

Dazugehört, wer drei Streifen trägt

Projekt: Jugendliche diskutieren über Markenprodukte

Von Nicole Richter

Erfurt. (tlz) Sag mir, was du hast, und ich sag dir, wer du bist. Hast du ein Adidas-Shirt an oder eine Levis, ja dann bist du wer. Hast du ein Handy von Nokia, ebenso. Gerade bei Jugendlichen haben Markenprodukte einen sehr hohen Stellenwert. Doch warum ist das so? Warum ist es uncool in Kik-Klamotten rumzulaufen oder kein Handy zu besitzen? Warum fangen junge Mädchen und Jungs an zu klauen, weil sie sich eine Levis, ein Adidas-Shirt oder ein Nokia-Handy nicht leisten können, aber haben wollen - oder müssen? Diesen Fragen gehen jetzt sieben Jugendliche um die 16 nach - in einem Projekt des Kinderschutzbundes Thüringen und der Offenen Arbeit. "Dasein in der Markenwelt" heißt dies halbjährige LOS-Projekt und wird über das „Programm Soziale Stadt“ gefördert. Matthias Weiß von der Offenen Arbeit trifft sich einmal wöchentlich mit den Mädchen und Jungen, die zum „Teenie-Kreis“ des CVJM gehören. „Marken stellen etwas dar, finden die Jugendlichen. Ich kann sie mir leisten. Also gehöre ich dazu, haben mir die jungen Leute erklärt“, so Matthias Weiß. Während die Mädchen vor allem bei Kleidung und Kosmetik auf Markenprodukte achten, legen die Jungs Wert auf bekannte Marken bei technischen Dingen. „Billigmarken sind verpönt. Sie zeigen, dass man kein Geld hat“, zitiert Weiß die Jugendlichen, die untereinander in ihrem Teenie-Kreis auf Marken eigentlich gar keinen Wert legen, „aber an ihren Schulen ist es Thema, da will man sich anpassen, will dazu gehören“, berichtet Matthias Weiß. Marken bestimmen über Gruppenzugehörigkeit und Anschluss zu ihnen. Marken zeigen, aus welcher sozialen Schicht man kommt. Oft definieren sich Freundschaften über den Besitz von Marken. Wer sich ein Markenprodukt nicht leisten kann, der zieht eher etwas an, was gar kein Logo drauf hat, als das Logo einer Billigmarke. „Die Jugendlichen sind überzeugt: Nur wo etwas drauf steht, ist eine Marke und kostet auch entsprechend viel“, so Weiß. Die jungen Projektteilnehmer haben alle schon die Erfahrung gemacht, wegen Markenprodukten und dem Umgang damit unter Druck zu stehen. „Doch die sieben Jugendlichen wissen auch, dass der soziale Umgang wichtiger ist, als ein über Marken definierter Umgang miteinander.“

Dennoch ist Weiß aufgefallen, dass die Mädchen und Jungen kaum kritisch mit der Werbung für Markenprodukte umgehen. „Sie stehen auf die Riegel von Mars und wissen nicht, dass Kinderarbeit und

unfairer Handel mit Kakao dahinter steckt.“ Teure Marken assoziieren die Teenager mit bestem Material, Skandale wie der Einsatz von Giftstoffen in der Bekleidungs-industrie sind ihnen nicht bekannt.“ Daher soll im Projekt auch intensiv auf Werbung eingegangen werden. Die Jugendlichen wollen einen Werbefilm drehen und ein Video über einen jungen Menschen, der sich die teuren Turnschuhe nicht leisten kann und daher zum Dieb wird. Im Juni werden die Arbeiten präsentiert.

Thüringische Landeszeitung Erfurt vom 29.04.2008