

## Marken – Sind sie's wert?

15:41 Minuten

**Autor** Roman Hoegger

### Zusammenfassung

An der «Sneakerness»-Messe in Zürich treffen sich Liebhaber von Markenturnschuhen. Remi, ein Gymnasiast, erklärt, weshalb das richtige Paar Sportschuhe für das Outfit und das persönliche Empfinden wichtig ist. Dafür sind viele bereit, mehrere hundert Franken für ein spezielles Exemplar hinzublättern.

Ein Versuch mit einer Schulklasse veranschaulicht die Bedeutung von Marken. Obwohl in beiden Tellern die gleichen Pommes Chips liegen, bevorzugen 70 Prozent der Probanden die Markenchips. Warum? Professor Messner von der Universität Bern sieht den Grund beim Anfangsverdacht über die Qualität des Produktes, den wir beim Konsum zu bestätigen versuchen. Dieses Image bauen die Marken gezielt auf. In ihrer Werbung vermitteln sie zudem häufig ein Lebensgefühl, das in Verbindung mit dem Konsum entstehen soll. Spitzensportler eignen sich als Markenbotschafter sehr gut. Benützt ein Hobbysportler ein solches Sportgerät, steigert sich sein Selbstwertgefühl – so der Marketing-Gedanke.

Viel Geld stecken die Markenproduzenten in die Werbung, um ein solches Image aufzubauen. Von diesem Image möchten auch Händler profitieren, welche gefälschte Ware auf dem Markt anbieten. Hersteller gehen massiv gegen Fälscher vor, um die Marke und den Gewinn zu schützen. Von diesem grossen Gewinn profitieren die Fabrikarbeiter kaum, was Nichtregierungsorganisationen stark kritisieren. Obwohl Remi Kenntnis von diesen Arbeitsbedingungen hat, verzichtet er nicht auf seine Markenturnschuhe.

### Didaktik

Jugendliche sind in einem Alter, in dem sie sich langsam von familiären Bezugspersonen lösen und eine eigene Identität suchen. Dabei können Markenartikel eine wichtige Rolle spielen. Diese sind für die Jugendlichen nicht einfach Kleidungsstücke, Schuhe oder Handys. Mit ihnen versuchen die Jugendlichen bei Gleichaltrigen Aufmerksamkeit zu gewinnen und ihre Gruppenzugehörigkeit zu demonstrieren. Voraussetzungen, welche die Werbung ausnützt und die Jugendlichen zum Konsum verleitet.

Die vorliegende Unterrichtseinheit mit den Arbeitsblättern deckt nicht alle Aspekte des Themas ab. Zentrales Anliegen ist die Sensibilisierung des eigenen Konsumverhaltens, um der Verschuldung vorzubeugen.

Die Unterrichtseinheit kann zur Schuldenprävention aber auch als Einstieg in die Themen «Werbung» und «faire Kleiderproduktion» eingesetzt werden. Der Zeitaufwand beträgt je nach Leistungsniveau der Klasse zwei bis drei Lektionen. Die gesammelten Links führen zu weiteren Unterrichtsideen und Hintergrundinformationen.

Mit dem Arbeitsblatt 1 setzen sich die Lernenden mit dem Begriff «Marke» auseinander, was sich als Einstieg in die Lektion anbietet. Die unmittelbare Fortsetzung mit dem Arbeitsblatt 2 ist nicht zwingend. Das Erraten von einfachen Begriffen aus der Wirtschaft dient als Vorbereitung zum Film. Diese Übung kann aber auch zu einem späteren Zeitpunkt als Lernkontrolle verwendet werden. Das Arbeitsblatt 3 setzt sich mit dem Film auseinander. Zum Schluss gibt das Arbeitsblatt 4 Aussagen über die Bedeutung von Markenartikeln vor, mit denen die Lernenden ihr eigenes Konsumverhalten reflektieren.

**Lernziele** Die Lernenden...

1. können den Begriff «Marke» mit eigenen Worten definieren.
2. kennen einfache, zum Film passende Begriffe aus der Wirtschaft.
3. setzen sich kritisch mit den Filminhalten auseinander.
4. reflektieren ihre Einstellung zu Markenartikeln.
5. kaufen in Zukunft Markenartikeln bewusster ein.

**Links**

- [Fachhochschule Nordwestschweiz: Du bist, was du hast](#)
- [Zentrum polis: Marken und Moden](#)
- [Erklärung von Bern: Fair Fashion 2014](#)
- [economiesuisse: Innovatives Markenland Schweiz](#)
- [Marken-Management: Geschichte der Marke](#)

Lehrperson

Lernende

LP: Lehrperson, L: Lernende, PA: Partnerarbeit, GA: Gruppenarbeit, EA: Einzelarbeit, HA: Hausaufgaben, AB: Arbeitsblatt, TC: Timecode

Lektion 1

LP teilt AB1 aus.

EA: L notieren 6 Begriffe und ihre Bewertung gemäss Aufgabe 1 in Tabelle. Im Klassenverband werden die 6 am meisten verwendeten Begriffe eruiert (Aufgabe 2).

LP gibt Ziele bekannt.

LP erklärt Aufgabe 3.

PA: L besprechen die einzelnen Aussagen und einigen sich auf eine gemeinsame Antwort (Aufgabe 3).

L diskutiert mit Klasse die Lösungen.

EA: L schreiben eigene Definition zum Begriff «Markenartikel» (Aufgabe 4); in Gruppe vorlesen und gegenseitig überprüfen.

Einstiegsfrage zur Geschichte:  
*Seit wann gibt es «Marken»?*

EA: Aufgabe 5 lösen und anschliessend überprüfen.

Lektion 2

LP erklärt Spiel «Begriffe raten». (AB2)

L spielen Ratespiel.

**Hinweis:** Die Anleitung zum Spiel findet sich auf dem AB2.

LP teilt AB3 aus.

L beantworten individuell Aufgabe 1.

LP zeigt erste Sequenz (TC 00:00-11:25).

PA: L schauen Sequenz und beantworten anschliessend in PA die Fragen der Aufgabe 2.

LP zeigt zweite Sequenz (TC 11:25-14:07).

L schauen den Film und notieren die Antworten der Aufgaben 3 und 4

LP zeigt dritte Sequenz (TC 14:07-15:41).

L lösen Aufgaben 5 und 6.

Lektion 3

LP bespricht Lösungen zu AB3.

LP teilt AB4 aus.  
LP trägt Resultate der Gruppen zusammen.

EA: L lösen Aufgabe 1. Anschliessend werden die Resultate in der Gruppe diskutiert.

EA: L lösen Aufgabe 2 und schreiben ein Fazit über ihr künftiges Konsumverhalten.