



Handel

Supermarkt, Verkaufsstrategien, Konsumentensicht

- 2–4 Auf einen Blick – fachdidaktisches Konzept
- 5–6 Unterricht konkret – Ablauf
- 7–14 Materialien
- 15 Lösungen
- 16–17 Anhang (Glossar und Quellen)

Auf einen Blick

Schwierigkeitsbarometer



Schwerpunkte	Haushalt, Konsum
Stichworte	Handel, Einzelhandel, Lebensmittelhandel, Konsumenten/innen, Verkaufsstrategien
Konkretisierung des Themas	<ul style="list-style-type: none"> • Detaillierte, vorausschauende Planung eines Lebensmitteleinkaufs für einen Familienhaushalt durch einen Schüler / eine Schülerin mit Bezug zu seinem/ihrer Alltag (Schuljause). • Verortung der zu kaufenden Lebensmittel auf einem detaillierten Supermarkt-Plan (Planogramm – siehe Glossar) auf Grundlage der erstellten Einkaufsliste. • Protokollierung der zu erwartenden Verkaufstricks, mit denen die Schülerin / der Schüler beim geplanten Einkauf in Kontakt kommt. • Wiederholung der bereits kennengelernten Verkaufsstrategien und Entwicklung weiterer für einen neu einzurichtenden Supermarkt. • Gestaltung eines Supermarkts-Plans (Planogramm), der ausgewählte und durch die Lernenden selbst entworfene Verkaufstricks berücksichtigt. • Präsentation des Planogramms und kritische Reflexion durch Lernende. • Zusammenfassung von Einkaufstipps für den Supermarkt-Besuch durch Schülerinnen und Schüler.
Dauer	Eine Unterrichtseinheit á 50 Minuten (mit Möglichkeit der Erweiterung auf zwei Schulstunden)
Schulstufe	6. Schulstufe
Schulform	MS und AHS-Unterstufe
Lehrplanbezug	Erkennen der Vielfalt des Dienstleistungsbereichs sowie Verständnis für seine zunehmende Bedeutung im Wirtschaftsleben; Erwerb von Urteils- und Kritikfähigkeit, Entscheidungs- und Handlungskompetenz;
Groblernziel	Verkaufsstrategien des Lebensmittelhandels verstehen und Handlungsweisen der Konsumenten/innen daraus ableiten.

<p>Feinlernziele</p>	<p>„Die Verkaufstricks im Supermarkt“</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Schülerinnen und Schüler benennen Lebensmittel des Alltags, die sie konsumieren (AFB I). • Die Lernenden lokalisieren die Platzierung der konsumierten Lebensmittel auf einem Supermarkt-Planogramm (AFB I). • Die Schülerinnen und Schüler ermitteln den für sie günstigsten Weg durch einen Supermarkt (AFB I). • Die Lernenden erkennen auf ihrem Weg durch den Supermarkt Verkaufsstrategien der Geschäftsleitung (AFB II). • Die Lernenden protokollieren diese Verkaufsstrategien in tabellarischer Form (AFB I). • Die Schülerinnen und Schüler entwickeln neue Verkaufsstrategien (AFB III). • Die Lernenden erarbeiten ein neues Planogramm und gestalten selbständig die Platzierung von Lebensmitteln in einem Supermarkt (AFB III). • Die Schüler/innen bewerten andere Planogramme (AFB III). • Die Lernenden fassen ihr Wissen über Verkaufsstrategien in Tipps für Gleichaltrige zusammen (AFB I).
<p>Kontext zur sozioökonomischen Bildung (theoretische Bezüge)</p>	<p>Das Lehr-/ Lernarrangement thematisiert den Umgang von Konsumentinnen und Konsumenten mit Verkaufsstrategien des Einzelhandels am Beispiel des Lebensmittelhandels. Es orientiert sich am Erfahrungshorizont der Zielgruppe und schließt Präkonzepte einzelner Schülerinnen und Schüler ein.</p> <p>In dieser Unterrichtssequenz werden Konsumenten/innen über die Strategien der Branche aufgeklärt, einen möglichst hohen Umsatz zu erzielen. In handlungsorientierten Verfahren entwickeln die Schüler/innen selbständig Verkaufsideen, um die Verkaufsstrategien auch aus der Sicht des Handels beurteilen zu können. Die kritische Reflexion der eigenen Kaufentscheidungen und Kaufhandlungen unter dem Eindruck inszenierter und geplanter Realitäten ermöglicht Schülern/innen erste Schritte auf dem Weg zu mündigen Konsumentinnen und Konsumenten zu gehen.</p>
<p>Methoden</p>	<p>a) Museumsrundgang http://schuelerecke.net/schule/museumsrundgang-als-präsentationsmethode/ (22.9.2018)</p>

