

Deutsch lernen und unterrichten – Arbeitsmaterialien

## Video-Thema – Manuskript & Glossar

### DAS KIND ALS KONSUMENT

Es gibt Forschungsinstitute, die die Wirkung von Werbung auf Kinder und Jugendliche untersuchen. Diese Zielgruppe kann 2009 insgesamt etwa 20 Milliarden Euro ausgeben. Marktforscherin Denise Ullrich arbeitet für iconkids & youth. Sie testet zum Beispiel, wie Pudding-Marken bei Kindern ankommen. Das Institut forscht für verschiedene Organisationen wie z.B. die Lebensmittelindustrie, Krankenkassen oder Ministerien. Die Industrie weiß: Kinder kaufen sich für ihr Taschengeld gerne Süßigkeiten. Jugendliche geben es z.B. für Mode aus. Marktforscherin Denise Ullrich glaubt, dass es wichtig ist herauszufinden, was Kinder und Jugendliche mögen. Denn wenn man ihnen ein neues Produkt vorstellt, dann muss es gleich im ersten Moment gut sein. Eine zweite Chance bekommt es auf dem Markt meist nicht.

### MANUSKRIFT ZUM VIDEO

SPRECHER:

Hier geht's um **Pudding**. Dies ist ein Test, wie Werbung bei der **Zielgruppe ankommt**. Den **Spot** können diese 10-Jährigen bereits mitsingen, aber nur eine von acht Testpersonen hat das Produkt auch schon probiert.

KIND 1:

"Es schmeckt schon gut."

DENISE ULLRICH (Marktforscherin bei iconkids & youth):

"Was glaubt man denn, wie der ist, wenn man die Werbung so gesehen hat?"

KIND 2:

"Irgendwie so Pudding halt."

DENISE ULLRICH:

"Ganz normaler Pudding?"

SPRECHER:

Wie normal darf Kinder-Pudding sein? Auch das will man hier wissen, beim Forschungsinstitut "iconkids & youth".

DENISE ULLRICH:

"Was ist denn da lustig dran? Wie die aussehen oder was die so machen?"

**Ihr Deutsch ist unser Auftrag!**

DW-WORLD.DE/deutschaktuell

© Deutsche Welle

## Deutsch lernen und unterrichten – Arbeitsmaterialien

### Video-Thema – Manuskript & Glossar

SPRECHER:

Die Münchner haben **sich** auf die **Befragung** von Kindern und Jugendlichen **spezialisiert**, auf die 6 bis 19-Jährigen. Und die **haben** in Deutschland in diesem Jahr – so **schätzen** die Münchner Forscher nach eigenen **Erhebungen** – eine Summe von über 20 Milliarden Euro **zur Verfügung**.

DENISE ULLRICH:

"Na, also wir forschen für die Lebensmittelindustrie genauso wie für Krankenkassen, Ministerien, **Stiftungen, querbeet**, eigentlich alle, die junge Zielgruppen als ihre Zielgruppe auch mit sehen und da ein bisschen Hilfe und Unterstützung brauchen."

REPORTER:

"Das heißt, Sie testen, wie **verführbar** die Kinder für die Industrie sind?"

DENISE ULLRICH:

"Nicht unbedingt wie verführbar, sondern wie man sie am besten erreichen kann, wie man sie am besten **ansprechen** kann, wie Produkte sein sollen, damit man **den Nerv** oder das, was die Kinder interessiert, am besten **trifft**."

SPRECHER:

Sie interessieren sich nicht mehr für Pudding. Leonie, Sophie und Cosima. Sie sind 13 und 14 Jahre alt. Berliner Teenager auf **Shopping-Tour**.

SOPHIE:

"Ja, das finde ich jetzt auch ganz schön, weil's gestreift ist."

LEONIE:

"Die Farben sind cool."

SOPHIE:

"Ja. Gefällt mir."

REPORTER:

"Was kostet das?"

SOPHIE:

"**Guck mal nach**."

LEONIE:

"Ich glaub 59. 59,90."

**Ihr Deutsch ist unser Auftrag!**

DW-WORLD.DE/deutschaktuell

## Deutsch lernen und unterrichten – Arbeitsmaterialien

### Video-Thema – Manuskript & Glossar

SOPHIE:

"Ja. 59,90."

COSIMA:

"**Heutzutage** haben auch einfach die Jugendlichen mehr Geld als früher. Und ich mein', früher war auch alles natürlich billiger und so."

LEONIE:

"Wenn eine Freundin dann ein cooles T-Shirt hat oder so und man denkt: 'Oh, jetzt hat die schon wieder was Neues', und ich könnte ja eigentlich auch mal wieder was einkaufen, aber ich denk' mir dann auch immer, ne, ich heb' mein Geld lieber ... irgendwie ein bisschen ... **spar' mein Geld zusammen** für Reisen oder so was."

