

# MISSION MARKE

Deine Idee zählt!

## Termine und Spielregeln

Gut integriert werden kann der Wettbewerb in die Fächer Deutsch, Sozial- und Wirtschaftskunde, Arbeitslehre und Kunst. Es sind Einzel- oder Teambeiträge möglich. Ein Team darf maximal aus drei Mitgliedern bestehen.

### ★ Wer kann mitmachen?

Schülerinnen und Schüler der Klassen 8 bis 13 an weiterführenden Schulen

### ★ Wann geht's los?

- > 1. März 2008 Start des Wettbewerbs
- > 30. April 2008 Ende des Wettbewerbs/Einsendeschluss
- > Mai 2008 Ermittlung der Sieger

### ★ Wie funktioniert's?

Die Innenseite dieses Flyers für die Klasse kopieren. Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten ihre Wettbewerbsbeiträge (allein oder im Team). Alle Beiträge bitte entweder als Ausdruck oder per E-Mail an die Kontaktadresse schicken. Aus allen Einsendungen wählt eine Fachjury die Siegerarbeiten aus. Die Preise gehen an die ganze Klasse der Sieger. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Bitte nicht vergessen:

Name des Lehrers /der Lehrerin, Name und Anschrift der Schule, Klassenstufe

## Kontaktadresse

Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung e. V.  
Geschäftsstelle Wiesbaden  
Taanusstraße 54, 65183 Wiesbaden  
E-Mail: [redaktion@jugend-und-bildung.de](mailto:redaktion@jugend-und-bildung.de)

## »Marke« im Unterricht

Das Thema Marke bietet vielerlei anspruchsvolle Impulse für den Schulunterricht:

- ★ Die Geschichte der Marke ist ein Teil unserer soziokulturellen und wirtschaftlichen Geschichte.
- ★ Marken sind nicht nur Produkte. Marken sind Ideen, Werte und Versprechen.
- ★ Marken beeinflussen unser Konsumverhalten.
- ★ Markenkommunikation ist ein Lehrbeispiel für menschliche Bedürfnisse und Wahrnehmungsgewohnheiten.
- ★ Marken stellen schließlich die Frage nach der persönlichen Lebenseinstellung und Alltagsgestaltung – lokal, regional, global.

### ★ Das Thema »Marke« im Lehrplan

Beispiele aus den Bundesländern, bei denen das Thema Marke vorkommt:

- ★ Rolle des Konsumenten (Klasse 9/10, Gymnasium, Berlin)
- ★ Werbung und Konsum (Klasse 8, Gesamtschule, Hessen)
- ★ Verbrauchermacht, Verbraucherohnmacht (Klasse 10, Gesamtschule, NRW)
- ★ Warenströme, internationale Arbeitsteilung (Klasse 9/10, Realschule, Baden-Württemberg)

## Herausgeber

Markenverband e. V., Berlin, in Zusammenarbeit mit der Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung e. V., Wiesbaden

  
MARKENVERBAND ARBEITSGEMEINSCHAFT  
**Jugend + Bildung** e. V.

Redaktion: Michael Jäger (verantwortl.), Stefanie Pietzsch  
Verlag: Universum Verlag GmbH & Co. KG, 65175 Wiesbaden

# MISSION MARKE

Deine Idee zählt!

Jeder macht mit, die ganze  
**Klasse gewinnt!**

DER **2008**  
SCHULWETTBEWERB

  
MARKENVERBAND

# MISSION MARKE

Deine Idee zählt!

## Der Wettbewerb

Marken sind nicht einfach nur Waren. Marken sind ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. In unserer Gesellschaft haben Marken einen besonders hohen Stellenwert. Sie treiben unser Streben nach Wissen und Leistungsvorsprung stark voran. Marken setzen Trends und haben vor allem bei Jugendlichen Kultstatus. Zugleich sind sie auch Streitobjekt – als Statussymbol, als Fälschungsobjekt, als Werbeträger.

Mit dem Schulwettbewerb »Mission Marke« möchten wir Schülerinnen und Schüler zu einer kritischen und kreativen Auseinandersetzung mit dem Thema »Marke« auffordern.

## Das gibt's zu gewinnen

- > Platz 1: Exkursion »Hinter den Kulissen« bei einem Markenunternehmen in Hamburg oder Berlin + 1.000 Euro für die Klassenkasse
- > Platz 2: »Unsere Schulwebsite« gestaltet von und mit Design-Profis + 1.000 Euro für die Klassenkasse
- > Platz 3: Jahresabo »Geo« für alle aus der Klasse + 1.000 Euro für die Klassenkasse
- > Platz 4-10: weitere Geld- und Sachpreise

## Einsendeschluss: 30. April 2008

Mehr zum Wettbewerb im Internet unter [www.markenverband.de](http://www.markenverband.de) und [www.jugend-und-bildung.de/marke](http://www.jugend-und-bildung.de/marke)  
»Mission Marke« ist ein Wettbewerb des Markenverbandes e. V. in Zusammenarbeit mit der Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung e. V.