Vorbereitung

Einheit 1:

„Die Verkaufstricks im Supermarkt“

- Tafelstift/Kreide; Tafel/Whiteboard & Beamer; Onlinezugang
- Haftnotizen (z. B. Post it) in ausreichender Menge (ca. 70-80 Stk.)
- **M1:** A4-Kopien in Klassenstärke
- **M2:** A3-Kopien in Klassenstärke
- **M3:** A3-Kopien in Klassenstärke und unterstützend evtl. gebeamte Grafik (in Farbe)
- **M4:** A4-Kopien in Klassenstärke
- **M5:** A3-Kopien in Klassenstärke

Unterricht konkret – Ablauf

„Die Verkaufstricks im Supermarkt“

Einstieg	Einkaufsliste vervollständigen	<p>Die Schülerinnen und Schüler erhalten den Auftrag, zu zweit eine Einkaufsliste (M1) zu ergänzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie werden von den Eltern gebeten, einen Familieneinkauf zu besorgen und für sich selbst die Produkte für eine Schulkasse auszuwählen. • Sie stellen Vermutungen an, in welcher Reihenfolge die Produkte im Supermarkt angeordnet sind. • Abschließend schätzen die Lernenden den Preis der einzelnen Produkte sowie die Höhe des Gesamteinkaufs und vergleichen das Ergebnis. 	M1	10 Min.
Erarbeitung	Supermarkt „Kauf“	<p>Mit Hilfe eines Supermarkt-Grundrisses (M2) wird mit Bleistift eine mögliche Route durch einen Supermarkt entworfen, um sämtliche Produkte zu kaufen. Aufgabe: Die Wege sollen dabei möglichst kurz sein.</p>	M2	10 Min.
Erarbeitung	Verkaufsstrategien kennen lernen	<p>Anhand der Grafik (M4) – sie kann zusätzlich auch in Farbe gebeamt werden – wird der skizzierte Weg durch den Supermarkt nachvollzogen. Die Schülerinnen und Schüler erkennen, dass sie auf dem Weg durch den Supermarkt einer sorgfältig geplanten und inszenierten Produktanordnung sowie Verkaufsstrategien ausgesetzt sind. Verkaufstricks, denen die Schülerinnen und Schüler auf ihrem Einkauf begegnen, werden im GWK-Heft (M3) in tabellarischer Form festgehalten.</p>	M3 M4	10 Min.

Erarbeitung	weitere Verkaufsstrategien	Den Schülerinnen und Schülern werden weitere Verkaufsstrategien (M5) präsentiert, die den Konsumenten / die Konsumentin beeinflussen. Die Lernenden haben die Gelegenheit, selbst Ideen zu entwickeln, die zum Kauf verleiten.	M5	10 Min.
Sicherung	Geschäft einrichten	Nun richten die Schülerinnen und Schüler in der Klasse in Zweiergruppen ein Lebensmittelgeschäft ein und wenden sechs in M6 erarbeitete Verkaufsstrategien an (M7).	M6 M7	10 Min.
Vertiefung (optional)	Rundgang mit Experten	Die erarbeiteten Pläne werden nun in der Klasse ausgehängt. Es werden zwei Gruppen gebildet. Die jeweiligen Experten und Experten stellen ihre Planogramme vor und stehen für Fragen zur Verfügung (Methode „Museumsrundgang“). Die Gruppe ist aufgerufen, kritische Fragen zu stellen.		
Vertiefung (optional)	Einkaufstipps formulieren	Die Schülerinnen und Schüler formulieren abschließend fünf Einkaufstipps für Gleichaltrige, die auf die Verkaufsstrategien des Lebensmittelhandels Bezug nehmen, im GWK-Heft.		

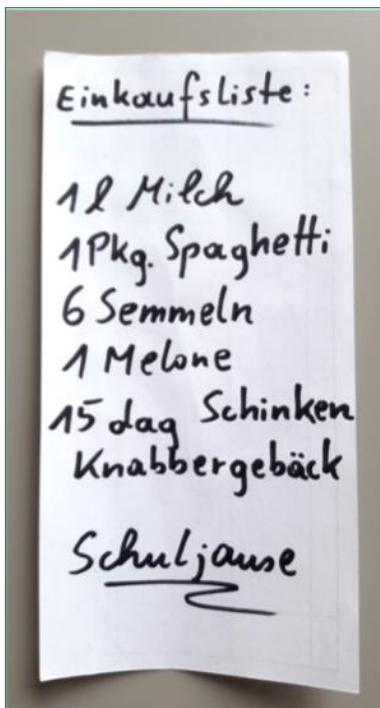
Einkaufsliste vervollständigen

M1 Die Einkaufsliste

Arbeitsauftrag A:

Du hast den Auftrag, für deine Familie im nächsten Supermarkt einzukaufen. Verwende dafür die Einkaufsliste **M1**, die dein Vater geschrieben hat. Die Schuljause darfst du dir selbst aussuchen.

