

Modul 3: Wo bleibt mein Geld? Über den Umgang mit dem eigenen Einkommen

Baustein 3: Kaufverhalten im Supermarkt

Zielgruppe: Sek. I, Klasse 7-9

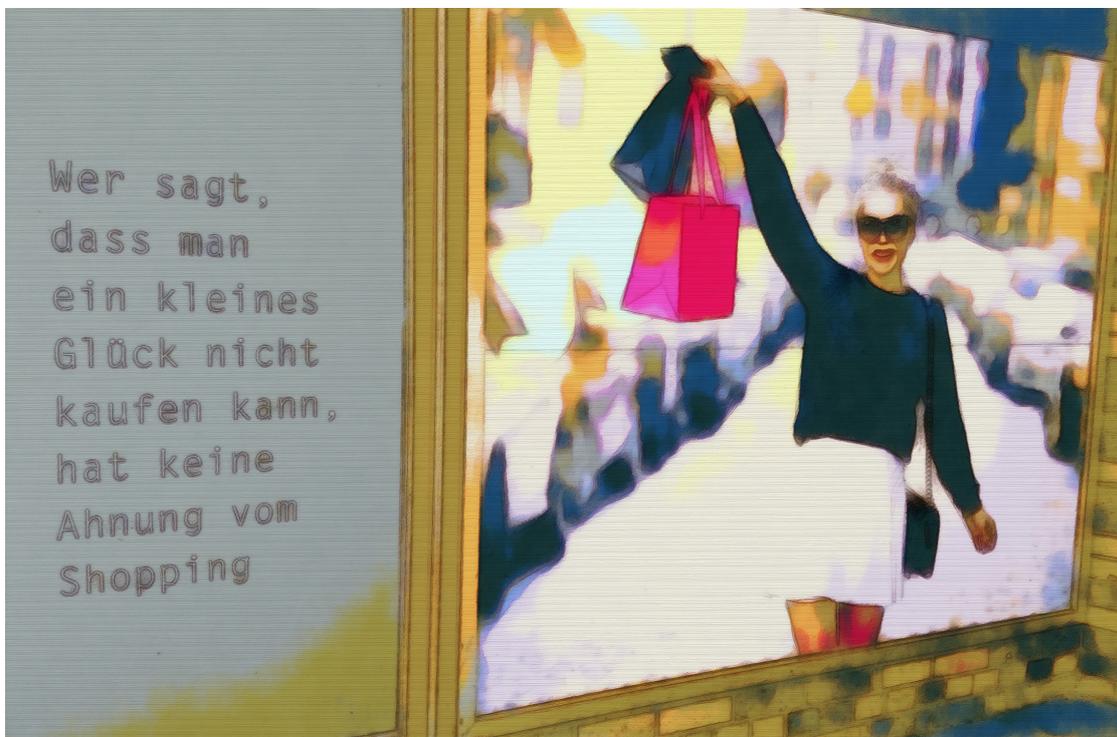
Dauer: 45 - 135 Minuten je nach Umfang der ausgesuchten Aufgaben

Materialien, Methoden: Aufgabenblatt „Supermarkt“ mit Lösungsblatt für die Lehrkraft plus Vorschlag Hausaufgabe, Aufgabensammlung; Gruppenpuzzle, Einzel- oder Partnerarbeit, Außenaktivität als Hausaufgabe; die Aufgaben 3 und 5 – 8 aus der Aufgabensammlung eignen sich auch gut als Hausaufgabe

Schulfächer: Ethik, Sozialwissenschaften/ Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaft-Arbeit-Technik

Vorbemerkung für die Lehrkraft:

Wenn bereits das Modul 1 intensiv bearbeitet wurde, kann dieser Baustein gut weggelassen werden. Andernfalls ist er aber sehr empfehlenswert, weil er die SuS in ihrer Lebenswelt „abholt“ und ihnen -insbesondere in Kombination mit der anschließenden Außenaktivität- eine kritische Auseinandersetzung mit konsumfördernden Maßnahmen von Supermärkten ermöglicht.



