

Liebe HuS 8er,

wir hoffen, es geht euch gut und ihr seid alle gesund.

Zuletzt hattet ihr euch mit dem Thema BMI, GU und Fast Food beschäftigt. Gebt eure Ergebnisse bitte bei dem nächsten Abgabetermin in der Schule ab. Nun richten wir unseren Blick aber auf unser nächstes Thema. Etwas, dass jeder von uns machen muss, wenn er etwas essen, trinken oder snacken möchte – EINKAUFEN. Du denkst jetzt bestimmt „Ach, dass ist doch kein Problem“ oder „Das kann doch jeder“ ABER hast du auch schon mal mehr gekauft als du wolltest oder haben dich die roten Erdbeeren in den letzten Wochen angelacht und du musstest sie einfach mitnehmen? Ist das alles nur Zufall??

Viel Erfolg beim Lösen der Aufgaben. Gebt eure Ergebnisse bitte bis zum 20.05. in der Schule ab.



Bleibt gesund und ganz liebe Grüße
A. Hanika & J. Linnhoff

EINKAUFEN (kann doch jeder, oder?)

Tim geht einkaufen. Er möchte seinen Geburtstag mit fünf Freunden feiern. Von seiner Mutter bekommt er 30 €. Davon will er **Chips, Gummibärchen, Apfelschorle** sowie **Butter, Mehl** und **Eier** für den Kuchen kaufen.

AUFGABEN

1. Betrachte den Kassenzettel. Was hat Tim mehr eingekauft als gewollt?

2. Was hätte der Einkauf gekostet, wenn Tim nur die vorher geplanten Lebensmittel gekauft hätte?

GUMMIBÄRCHEN 1 KG	4,99 €
APFELSCHORLE XXL-TETRAPAK	2,99 €
CHIPS JUMBO-PACKUNG	2,99 €
PARTY-CD IM ANGEBOT	4,99 €
LUFTSCHLANGEN/KONFETTI	4,99 €
MEHL	1,99 €
BUTTER	1,89 €
EIER	2,29 €
SUMME	27,12 €

VIELEN DANK FÜR IHREN EINKAUF!

3. Tims Mutter schaut sich den Kassenzettel an und findet:



© Colourbox

Da bist du auf die **Verkaufsstrategien** des Supermarkts ganz schön hereingefallen.

Verkaufsstrategien??
Sowas gibt es??
Welche sollen das denn sein?

Tim denkt sich nur...🤔

Wir haben bei der Supermarktleitung nachgefragt. Arbeite aus dem Text die Verkaufsstrategien der Supermärkte heraus und notiere sie.



VERKAUFSSTRATEGIEN IM SUPERMARKT

Wir fragen nach...

„Die Leitung eines Supermarktes möchte den Kunden möglichst lange im Laden halten und möglichst viel verkaufen. Dazu werden einige Strategien angewendet.

Im Supermarkt landet der Kunde zunächst in der Obst- und Gemüseabteilung. Hier sind viele Waren unverpackt und besonders gut beleuchtet, damit sie appetitanregend aussehen. Spiegel lassen das Angebot größer aussehen, als es eigentlich ist. Verkaufsfördernd ist auch, dass die Kunden die Ware selbst auswählen, anfassen und prüfen können.

Ein kurzer Weg zur Kasse wird durch geschickte Führung des Kunden verhindert. Der erste Gang an langen Regalen vorbei, führt ihn fast immer bis zum Ende des Verkaufsraumes, damit er möglichst viel vom Angebot sieht. Dabei muss er an großen Packkartons oder aufgetürmter Ware vorbei. Das sind so genannte „Stopper“, die die Geschwindigkeit des Käufers abbremsen. Besonders hoch aufgeschichtete Ware lässt ihn denken, es handele sich um ein Sonderangebot. Das ist aber nicht immer so. Vergleichen Sie die Preise, denn oft sind solche Sonderangebote nicht billiger. Oft werden auch Großpackungen angeboten, die auch nicht immer billiger sind.

Der Mensch bückt und reckt sich nicht gerne. Daher stehen die teuren Waren gerne in Augenhöhe, wo man sie bequem erreichen kann. Es lohnt sich also durchaus mal oben oder unten in den Regalen nach billigeren Waren zu suchen.

Die Artikel, die die Kunden täglich brauchen (Muss-Artikel), sind meist weiter unten in den Regalen zu finden, so dass der Kunde beim Bücken noch andere Waren wahrnimmt, an denen der Händler besser verdient. Wir Fachleute nennen sie „Impulsartikel“, also Artikel, die der Kunde erst sehen muss, bevor er ihn kaufen möchte. Der Kunde hätte die Ware sonst gar nicht wahrgenommen und auch nicht gekauft.