DENISE ULLRICH:

"Wer hat das schon mal gegessen? Arm hoch!"

SPRECHER:

Zurück zum Pudding.

KIND 3:

"Da kann ich noch **widerstehen**. Bei den Chips kann ich nicht widerstehen."

SPRECHER:

Den größten Teil ihres **Taschengeldes** geben die Zehnjährigen, **laut Umfragen**, für **Süßigkeiten** aus. Und Pudding lassen sie sich auch gern von den Eltern kaufen.

DENISE ULLRICH:

"Ist genau dasselbe. Welchen würdet ihr denn **eher** kaufen? Also stellt euch vor, ihr geht einkaufen."

KIND 4:

"Den Paula-Pudding."

DENISE ULLRICH:

"Den Paula-Pudding?"

KIND 5:

"Ja! Paula!"

**Ihr Deutsch ist unser Auftrag!**

DW-WORLD.DE/deutschaktuell

Deutsch lernen und unterrichten – Arbeitsmaterialien

## Video-Thema – Manuskript & Glossar

DENISE ULLRICH:

"Man hat auch bei Kindern nur eine Chance. Man muss, wenn man **in den Markt eintritt**, mit dem richtigen Produkt da sein und sie richtig ansprechen. Wenn man **sich** da **vertut** – ein Kind probiert kein zweites Mal. Wenn man beim ersten Mal merkt, der Schokopudding schmeckt nicht, wird man, auch wenn die Werbung jetzt plötzlich viel **toller** ist, nicht ein zweites Mal **zugreifen**. Also das Produkt muss **stimmen** beim ersten Versuch gleich."

SPRECHER:

Markennamen, sagen die Münchner Forscher, können schon von 5-Jährigen **zugeordnet** werden. Und dass viele Mädchen sich spätestens ab 13 für Mode interessieren, auch darüber haben sie **Statistiken**. Kinder sind keine einfachen Kunden, **Teenager** schon gar nicht. Auch wenn sie in diesem Jahr etwas weniger Geld zur Verfügung haben, sie geben es gleich wieder aus. Aus diesem Grund hat die Wirtschaft sie schon lange als Zielgruppe **erfasst**.

Deutsch lernen und unterrichten – Arbeitsmaterialien

## Video-Thema – Manuskript & Glossar

### GLOSSAR

**Pudding, der** – eine süße Creme, die man zum Nachtisch isst

**Zielgruppe, die** – eine bestimmte Gruppe von Menschen im gleichen Alter oder mit gleichen Interessen

**etwas kommt an** – man findet etwas gut

**Spot, der** – eine Werbung im Radio oder im Fernsehen

**Befragung, die** – eine Untersuchung, bei der man mehreren Personen die gleichen Fragen stellt

**sich auf etwas spezialisieren** – hier: nur eine Sache untersuchen

**schätzen** – hier: eine ungefähre Zahl sagen; vermuten

**Erhebung, die** – das Sammeln von Informationen, z.B. durch eine Befragung

**jemand hat etwas zur Verfügung** – jemand hat etwas; jemand kann etwas benutzen

**Stiftung, die** – eine Organisation, die Geld für ein bestimmtes Projekt sammelt

**querbeet** – in allen Bereichen

**verführbar** – einfach zu überzeugen

**jemanden ansprechen** – hier: so sein, dass jemand etwas gut findet

**den Nerv von jemandem treffen** – genau das finden, was jemand mag

**Shopping-Tour, die** – ein Stadtbesuch, bei dem man einkaufen geht

**etwas nachgucken** – etwas prüfen

**heutzutage** – in der heutigen Zeit

**sein Geld zusammensparen** – sparen

**einer Sache widerstehen** – "nein" zu einer Sache sagen

**Ihr Deutsch ist unser Auftrag!**

DW-WORLD.DE/deutschaktuell

Deutsch lernen und unterrichten – Arbeitsmaterialien

## Video-Thema – Manuskript & Glossar

**Taschengeld, das** – Geld, das Kinder regelmäßig von ihren Eltern bekommen

**laut** – hier: nach Angaben von; wie jemand gesagt oder geschrieben hat

**Umfrage, die** – → die Befragung

**Süßigkeit, die** – etwas Süßes (z.B. Schokolade oder Bonbons)

**eher** – lieber

**in den Markt eintreten** – ein neues Produkt auf den Markt bringen

**sich vertun** – umgangssprachlich: sich irren, einen Fehler machen

**toll** – super

**zugreifen** – etwas nehmen

**stimmen** – hier: richtig sein

**etwas zuordnen** – hier: etwas erkennen

**Statistik, die** – eine Liste von Zahlen, die zeigt, wie häufig bestimmte Dinge vorkommen

**Teenager, der** – ein/e Jugendliche/r von 13 bis 19 Jahren

**etwas oder jemanden erfassen** – etwas oder jemanden bemerken und beobachten