# Werbung wirkt mehr, als man denkt

**B1.1 - KONSUM UND GELD**

## Wortschatz zum Text

| Deutsch | Englisch / Erklärung |
|---|---|
| **die Werbung** | advertising |
| **die Wirkung** | effect |
| **das Produkt** | product |
| **die Marke** | brand |
| **die Entscheidung** | decision |
| **der Wunsch** | wish / desire |
| **das Bedürfnis** | need |
| **das Angebot** | offer |
| **der Rabatt** | discount |
| **die Anzeige** | advertisement |
| **der Beitrag** | post |
| **die Zielgruppe** | target group |
| **die Empfehlung** | recommendation |
| **die Aufmerksamkeit** | attention |

| Deutsch | Englisch / Erklärung |
|---|---|
| **der Eindruck** | impression |
| **verlockend** | tempting |
| **bewusst** | conscious / mindful |
| **unbewusst** | unconscious |
| **glaubwürdig** | credible |
| **beeinflussen** | to influence |
| **etwas kaufen** | to buy something |
| **etwas brauchen** | to need something |
| **etwas vergleichen** | to compare something |
| **auf Werbung achten** | to pay attention to advertising |
| **eine Rolle spielen** | to play a role |

*Meine zusätzlichen Wörter / Notizen:*

| | |
|---|---|
| | |
| | |
| | |

# Werbung wirkt mehr, als man denkt

**B1.1 - KONSUM UND GELD**

Mia behauptet oft, dass Werbung bei ihr nicht funktioniert. Wenn im Fernsehen ein neues Getränk gezeigt wird oder im Internet ein Paar Schuhe besonders cool aussieht, sagt sie: „So etwas beeinflusst mich nicht." Sie findet, dass sie selbst entscheidet, was sie kauft. Werbung sei nur für Menschen, die nicht nachdenken.

An einem Freitag geht Mia nach der Schule mit ihrer Freundin Toni in die Stadt. Eigentlich wollen sie nur ein Geschenk für eine Mitschülerin kaufen. Im Schaufenster eines Geschäfts sieht Mia eine Tasche. Sie ist nicht besonders groß und auch nicht sehr praktisch, aber sie hat eine Farbe, die Mia sofort gefällt. Daneben steht ein Schild: „Nur heute: 30 Prozent Rabatt." Mia bleibt stehen.

Toni merkt es und lacht: „Ich dachte, Werbung wirkt bei dir nicht." Mia antwortet, dass ein Rabatt keine Werbung sei, sondern eine gute Gelegenheit. Trotzdem geht sie nicht sofort hinein. Sie weiß, dass sie bereits zwei Taschen zu Hause hat. Eine davon benutzt sie fast nie. Aber das Schild im Schaufenster macht den Kauf plötzlich dringend. Morgen wäre die Tasche teurer. Vielleicht bereut sie es dann.

Später im Café sprechen die beiden darüber. Toni erzählt, dass Werbung nicht immer laut und offensichtlich sein muss. Manchmal ist es nur ein Satz wie „nur heute", ein schönes Foto oder eine Person, die ein Produkt sympathisch zeigt. Mia findet das interessant, aber sie bleibt skeptisch. Sie sagt, dass sie die Tasche wirklich schön findet und nicht nur wegen des Rabatts kaufen möchte.

Am Abend sieht Mia auf ihrem Handy zufällig eine Anzeige für genau diese Tasche. Sie wundert sich zuerst. Dann erinnert sie sich, dass sie die Tasche im Online-Shop kurz gesucht hatte, um den Preis zu vergleichen. Plötzlich sieht sie die Tasche überall: zwischen Videos, in einer Story und sogar auf einer Webseite mit Nachrichten. Mia fühlt sich, als würde das Produkt sie verfolgen.

Am nächsten Tag möchte Mia die Tasche fast kaufen. Doch bevor sie losgeht, macht sie etwas, das Toni ihr vorgeschlagen hat. Sie schreibt drei Fragen auf: Brauche ich die Tasche wirklich? Würde ich sie auch ohne Rabatt kaufen? Habe ich etwas Ähnliches schon zu Hause? Die Antworten sind nicht ganz angenehm. Sie braucht die Tasche nicht wirklich. Ohne Rabatt hätte sie sie wahrscheinlich nicht beachtet. Und ja, sie hat etwas Ähnliches.