Arbeitet zu zweit. Schreibt eine neue Einkaufsliste für die Schuljause



Einkaufsliste für die Schuljause

Abschließend schätzt ihr den Wert der einzelnen Waren.

- Wie viel Geld müsst ihr mitnehmen?

Vergleicht euer Ergebnis mit einer anderen Zweiergruppe.

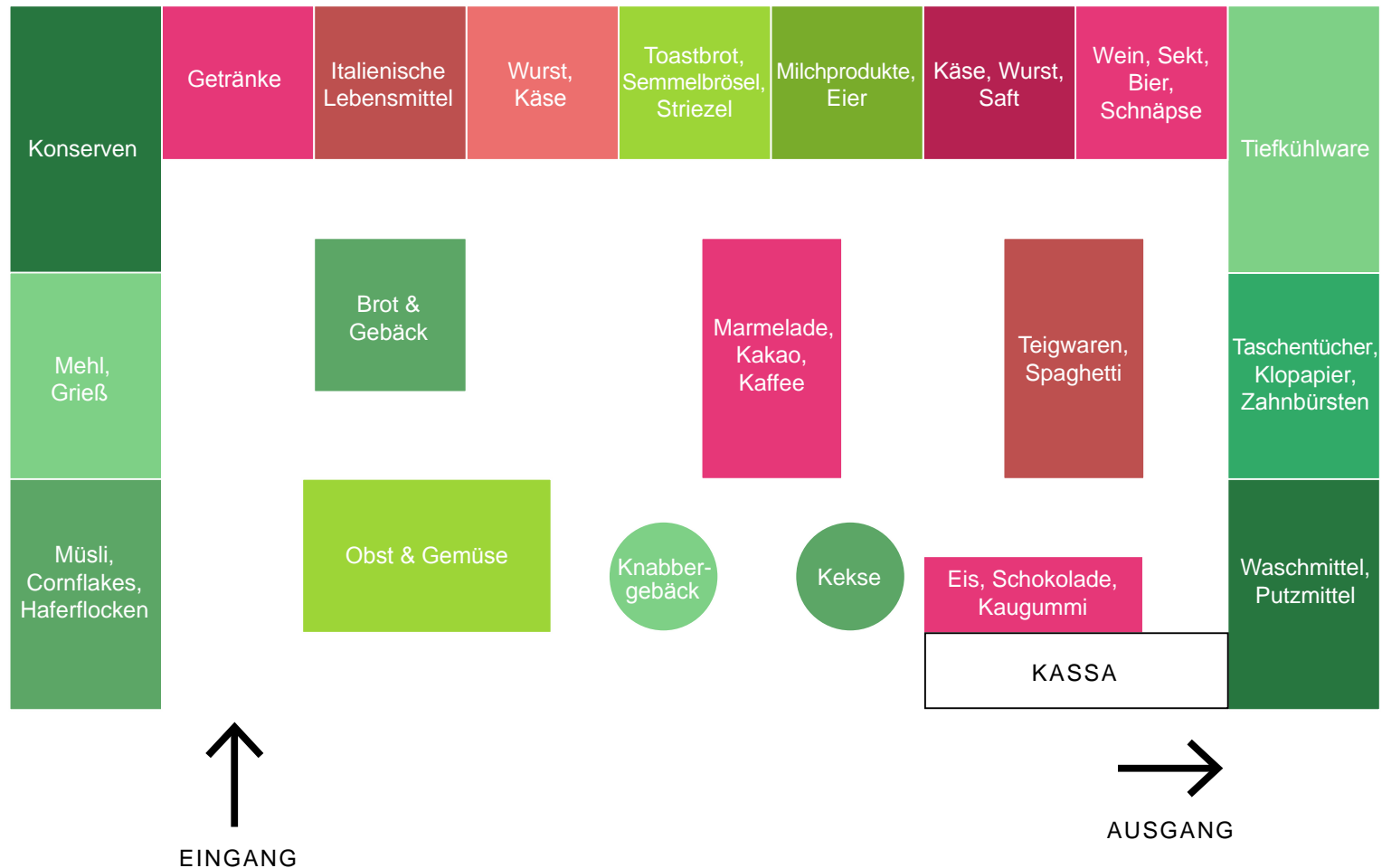
Tipp: Geh nie ohne Einkaufsliste einkaufen. Wenn man genau weiß, was man kaufen wird, lässt man sich im Supermarkt nicht so leicht zu unnötigen Käufen verleiten!

