

Bücherecke

Beitrag von „wolkenstein“ vom 19. Oktober 2003 17:39

Da anscheinend alle dafür sind, fang ich doch einfach mal mit der ersten Rezension an, das könnte ja dann in die neue Rubrik verschieben - geht das eigentlich, dass man dann in der Überschrift den Buchtitel sieht?

Sammelrezension Marketing und die Folgen

Naomi Klein, **No Logo**. Flamingo, 2000, bei Amazon neu und gebraucht für € 14.

In Auszügen geeignet für Englisch und Deutsch LK, ansonsten für die armen Lehrer, die sich darüber Gedanken machen, wie sie die "leidige" Medienkunde etwas aufpeppen können.

Klein stellt wohlrecherchiert und spannend dar, wie sich die Strategien der Werbebranche in den 90ern von "einfacher" Werbung zum komplexen Lifestyle-Marketing entwickelt haben. Sie stellt dabei eine Verbindung her zwischen dem jobfressenden Globalisierungsdruck (die Herstellung wandert in Billiglohnländer ab, in denen z.T. mit Sklaverei-Methoden die eigentliche Ware zum Pfennig-Preis hergestellt wird) und der aggressiven Verschiebung zum umfassenden Marketing, das mit hohen Werbebudgets die Marke zur "Identität" erweitert. Da sie sich auch mit den für SuS interessanten Marken "Nike", "Adidas" etc. beschäftigt und Anleitung zur eigenen Recherche bietet (Tipp: <http://www.corpwatch.org>), auf jeden Fall gut schülerorientiert einsetzbar. Der zweite Teil, in dem sie Hoffnung bei den Globalisierungsgegnern sucht, fällt deutlich ab, aber das könnte daran liegen, dass noch niemandem eine vernünftige Lösung eingefallen ist...

Alissa Quart, **Branded. The buying and selling of teenagers**. Randomhouse 2003, €12,50.

Ähnliches Thema und Spektrum wie oben. Vom Thema her fast noch wichtiger, da dieses Buch sich konkret mit auf Teenager ausgerichteten Marketingmethoden (peer-to-peer marketing, "in-group-strategies" etc.) und den Folgen bis hin zur Anorexie und der Brustvergrößerung der 14jährigen beschäftigt, leider deutlich schlechter recherchiert und geschrieben. Die Gedanken der Ex-"Jewish Princess" (jedenfalls hört sie sich so an) führen zum Teil doch eher zu Gewäsch, aber die Informationen, die sich herausklauben lassen, sind sehr brauchbar.

John Strauber et.al. **Toxic Sludge is good for you. Lies, damn lies and the public relations industry**. Common courage press, 1995, € 27.31.

Und nochmal marketing, diesmal aber dank der Kapiteileinteilung wirklich gut in Auszügen lesbar. Gibt kurze, prägnante Überblicke über PR-Campagnien der Tabakkonzerne, der Atomindustrie, der Klärschlammabfuhr zur Felddüngung und anderer Höhepunkte der PR-Geschichte. Gerade zur Einführung subtilerer Marketingmethoden wie grassroots-Lobbying,

Rufmord und strategisch geschickt eingesetzte "Wissenschaft" sehr brauchbar.

Ein Wort zu allen dreien - man hört immer wieder die Klage, die lieben SuS seien so schwer für was zu begeistern. Wundert mich nicht im Geringsten. Ich empfand schon meine Jugend als recht belagert, in den letzten 15 Jahren hat die marketingtechnische Ausbeutung der Kindheit noch mal exponentiell zugenommen. Wenn jede meiner rebellischen Äußerungen sofort vereinnahmt wird und mir gleichzeitig klar gemacht wird, in diesen harten Zeiten müsste man dazu gehören oder könnte betteln gehn - gut Nacht. Und da sehe ich für die Medienreihen an der Schule schon die Aufgabe, sich nicht über "Großaufnahme oder Totale" zu streiten, sondern wirklich etwas Licht in diesen Sumpf zu bringen.

Etwas verlegen ob des Sermons über mein Lieblingsthema,
w.