Trotzdem verschwindet der Wunsch nicht sofort. Mia merkt, dass Werbung nicht einfach einen Befehl gibt. Sie flüstert eher: „Das passt zu dir. Das macht dich ein bisschen besonderer. Diese Chance kommt nicht wieder." Genau das macht Werbung so stark. Sie spricht nicht nur den Verstand an, sondern auch Gefühle.

Am Montag berichtet Mia in der Klasse von ihrer Erfahrung. Einige lachen, weil sie ähnliche Situationen kennen. Ein Schüler erzählt, dass er Sportschuhe gekauft hat, weil sein Lieblingsspieler sie getragen hat. Eine andere Schülerin sagt, dass sie oft Dinge kauft, wenn sie in Videos besonders schön gezeigt werden. Die Lehrerin schreibt an die Tafel: „Werbung verkauft nicht nur Produkte, sondern auch Gefühle."

Mia kauft die Tasche am Ende nicht. Das heißt nicht, dass sie nie wieder auf Werbung reagieren wird. Aber sie versteht jetzt besser, wie Werbung wirkt. Sie kann Wünsche stärker machen, Entscheidungen beschleunigen und Dinge wichtiger erscheinen lassen, als sie sind. Mia findet nicht, dass Werbung automatisch schlecht ist. Manchmal informiert sie auch über gute Angebote. Aber sie weiß jetzt: Wenn sie plötzlich denkt, dass sie etwas unbedingt braucht, lohnt es sich, kurz zu warten und nach dem echten Grund zu fragen.

## Fragen zum Text

1. Was behauptet Mia am Anfang über Werbung?

2. Warum gehen Mia und Toni am Freitag in die Stadt?

3. Was sieht Mia im Schaufenster?

4. Was steht auf dem Schild neben der Tasche?

5. Warum findet Toni die Situation lustig?

6. Warum wirkt der Rabatt auf Mia so stark?

7. Was erklärt Toni im Café über Werbung?

8. Warum sieht Mia die Tasche später überall auf dem Handy?

9. Welche drei Fragen schreibt Mia auf?

10. Was merkt Mia über Werbung?

11. Was schreibt die Lehrerin an die Tafel?

12. Was entscheidet Mia am Ende?

## Multiple Choice

**1. Was denkt Mia am Anfang über Werbung?**

- [ ] A) Werbung beeinflusst sie nicht.
- [ ] B) Werbung ist immer informativ.
- [ ] C) Werbung ist nur im Fernsehen wichtig.
- [ ] D) Werbung hilft ihr bei jeder Entscheidung.

**2. Warum bleibt Mia vor dem Schaufenster stehen?**

- [ ] A) Sie sieht eine Tasche, die ihr gefällt.
- [ ] B) Toni möchte die Tasche kaufen.
- [ ] C) Sie sucht den Ausgang.
- [ ] D) Sie erkennt ihre Mitschülerin im Geschäft.

**3. Was macht den Kauf für Mia besonders verlockend?**

- [ ] A) Die Tasche ist die einzige im Geschäft.
- [ ] B) Die Tasche ist nur heute reduziert.
- [ ] C) Toni hat dieselbe Tasche.
- [ ] D) Die Tasche ist kostenlos.

**4. Warum sagt Mia, dass der Rabatt keine Werbung sei?**

- [ ] A) Sie möchte sich nicht eingestehen, dass sie beeinflusst wird.
- [ ] B) Sie kennt das Wort Rabatt nicht.
- [ ] C) Sie hat keine Tasche zu Hause.
- [ ] D) Sie möchte Toni ärgern.

**5. Was erklärt Toni über Werbung?**

- [ ] A) Werbung wirkt nur, wenn sie laut ist.
- [ ] B) Werbung kann auch durch kleine Signale und Gefühle wirken.
- [ ] C) Werbung gibt es nur im Internet.
- [ ] D) Werbung ist immer ehrlich.

**6. Warum sieht Mia später Anzeigen für dieselbe Tasche?**

- [ ] A) Weil sie den Preis im Online-Shop gesucht hat.
- [ ] B) Weil Toni ihr die Anzeigen schickt.
- [ ] C) Weil die Lehrerin die Tasche empfiehlt.
- [ ] D) Weil die Tasche in der Schule verkauft wird.