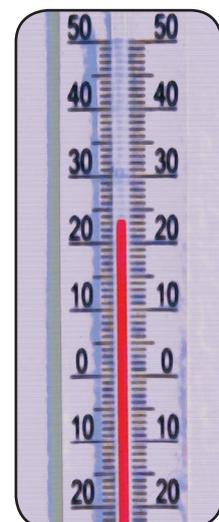
Aufgabenblatt „Supermarkt“



Diese Aufgabe lässt sich gut in Form eines Gruppenpuzzles durchführen. Teilt euch dazu in 4 Stammgruppen auf. Jede Stammgruppe bearbeitet alle Aufgaben. Dann teilt die Aufgaben nach Farben untereinander auf. Jetzt treffen sich die Experten für die grünen Aufgaben an einem Tisch, die Experten für die roten, schwarzen und die blauen Fragen ebenfalls an je einem Expertentisch. Hier wird die Aufgabestellung weiterdiskutiert. Anschließend kehrt ihr in eure Stammgruppe zurück und erklärt euer Expertenwissen. Stellt dem Klassenplenum abwechselnd die Endergebnisse vor, nutzt dafür auch die Tafel, das Whiteboard oder Flipchart für eure Stichworte. Die Lehrkraft gibt euch ein Zeichen, wann gewechselt wird.

Aufgabe: Welchem Zweck dienen die folgenden Maßnahmen in Supermärkten? Warum wird das so gemacht? Wie soll das die Kunden und Kundinnen beeinflussen?

- **Ganz vorne ist ein Backshop**
- **Danach kommen zuerst Obst und Gemüse**
- **Die Einkaufswagen sind groß, auch wenn man nur wenig kaufen will**
- **Ideale Einkaufs-Temperatur: Wieviel Grad sind eigentlich im Supermarkt?**
- **Spezielle Beleuchtung der Ware je nach Produktgruppe (z. B. für Gemüse oder Fleisch)**
- **Sonderangebote, Plakate und Werbeaufsteller im Supermarkt, speziell in Neon- Orange**
- **Teure Ware in Griffhöhe, preiswerte Ware unten im Regal?**
- **Spezielle Kinderprodukte im Kühlregal: Bunt und niedrig**
- **Breite der Gänge: Steckt auch hier ein Plan dahinter?**
- **Große Verpackungen = viel Inhalt: Mogelpackungen?**
- **Süßwaren an der Kasse**
- **Angebot von Kundenkarten wie z. B. die Deutschlandcard**



Lösungsblatt zu Arbeitsblatt 1 „Supermarkt“

- **Ganz vorne ist ein Backshop**
Das riecht schon angenehm und lecker, wenn man den Laden betritt. Durch den Duft werden wir positiv in unserer Grundstimmung beeinflusst, wie bekommen Appetit- und wer hungrig ist, kauft gleich mehr ein.
- **Danach kommen zuerst Obst und Gemüse**
Das nimmt das Tempo aus dem Einkauf heraus, weil fast bei jedem Einkauf Obst und/ oder Gemüse ausgewählt und mitgenommen wird. Der Kunde und die Kundin bleiben erstmal stehen, um zu schauen. Niemand soll durch einen Supermarkt rasen. Die Ware ist außerdem perfekt ausgeleuchtet, soll Appetit machen und –zeitgemäß- gleich zu Beginn des Einkaufs den Eindruck von „gesunder Ernährung“ erzeugen.
- **Die Einkaufswagen sind groß, auch wenn man nur wenig einkaufen will**
Wenig Ware sieht in einem großen Wagen kläglich verloren aus, so als wäre das zu wenig und als sollte doch noch einiges dazugekauft werden. Einkaufskörbe werden eher wenig angeboten, da diese schnell voll und außerdem unbequem zu tragen sind. Die Kunden sollen lieber den Einkaufswagen nehmen und damit ein möglichst unbeschwertes und langes Einkaufserlebnis haben, bei dem auch keine eigenen Anstrengungen nötig sind.
- **Ideale Einkaufs-Temperatur- wieviel Grad sind eigentlich im Supermarkt?**
In der Regel ermöglichen 19°C einen langen und angenehmen Aufenthalt im Supermarkt. Diese Temperatur herrscht dort im Winter wie im Sommer: Einfach schön!
- **Spezielle Beleuchtung der Ware je nach Produktgruppe (z. B. Gemüse oder Fleisch)**
Bei Obst, Gemüse und Fleisch kann spezielles Licht die Lebensmittel besonders appetitlich aussehen lassen und kleinere Mängel unsichtbar machen. Brötchen sehen in warmweißem Licht besonders knusprig aus. Fleisch wird mit einem leicht rötlichen Ton ausgeleuchtet, sodass es immer frisch aussieht. Käse sieht in einem leicht gelblichen Licht besonders lecker aus, Tiefkühlware wiederum unter einer kaltweißen Beleuchtung. Für Obst und Gemüse wird eine Lichttemperatur von 3000 Kelvin genutzt, so dass es schön frisch aussieht.
- **Sonderangebote, Plakate und Werbeauftragsteller im Supermarkt, speziell in Neon- Orange**
Zackige oder sternförmige Aufsteller und Schilder wecken die Aufmerksamkeit des Verbrauchers. Neon-orange Preisschilder und Werbeträger deutet unser Gehirn reflexhaft als billiges Sonderangebot, obwohl das vielleicht gar nicht immer so ist.
- **Teure Ware in Griffhöhe, preiswerte Ware unten im Regal?**
Teure Produkte sind bequem in Griffhöhe zu erreichen. Der Kunde oder die Käuferin muss sich also keine Mühe machen und kann einfach zugreifen, das fördert die Verkaufszahlen. Günstigere Produkte werden eher unten in den Regalen platziert und sind damit unbequemer zu erreichen. Da der Mensch in seinen Bewegungen automatisch eher nach rechts tendiert, stehen auf der rechten Seite auch oft die teureren Produkte.
- **Spezielle Kinderprodukte im Kühlregal: Bunt und niedlich**
Besonders in der Kühlabteilung finden sich besondere Kinderprodukte. Diese animieren direkt die ganz kleinen Kunden, sie bilden zum Beispiel niedliche Tiere ab und sind besonders bunt, das erzeugt auch gleich eine Markenbindung bei den Kindern. Dabei sind sie vielfach gar nicht „kindergerecht“, sondern enthalten extrem viel Zucker und sind oft besonders teuer.

