|  |
| --- |
|  |

**Aufgabe 1**

Was kommt Ihnen beim Begriff «Marke» in den Sinn? Notieren Sie sechs Begriffe in die Tabelle A.

Lösen diese Begriff bei Ihnen ein positives (+), negatives (-) oder gar kein (0) Empfinden aus? Setzen Sie in die entsprechende Spalte ein X.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **A: Persönlich** | | | |
| Begriffe | Empfinden | | |
| **+** | **-** | **0** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **B: Klasse** | | | |
| Begriffe | Empfinden | | |
| **+** | **-** | **0** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**Aufgabe 2**

Welche sechs Begriffe kamen in der Klasse am häufigsten vor? Mit welchem Empfinden? Tragen Sie die Ergebnisse der Klasse in Tabelle B zusammen.

**Aufgabe 3**

Was bezeichnen Sie als Markenartikel? Kreuzen Sie die Aussagen an, welche für Markenartikel zutreffen.

 Markenartikel geben dem Konsumenten Sicherheit bei der Wahl des Produktes.

 Markenartikel locken mit tiefen Preisen.

 Mit intensiver Werbung schaffen Markenartikel einen Wiedererkennungseffekt bei Konsumenten.

 Markenartikel passen sich veränderten Konsumbedürfnissen schnell an.

 Markenartikel haben einen hohen Bekanntheitsgrad.

 In der Angebotsvielfalt bieten Markenartikel eine Orientierungshilfe.

 Ökologische Produktion ist ein Kennzeichen von Markenartikeln.

 Markenartikel verfügen über einen rechtlichen Schutz vor Nachahmung.

 Dank ihrem Bekanntheitsgrad erübrigt sich intensive Werbung.

 Markennamen oder Markenzeichen rufen beim Kunden bestimmte Vorstellungen hervor.

**Aufgabe 4**

Verfassen Sie mit Hilfe der richtigen Antworten aus der Aufgabe 3 eine persönliche Definition des

Begriffs «Marke».

**Aufgabe 5**

Marken haben eine Geschichte. Bringe Sie die Sätze des nachfolgenden Textes in eine sinnvolle Reihenfolge, indem Sie diese laufend nummerieren.

**1** Bereits im Mittelalter begannen Handwerkerzünfte bestimmte Zeichen zur Unterscheidung verschiedener Gewerbe zu verwenden.

\_\_\_ Zeitungen vermitteln bei dieser Entwicklung mit Annoncen den Kontakt zwischen den Produzenten von Massengütern und den Verbrauchern.

\_\_\_ Geeignetes Verpackungsmaterial erfüllte nicht nur vertriebstechnische Anforderungen (Portionierung, Versand, Lagerung). Es diente auch als Werbeträger, welches in der Wahrnehmung des Käufers das Produkt einzigartig machte.

\_\_\_ Erst Mitte des 19. Jahrhunderts entstanden nach heutigem Verständnis die ersten Markenartikel im Bereich Konsumgüter.

**6** Infolge der rasant wachsenden Bevölkerungszahl entstanden neue Absatzmärkte und eine Vielzahl neuer Konsumenten.

\_\_\_ Zunehmende Fälle unrechtmässiger Nachahmungen und Fälschungen führten schliesslich zu den ersten Markenschutzgesetzen.

\_\_\_ Mit dem Aufkommen der Manufakturen dienten die auf den Waren angebrachten Zeichen der Herkunftsbestimmung und sicherten dem Abnehmer die Qualität zu.

\_\_\_ Ende des 19. Jahrhunderts förderten vor allem auch Fortschritte in der Chemie den Massenmarkt, weil nun die Herstellung von Artikeln wie Nahrungsmittel und Kleider in grossen Mengen bei gleichbleibender Qualität möglich war.

\_\_\_ Entscheidend dafür war die im Zuge der industriellen Revolution entwickelte Massenproduktion.

\_\_\_ Diese Zeichen waren aber nicht werbend gemeint, sondern ein Symbol der Zugehörigkeit zur jeweiligen Zunft.

\_\_\_ Diesen Qualitätsstand mussten die Produzenten den Konsumenten bewusst und glaubhaft machen.