**7. Welche Frage hilft Mia besonders beim Nachdenken?**

- [ ] A) Würde ich die Tasche auch ohne Rabatt kaufen?
- [ ] B) Welche Farbe findet Toni am schönsten?
- [ ] C) Wie viele Menschen besitzen diese Tasche?
- [ ] D) Kann ich die Tasche morgen verstecken?

**8. Was versteht Mia über die Wirkung von Werbung?**

- [ ] A) Werbung spricht oft Gefühle an.
- [ ] B) Werbung wirkt nur auf Erwachsene.
- [ ] C) Werbung funktioniert nie im Internet.
- [ ] D) Werbung ist immer leicht zu erkennen.

**9. Was zeigt das Klassengespräch?**

- [ ] A) Nur Mia lässt sich von Werbung beeinflussen.
- [ ] B) Viele kennen ähnliche Situationen mit Werbung.
- [ ] C) Niemand interessiert sich für Konsum.
- [ ] D) Die Lehrerin verbietet Werbung.

**10. Was ist Mias Entscheidung am Ende?**

- [ ] A) Sie kauft die Tasche sofort.
- [ ] B) Sie kauft zwei Taschen wegen des Rabatts.
- [ ] C) Sie kauft die Tasche nicht und denkt bewusster nach.
- [ ] D) Sie möchte nie wieder einkaufen gehen.

## Ordne zu

| A | B |
|---|---|
| Mia behauptet zuerst, | dass Werbung bei ihr nicht funktioniert. |
| Die Tasche im Schaufenster fällt Mia auf, | weil ihr die Farbe sofort gefällt. |
| Das Schild „Nur heute“ wirkt stark, | weil der Kauf plötzlich dringend erscheint. |
| Toni erklärt Mia, | dass Werbung nicht immer laut sein muss. |
| Mia sieht die Tasche später überall, | weil sie online nach dem Preis gesucht hat. |
| Die drei Fragen helfen Mia, | den echten Grund ihres Wunsches zu prüfen. |
| Werbung verkauft oft nicht nur Produkte, | sondern auch Gefühle und Vorstellungen. |
| Mia kauft die Tasche nicht, | weil sie merkt, dass sie sie nicht wirklich braucht. |

## Bringe in die richtige Reihenfolge

| Nr. | Satz / Ereignis | Reihenfolge |
|---|---|---|
| **1.** | Mia sieht später Anzeigen für dieselbe Tasche auf ihrem Handy. | |
| **2.** | Mia behauptet, dass Werbung bei ihr nicht funktioniert. | |
| **3.** | Toni erklärt, dass Werbung auch leise und unauffällig wirken kann. | |
| **4.** | Mia sieht im Schaufenster eine reduzierte Tasche. | |
| **5.** | Mia schreibt drei Fragen auf, bevor sie eine Entscheidung trifft. | |
| **6.** | In der Klasse sprechen mehrere über ähnliche Erfahrungen. | |
| **7.** | Mia entscheidet, die Tasche nicht zu kaufen. | |
| **8.** | Mia merkt, dass sie schon ähnliche Taschen zu Hause hat. | |

## Finde den Fehler im Inhalt

1. Mia glaubt von Anfang an, dass Werbung sie sehr stark beeinflusst.

2. Mia und Toni gehen in die Stadt, um neue Kopfhörer zu kaufen.

3. Die Tasche ist besonders praktisch und sehr groß.

4. Neben der Tasche steht, dass sie erst nächste Woche reduziert ist.

5. Toni sagt, dass Werbung nur im Fernsehen funktioniert.

6. Mia sieht später keine Werbung mehr für die Tasche.

7. Mia merkt, dass sie keine ähnliche Tasche besitzt.

8. Am Ende kauft Mia die Tasche sofort, weil sie reduziert ist.

## Schreibaufgabe

**90-120 Wörter**

*Schreibe über eine Werbung, ein Angebot oder einen Rabatt, der dich schon einmal beeinflusst hat oder beeinflussen könnte. Was war daran verlockend? Erkläre, ob du das Produkt wirklich gebraucht hättest und welche Fragen man sich vor dem Kauf stellen sollte.*

