

## Zelle Aufgabe 5

**1 In und Out: Markentreue ist wichtig bei Jugendlichen – und kostet viel Geld**

2 Der 14-jährige Jonas meint locker: „Wer in der Schule keine Markenklamotten trägt, ist  
3 bei den anderen untendurch!“ Wie Jonas geht es offenbar auch vielen anderen  
4 Jugendlichen im Alter von 12 bis 18. Markentreue ist in den letzten Jahren immer  
5 wichtiger bei Deutschlands Jugend geworden. Wenn Kleidung gekauft werden soll oder  
6 ein Computer – wenn es ums Naschen oder Trinken geht oder um andere Dinge  
7 des täglichen Gebrauchs: die Marke entscheidet immer öfter. Und immer öfter  
8 bestimmen die Jugendlichen auch mit, wenn es um größere Anschaffungen in der  
9 Familie geht, z. B. das neue Auto.

10 Markentreue ist mehr als ein Gefühl im Bauch. Es kostet viel Geld, auf den neuesten  
11 Konsumwellen zu reiten. Die Preisunterschiede zwischen Markenjeans und anderen Jeans  
12 betragen teilweise mehr als 100 %. Wer in sein will, braucht Kohle. Was „geil“, „hip“ und  
13 „cool“ ist, entscheidet die Gruppe oder Clique. Die Regeln sind rüde. Wenn Eltern nicht  
14 das Geld haben oder nicht bereit sind, ihre Sprösslinge mit dem Besten und Neuesten  
15 auszustatten, laufen sie Gefahr, aus den Jugendlichen Außenseiter zu machen.

16 Der größte Werbeträger für Kinder und Jugendliche ist das Fernsehen. Bereits morgens  
17 vor der Schule sitzen unzählige Teens vor der Glotze und erfahren in den großen  
18 Werbeblöcken, aber auch auf Musikvideokanälen und in Daily Soaps, welche Marken gut  
19 und wertvoll sind, was in und was out ist.

20 Der 15-jährigen Peggy allerdings ist „Markengetue“ ziemlich egal: „Ich suche mir meine  
21 Freunde nicht danach aus, was sie anhaben oder wie viel Geld sie für Marken ausgeben.“  
22 Und Peggy scheint bei ihren Mitschülern durchaus beliebt zu sein. Sie ist Schulsprecherin  
23 und macht bei der Schülerzeitung mit. Peggy sagt: „Wer mich nicht ohne Marken-  
24 klamotten will, kann mir ohnehin gestohlen bleiben.“ Wenn nur alle so denken würden!

**Frage 1:****Wie lässt sich der Text gliedern?**

- A Markentreue – Kosten der Markentreue – Werbung
- B Die Clique – Fernsehen – Markenklamotten – Anschaffungen
- C Daily Soaps – Markentreue – Familie
- D Die Marke entscheidet – Kosten der Markentreue – Werbung – Persönlichkeit entscheidet

**Frage 2:****Welche Aussagen stimmen mit dem Text überein?**

- A Der Text macht Werbung für Markenklamotten.
- B Der Text beleuchtet die Kosten der Markentreue.
- C Der Text will davon überzeugen, andere nicht nur nach Äußerlichkeiten zu beurteilen.

**Frage 3:****Wie viele Wörter mit einem Dehnungs-h findest du in dem ersten halben Markentitel?**

## Lösungsseite

## zu Frage 1

- ① Frage 1 macht dir Vorschläge für eine Gliederung des Textes, du sollst herausfinden, welche passt: A, B, C oder D.
- ② Statt *Gliederung* könnte man auch sagen, dass du für jeden Abschnitt eine Unterüberschrift finden sollst. Wie viele Abschnitte sind es?
- ③ Der Text ist in 4 Abschnitte gegliedert. Was siehst du also gleich, wenn du die Frage anschaust?
- ④ Zwei Gliederungen scheiden gleich aus.
- ⑤ A hat nur Überschriften für drei Absätze. Die drei Überschriften passen aber einigermaßen.
- ⑥ Aber A scheidet aus, weil es nur drei Überschriften hat. Und C hat auch nur drei – und die auch noch in der falschen Reihenfolge, denn wo kommt erst die Daily Soap?
- ⑦ Die Daily Soap kommt erst in Zeile 18. C scheidet also auch aus. Kontrolliere jetzt B!
- ⑧ Wo kommt der erste Begriff – *die Clique* – vor? Lies den Text noch einmal!
- ⑨ In Abschnitt 2 (Zeile 13). Kontrolliere zur Sicherheit noch den zweiten Begriff: *Fernsehen*.
- ⑩ Das kommt in Abschnitt 3 vor (Zeile 16). Also scheidet auch B aus!
- ⑪ Übrig bleibt also D. Kontrolliere, ob die Überschriften stimmen!
- ⑫ Die Marke entscheidet. Findest du im 1. Abschnitt eine solche Aussage?
- ⑬ Nicht wörtlich in Zeile 2/3 und wörtlich in Zeile 7. Und: *Kosten der Markentreue?*
- ⑭ Zeile 10: „Es kostet viel Geld ...“ Und die vierte Überschrift: *Persönlichkeit entscheidet*.
- ⑮ Das steht nicht wörtlich da. Lies die Aussagen über Peggy: Passt die Überschrift trotzdem?
- ⑯ Ja. Peggy ist beliebt, weil sie selbstbewusst ist. Antwort D ist also richtig.

## zu Frage 2

- ① Du hast drei Aussagen: A, B, C. Du sollst sagen, ob sie zum Text passen. Das bedeutet: Alle drei können stimmen oder zwei oder auch eine – oder keine. Lies also Aussage A und den Text!
- ② Wenn Aussage A richtig wäre, müsste der Text behaupten, dass es gut und richtig ist, nur Markenklamotten zu kaufen. Tut er das?
- ③ Nein, er sagt genau das Gegenteil (siehe Zeile 20–24). Also ist A falsch. – Und B?
- ④ Zu Aussage B: Schau dir die Überschrift an! Wo steht das noch?
- ⑤ In Zeile 12: *Wer in sein will, braucht Kohle*. B ist also richtig. – Und C?
- ⑥ Lies den letzten Abschnitt. Passt der zu Aussage C?
- ⑦ Ja, vor allem der letzte Satz (Zeile 24). Also: Aussage C stimmt auch.

## zu Frage 3

- ① Du suchst in Zeile 1–15 nach Wörtern mit Dehnungs-h, also einem h, das einen Vokal verlängert.
  - ② Vor dem h muss also ein Vokal stehen. Deshalb suchst du ah, eh, ih, oh, uh oder äh, öh, üh.
  - ③ Nimm einen Stift und unterstreiche diese Stellen. Probiere dann aus, ob diese Wörter mit langem Vokal gesprochen werden.
  - ④ Es sind insgesamt 9 Wörter, eines kommt dreimal vor, also 7 verschiedene!
- Lösung: 14-jährige (Zeile 2), Jahren (Zeile 4), geht (Zeile 5, 6, 8),  
 (Zeile 10), mehr (Zeile 12), Kohle (Zeile 12)