



Cary Steinmann & Laura Simon

**Ting!** ★★★★★

**Wie Marketing die Welt verführt**

ill. von Elina Braslina

Helvetiq 2020 · 64 S. · 19.90 · ab 10 · 978-3-907293-02-7

Marketing, das ist das Ting! an der Marke, das dich dazu bringt, etwas von ihr zu kaufen. Warum kaufen Leute die teuren Laufschuhe, obwohl es die gleichen, nur mit einem anderen Logo, auch für den halben Preis gibt? Vielleicht, weil einige Berühmtheiten diese Schuhe tragen oder weil die Leute im Fernsehwerbespot immer

so sportlich aussehen? Aber nicht nur im Fernsehen, auch im Radio, in der Zeitung, im Internet, auf Plakaten und in Sportstadien kann die Werbung laufen. Warum braucht man so viele verschiedene Werbungen? Und für wen ist die Werbung eigentlich gedacht? Wie viel von dem, was beworben wird, ist auch tatsächlich wahr, und was ist Betrug? Womit kann man werben? Warum braucht man überhaupt Werbung und ist Werbung das Gleiche wie Marketing? Wie viel Geld hängt da dran? Was für Marketingtricks und -strategien gibt es und ändern die sich mit dem angebotenen Produkt? Was ist Marktforschung, wie wird der Kunde durchleuchtet und manipuliert, gibt es jemanden, der das alles kontrolliert? Und wie soll man in dem ganzen Marketing-Dschungel noch das finden, was man wirklich haben will und das aussortieren, was einem aufgeschwätzt wurde?

Diese und noch viele weitere Fragen werden in diesem tollen Sachbuch für Kinder verständlich und anschaulich beantwortet. Das Buch ist durchgehend knallbunt illustriert und besteht aus Blöcken von Fließtext. Für die angepeilte Altersgruppe (laut dem Verlag sogar schon ab 8 Jahren) ist die Schriftgröße ein bisschen zu klein, aber da auch das Thema recht komplex ist, sollte sowieso ein Erwachsener beim Lesen mit dabei sein. Der Inhalt ist für alle Altersgruppen interessant, auch für Erwachsene; es werden Fachbegriffe eingeführt und es gibt sehr viele Beispiele aus allen möglichen Produktklassen.

Das Ganze ist in eine Minirahmenhandlung verpackt, in der die Hausmeisterin einer Schule zwei kleinen Jungs in einer Freistunde ganz viele Dinge über Marketing erklärt, weil der eine die Schuhe des anderen grundlos doof findet. Die Beispiele werden von der Hausmeisterin angeregt und die beiden Jungs ergänzen dann weitere Ideen oder stellen neue Fragen.





Die Themen sind nicht wie in den meisten Sachbüchern einer Doppelseite zugeordnet, sondern wechseln fließend vom einen ins andere. Zum Nachschlagen eignet sich das Buch nicht, aber man kann es getrost mehrmals lesen und jedes Mal über die Menge an Marketing in unserer Umgebung überrascht sein. Nur ganz wenige Dinge wird man bereits vorher schon vereinzelt im Unterricht oder in Wissenssendungen gehört haben, das meiste ist neu. Es ist schön, dass alles politisch sehr neutral gehalten und wirklich versucht wird, die Zielgruppe, ohne sie zu beeinflussen, darin auszubilden, eigene Entscheidungen zu fällen.

Das Sachbuch sollte zum festen Bestandteil des Medienkompetenzerwerbs junger (und älterer) Menschen werden. Jeder sollte lernen zu erkennen, wann der Kauf eines Produktes oder im Allgemeinen der eigene und unbeeinflusste Wille ist, und wann man etwas nur marionettenhaft nach-

plappert, weil das halt so gemacht, getragen, gegessen, gesagt ... wird und es einem von irgendwem eingepflanzt wurde.

Sehr gut zu empfehlen!