# Lösungen

## Fragen zum Text

1. Mia behauptet, dass Werbung bei ihr nicht funktioniert und sie selbst entscheidet, was sie kauft.
2. Sie gehen in die Stadt, weil sie ein Geschenk für eine Mitschülerin kaufen wollen.
3. Mia sieht eine Tasche, die ihr wegen der Farbe sofort gefällt.
4. Auf dem Schild steht: „Nur heute: 30 Prozent Rabatt.“
5. Toni findet die Situation lustig, weil Mia vorher gesagt hatte, dass Werbung bei ihr nicht wirkt.
6. Der Rabatt wirkt stark, weil die Tasche dadurch plötzlich wie eine dringende Gelegenheit erscheint.
7. Toni erklärt, dass Werbung nicht immer laut sein muss, sondern auch durch Sätze, Bilder oder sympathische Personen wirken kann.
8. Sie sieht die Tasche überall, weil sie den Online-Shop besucht und den Preis verglichen hat.
9. Sie fragt sich, ob sie die Tasche wirklich braucht, ob sie sie auch ohne Rabatt kaufen würde und ob sie etwas Ähnliches schon besitzt.
10. Mia merkt, dass Werbung nicht einfach befiehlt, sondern Gefühle anspricht und Wünsche stärker macht.
11. Die Lehrerin schreibt: „Werbung verkauft nicht nur Produkte, sondern auch Gefühle.“
12. Mia entscheidet, die Tasche nicht zu kaufen und in Zukunft bewusster über den echten Grund eines Wunsches nachzudenken.

## Multiple Choice

1. A) Werbung beeinflusst sie nicht.
2. A) Sie sieht eine Tasche, die ihr gefällt.
3. B) Die Tasche ist nur heute reduziert.
4. A) Sie möchte sich nicht eingestehen, dass sie beeinflusst wird.
5. B) Werbung kann auch durch kleine Signale und Gefühle wirken.
6. A) Weil sie den Preis im Online-Shop gesucht hat.
7. A) Würde ich die Tasche auch ohne Rabatt kaufen?
8. A) Werbung spricht oft Gefühle an.
9. B) Viele kennen ähnliche Situationen mit Werbung.
10. C) Sie kauft die Tasche nicht und denkt bewusster nach.

## Zuordnung

1. 1. Mia behauptet zuerst — dass Werbung bei ihr nicht funktioniert.
2. 2. Die Tasche im Schaufenster fällt Mia auf — weil ihr die Farbe sofort gefällt.

# Lösungen

## Zuordnung (Fortsetzung)

3. 3. Das Schild „Nur heute“ wirkt stark — weil der Kauf plötzlich dringend erscheint.
4. 4. Toni erklärt Mia — dass Werbung nicht immer laut sein muss.
5. 5. Mia sieht die Tasche später überall — weil sie online nach dem Preis gesucht hat.
6. 6. Die drei Fragen helfen Mia — den echten Grund ihres Wunsches zu prüfen.
7. 7. Werbung verkauft oft nicht nur Produkte — sondern auch Gefühle und Vorstellungen.
8. 8. Mia kauft die Tasche nicht — weil sie merkt, dass sie sie nicht wirklich braucht.

## Reihenfolge

1. 1. Mia behauptet, dass Werbung bei ihr nicht funktioniert.
2. 2. Mia sieht im Schaufenster eine reduzierte Tasche.
3. 3. Toni erklärt, dass Werbung auch leise und unauffällig wirken kann.
4. 4. Mia sieht später Anzeigen für dieselbe Tasche auf ihrem Handy.
5. 5. Mia schreibt drei Fragen auf, bevor sie eine Entscheidung trifft.
6. 6. Mia merkt, dass sie schon ähnliche Taschen zu Hause hat.
7. 7. In der Klasse sprechen mehrere über ähnliche Erfahrungen.
8. 8. Mia entscheidet, die Tasche nicht zu kaufen.

## Fehler finden

1. Mia behauptet am Anfang, dass Werbung bei ihr nicht funktioniert.
2. Mia und Toni gehen in die Stadt, um ein Geschenk für eine Mitschülerin zu kaufen.
3. Die Tasche ist nicht besonders groß und nicht sehr praktisch, aber Mia gefällt die Farbe.
4. Neben der Tasche steht: „Nur heute: 30 Prozent Rabatt.“
5. Toni sagt, dass Werbung auch durch Sätze, schöne Bilder oder sympathische Personen wirken kann.
6. Mia sieht später auf ihrem Handy mehrfach Anzeigen für genau diese Tasche.
7. Mia merkt, dass sie bereits etwas Ähnliches zu Hause hat.
8. Am Ende kauft Mia die Tasche nicht.