Die Frischfleisch- und Käsetheke ist ganz hinten im Geschäft zu finden. Diese Lebensmittel gehören zum täglichen Gebrauch und so muss fast jeder Kunde durch den ganzen Laden gehen muss.

Fleisch wird manchmal mit speziellen Rotlichtlampen beleuchtet, damit es nach bester Qualität aussieht.



Ist der Kunde schließlich in der Kassenzone angekommen, warten erneut Verlockungen.

Ganz wichtig ist eine positive, verkaufsfördernde Einkaufsatmosphäre. Die Kunden betreten den Supermarkt ebenerdig. Stufen wären hinderlich.

Hintergrundmusik trägt zur entspannten Atmosphäre bei. Die Temperatur in den Verkaufsräumen beträgt in der Regel 19 °C.

Einkaufswagen sind in der Regel sehr groß. Ein Einkauf von ein paar Artikeln sieht darin verloren aus. Unbewusst wird man so animiert, den leeren Wagen zu füllen.







Manchmal werden Artikel in neuen, attraktiveren Verpackungen angeboten, in denen aber weniger Ware ist. Der Preis steigt gleich mit. Hier sollte man Preis und Menge vergleichen!

Du siehst, es werden eine Menge Strategien angewendet, damit der Kunde viel kauft. Und so kommt es, dass man manchmal mehr kauft, als man eigentlich wollte.“

TIPPS GEGEN EINKAUFSFALLEN

Jetzt kennst du die Verkaufsstrategien eines Supermarkts. Aber was kann man tun, um nicht in die Fallen zu tappen?

Verbinde die Einkaufsfallen mit der jeweilig passenden Regel.

Spontaneinkauf 	Angebote prüfen und Preise vergleichen.
XXL-Verpackung 	Einkaufskorb verwenden, in den nicht so viel passt wie in einen Wagen.
Schnäppchenangebote 	Viele No-Name-Produkte sind genauso gut wie teure Markenartikel. Im Regal weiter unten und oben nach günstigeren Produkten suchen.
Großer Einkaufswagen 	Die Nudeln stehen bei der Fertigsoße, die Chips bei der Cola. Darauf achten, dass man nicht beides kauft, wenn man eine Sache nicht benötigt.
Markenware 	Einkaufszettel schreiben. Vorher überschlagen, wie viel Geld man benötigt, und nur so viel mitnehmen. Keine Artikel in der Kassenzone kaufen. Kartenzahlung vermeiden.
Doppelplatzierung 	Inhalt und Preis vergleichen, am besten auf den Grundpreis pro 100 g achten.

© Thinkstock/iStock

Fallen dir noch weitere Tipps ein?

SO SIEHT ES IM SUPERMARKT AUS



Wie ist ein Supermarkt eigentlich aufgebaut?

1. Wenn du das nächste Mal mit deinen Eltern einkaufen gehst, nimm deinen Supermarkt einmal genauer unter die Lupe. Zeichne den Aufbau des Supermarktes. Verwende hierfür Rechtecke und Kreise für die Regale. Lasse auch Platz für die Gänge zwischen den Regalen.
Du kannst auf Bilder machen und zu Hause zeichnen 😊

Grundriss vom Supermarkt: _____

2. Nimm die Kassenzone genauer unter die Lupe. Oben hast du gelesen, dass es hier oft viele Verlockungen gibt.
Welche Produkte werden hier angeboten?

3. Die Kassenzone wird auch „Quengelzone“ genannt. Versuche den Begriff mit eigenen Worten zu erklären. Wenn du nicht weiterweißt, frage deine Eltern.



An der Kasse greifen Wartende oft noch einmal zu.

© Thinkstock/Digital Vision

REGALAUFBAU MIT SYSTEM



Wusstet ihr schon, dass ein Supermarktregal nach einem bestimmten Muster aufgebaut ist?

- Beschrifte die Abbildung, indem du die Begriffe aus dem Kasten richtig zuordnest.

Bückzone Greifzone Sichtzone Reckzone



© Colourbox

- Was denkst du: In welcher der vier Zonen befindet sich die teure Ware? Wo wird günstige Ware im Regal platziert? Begründe.



- Schaue dir das Nudel-Supermarktregal genauer an. Betrachte mindestens drei Hersteller und fülle die Tabelle aus.

Produktname	Preis	Inhalt (in g)	Preis pro 100 g	Regalzone



- Wähle eine Nudelsorte aus, die du gerne isst. Überlege dir ein tolles Rezept, bei dem du die Nudeln verwenden kannst. Koche für oder auch mit deine/r Familie und genießt das Nudelgericht gemeinsam. Foto nicht vergessen 😊