- **Breite der Gänge: Steckt auch hier ein Plan dahinter?**

Auch die Gangbreiten sind genau berechnet. Nicht zu schmal, damit sich der Kunde oder die Kundin nicht bedrängt fühlt, aber auch nicht zu breit, damit er oder sie sich nicht verloren fühlt. Die ideale Gangbreite drosselt auch das Lauftempo der Kundschaft, die sonst zu schnell den Supermarkt durchqueren und wieder verlassen würde.

- **Große Verpackungen= viel Inhalt: Mogelpackungen?**

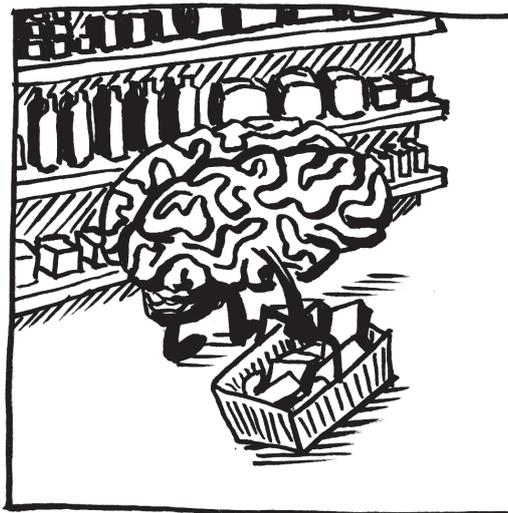
Verpackungsgrößen täuschen tatsächlich manchmal über die Inhaltsmenge: Nicht in jeder großen Packung ist auch viel Inhalt (Stichwort Mogelpackung).
Auch neigt der Verbraucher oder die Verbraucherin dazu zu glauben, dass größere Abgabemengen die Ware billiger machen. Dass dann doch wieder nicht der ganze Verpackungsinhalt verzehrt, sondern am Ende der Rest unverbraucht weggeworfen wird, wird beim Kauf gerne ausgeblendet.

- **Süßwaren an der Kasse:**

Der Wartebereich an der Kasse wird in der Fachsprache gerne als „Quengelzone“ bezeichnet. Besonders die Kinder warten ungern an der Kasse, sie langweilen sich, haben die Süßwaren dabei genau auf Augenhöhe und bedrängen dann die Eltern, ihnen die Süßigkeiten zu kaufen. Aber auch die Erwachsenen greifen hier gerne nochmal zu, weil die Ware besonders lange lockt.