Sek. I

## Markenpiraten – ohne mich

Klassen 8 bis 10

### ★ Darum geht's

Die angesagten Marken-Sneakers im Internet ersteigert, einen Designergürtel im Urlaub ergattert oder eine Schwarzkopie des neuesten Actionstreifens erstanden. Alles billig – aber auch gut? Gefälschte Markenartikel sind ein Millionenmarkt. Er funktioniert, weil viele mitmachen. Am Ende sind viele die Dummen: der Schnäppchenjäger, weil er minderwertige Ware bekommt, die Markenfirmen, weil die Produktpiraten nichts für Entwicklung und Qualität zahlen, und unsere ganze Wirtschaft, weil Geld und Arbeitsplätze verloren gehen. Warum schaden Markenpiraten uns allen? Was können wir gegen gefälschte Produkte tun?

### ★ Das ist zu tun

Stellt Euch eine Diskussionsrunde vor: der Vorstand eines Markenunternehmens, dessen Produkte gefälscht wurden; ein Jugendlicher, der die Produkte gekauft hat; ein Unternehmer aus China, in dessen Fabrik die Produkte nachgebaut wurden; ein Professor, der die Folgen für die deutsche Wirtschaft abschätzt. Was sagen die vier zur Produktpiraterie? Warum gibt es sie? Wer hat den Schaden, wer den Nutzen? Warum machen viele mit? Was kann man dagegen tun? Schreibt für jeden der vier Diskussionsteilnehmer eine Stellungnahme, zusammen höchstens zwei DIN-A4-Seiten lang.

### ★ Mehr zum Thema

Informationen zur Markenpiraterie: [www.markenverband.de](http://www.markenverband.de) und [www.markenpiraterie-apm.de](http://www.markenpiraterie-apm.de)

Copyrights und Urheberschaft: [www.respectcopyrights.de](http://www.respectcopyrights.de)

Informationen rund um das Thema Plagiate: [www.original-ist-genial.de](http://www.original-ist-genial.de)

Broschüre »Produkt- und Markenpiraterie geht uns alle an«: [www.bmj.de](http://www.bmj.de)

Comics zum Thema Urheberrecht: <http://remus-schule.jura.uni-saarland.de>

Sek. II

## Meine Schule als Marke

Klassen 11 bis 12/13

### ★ Darum geht's

Dass Marken existieren, ist selbstverständlich. Viele Produkte sind aus unserem Leben nicht mehr wegzudenken. Aber welche Leistungen stecken eigentlich hinter einer Marke? Braucht es nur die zündende Idee, um mit einem Produkt einen Coup zu landen? Was zeichnet eine Marke aus? Denken Sie einmal an Ihre Schule: Ist sie nicht auch eine Marke? Was zeichnet Ihre Schule aus? Was sind ihre Stärken? Was macht sie bei ihren Schülern beliebt, und wie wird sie nach außen dargestellt? Vielleicht bietet sie einen speziellen Zweig an, oder das Schulklima ist besonders gut.

### ★ Das ist zu tun

Machen Sie Ihre Schule zu einer Marke. Stellen Sie die besonderen Merkmale zusammen, und überlegen Sie, was sie zu der besten Schule macht. Überlegen Sie dabei, wen Sie alles ansprechen möchten und welchen Nutzen die Interessenten haben können. Bestimmen Sie eine Zielgruppe, die Sie ansprechen möchten: z. B. Schülerinnen und Schüler oder Lehrer oder Eltern usw. Entwerfen Sie einen Werbetext, ein Logo oder einen Slogan für Ihre Schule. Alles zusammen sollte maximal zwei DIN-A4-Seiten lang sein.

### ★ Mehr zum Thema

Informationen zum Patent- und Markenrecht: [www.dpma.de](http://www.dpma.de) und [www.markenschutz-info.de](http://www.markenschutz-info.de)

Marken und ihre Geschichte sowie Tipps zur Namensfindung von Marken: [www.markenlexikon.com](http://www.markenlexikon.com)

Geschichte großer Marken und die Bedeutung ihrer Logos: [www.sz-magazin.sueddeutsche.de](http://www.sz-magazin.sueddeutsche.de), dort unter Magazinwelt/Galerie der Marken

Tipps und Trends für Werbetexte: [www.slogans.de](http://www.slogans.de)