- **Kundenkarten und Kunden-Apps:**

Kundenkarten geben die Möglichkeit, das Einkaufsverhalten der Verbraucher besonders gut zu analysieren und verkaufsfördernde Maßnahmen entsprechend zu optimieren.
Die Daten werden anonymisiert zu Marktforschungszwecken weitergegeben und ausgewertet. Die teilnehmenden Handelsketten erhalten für das Sammeln und Weitergeben der Daten Geld. Sofern eine Kundenkarte vorhanden ist, zieht es den Kunden oder die Kundin zum Kaufen außerdem auch immer wieder in dasselbe Geschäft zurück, in dem die Karte gilt (Kundenbindung) und mögliche Sammelpunkte warten.



Mögliche Hausaufgabe:

Besuche einen Supermarkt oder einen Discounter. Sieh dort nach, ob du die oben genannten Maßnahmen entdecken kannst. Findest du vielleicht noch andere Tricks, mit denen der Verkauf gefördert werden soll? Notiere deine Ergebnisse zuhause in Stichworten und fertige dann daraus eine Wortwolke, eine Mindmap oder einen kurzen Text an.

Wertet in der Klasse eure Ergebnisse aus.

Aufgabensammlung: Supermärkte, Discounter, Bio-Läden und ihre Produkte

Notiert eure Antworten auf einem Extrablatt.

1.) Wo kann man Lebensmittel kaufen? Benenne mindestens vier Möglichkeiten bzw. Orte. Was sind die charakteristischen Unterschiede zwischen verschiedenen Orten, an denen man Lebensmittel kaufen kann? Was unterscheidet einen Supermarkt von einem Discounter?

2.) Warum sind Einzelhandelsgeschäfte wie z.B. Fleischfachgeschäfte oder Bäckereien oft etwas teurer als Supermärkte oder Discounter? Welche Gründe könnte es geben, auch hier einzukaufen? Nenne mögliche Vorteile und Nachteile.

3.) Recherchiere zur Geschichte des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland nach 1945. Stelle deine Ergebnisse zum Beispiel in Form einer Präsentation oder eines Plakates dar. Erstelle dabei auch ein aktuelles Ranking der Top 10 des Lebensmittelhandels: Welche Firmen bzw. Firmengruppen haben die höchsten Umsätze im letzten oder vorletzten Jahr erzielt? Erstelle dazu eine Tabelle oder ein Diagramm.

4.) Ist der Kauf von Bio-Produkten besser als der Kauf konventioneller Produkte? Benenne Vor- und Nachteile von Bio-Produkten und begründe deine eigene Meinung.

5.) Untersucht, welche Siegel und Labels Ihr im Lebensmittelhandel finden könnt. Welchen Zweck verfolgen die Siegel, wer vergibt sie, welche Bedingungen müssen für die Vergabe des Siegels erfüllt sein? Stehen Siegel und Labels immer für eine besondere Qualität? Stelle deine Ergebnisse anhand von zwei Beispielen vor.

6.) Was bedeutet das Wort „discount“ in der deutschen Übersetzung? Welche Abkürzungen stehen hinter den Bezeichnungen EDEKA, Aldi und Rewe?

7.) Recherchiere: Welche Ausbildungsberufe gibt es im Lebensmitteleinzelhandel? Benenne dein Ergebnis mit mindestens 3 Nennungen zu Ausbildungsberufen. Beschreibe ein von dir ausgewähltes Berufsbild. Erörtere dabei auch die Ausbildungsvoraussetzungen, die Dauer der Ausbildung, die Vergütung in der Ausbildung und in dem späteren Beruf sowie die Beschäftigungsaussichten. Erstelle zu allem einen Text oder eine Kurzpräsentation.

8.) Recherchiere: Welche Menge an Lebensmitteln wird jährlich in Deutschland weggeworfen? Wie kommt es zu dieser Menge? Sollte sich hier etwas am Verbraucherverhalten ändern? Begründe deine Meinung. Welche Vorschläge hättest du, um die Menge weggeworfener Lebensmittel zu reduzieren? Findest du gute Vorschläge bei www.zugufuerdientonne.de, welche sind das?

9.) Erscheint es dir sinnvoll, vor dem Einkaufen einen Einkaufszettel zu machen und diesen dann mitzunehmen? Erläutere Vor- und Nachteile, nenne deine eigene Meinung und begründe sie.