Im Supermarkt „Kaufi“

M2 Supermarkt Grundriss

Arbeitsauftrag B:

Bevor du den Supermarkt „Kaufi“ um die Ecke betrittst, planst du den Weg durch den Supermarkt: Umkreise alle Stellen des Supermarkts, die du besuchen wirst, um die Produkte eures Einkaufszettels einzusammeln. Starte beim Eingang und beende den Rundgang bei der Kassa. Verbinde die markierten Stellen mit einem Bleistift.



„Kaufis“ Verkaufstricks

M3 Verkaufstricks

Arbeitsauftrag C:

Auf Abbildung **M4** kannst du in den Supermarkt „Kaufi“ blicken. Die Waren in den Geschäften sind nicht zufällig positioniert, sondern sie wurden nach einem System genau und durchdacht angeordnet. Außerdem haben sich die Ausstatter eine Menge Tricks einfallen lassen, um die Kunden zum Kaufen zu animieren.

- Nimm nun **M2** zur Hand und zeichne in **M4** nochmals den genauen Weg ein, den du durch den Supermarkt nehmen wirst.
- Sammle in einer Tabelle (GWK-Heft) 7 Tricks, mit denen du auf diesem Weg in Kontakt kommst. In der linken Spalte notierst du stichwortartig den Ort im Supermarkt, an dem dir ein Trick begegnet. Rechts erklärst du den Trick.

Wo?		Wie funktioniert der Trick?
1	Eingang	leerer, sehr großer Einkaufswagen verleitet zu großen Mengen
2	Obststand (Melone)	...
3
4
5
6	im gesamten Supermarkt	19 Grad, Kunden kommen nicht ins Schwitzen
7	im gesamten Supermarkt	

„Kaufis“ Verkaufstricks

M4 Grafik Supermarkt

Wissen

Ein Schnäppchen hier, die Großpackung dort

Wieder mal mehr im Einkaufswagen als eigentlich geplant? Das ist kein Zufall: Mit Düften, Musik und Lockangeboten verführen uns die Supermärkte zum schnellen Geldausgeben.

MEHR in der AK-Broschüre „Zum Kaufen verführt“; kostenlos unter bestellservice@skwien.at oder im Internet unter www.arbeiterkammer.at/einkaufen

19 Milliarden Euro haben etwa 5.900 Lebensmittelgeschäfte und Supermärkte im Jahr 2013 umgesetzt.



Quelle: AK 2014

Weitere Verkaufstricks

M5 Merkblatt Verkaufstricks

Arbeitsauftrag D:

Du sollst einen Supermarkt einrichten. Dafür greifst du zu Tricks, die du noch nicht kanntest. Wähle vier der beschriebenen Tricks aus, die Kundinnen und Kunden in deinem Geschäft zum Kauf verführen sollen. Hast du noch andere kreative Ideen? Notiere!

<p>Cross-Selling: Produkte, die gut zusammenpassen und meist teuer sind, werden nebeneinander angeboten (z. B. überteuertes Sugo und Nudeln).</p>	<p>Bremszone Eingang: Türen öffnen sich langsam, um Tempo zu reduzieren.</p>	<p>Regalanordnung: Die Regale sind so angeordnet, dass möglichst der ganze Supermarkt durchquert werden muss.</p>
<p>Bezahlung mit Kundenkarte: Wer eine Kundenkarte haben möchte, muss dem Unternehmen seine persönlichen Daten bekanntgeben.</p>	<p>Mogelpackung: Packungen (z. B. Chips) werden nur zur Hälfte befüllt. Sie wirken damit größer.</p>	<p>Backstation: Ein Automat sorgt für den Geruch von frischem Gebäck und Brot. Damit regt er den Appetit der Kundinnen und Kunden an.</p>
<p>„Nimm 2, zahl 1“ und andere Aktionen locken Kundinnen und Kunden (oft mit Flugblättern oder TV-Spots) ins Geschäft.</p>	<p>Deine Idee:</p>	<p>Deine Idee:</p>
<p>Deine Idee:</p>	<p>Deine Idee:</p>	<p>Deine Idee:</p>

Euer Supermarkt

M6 Arbeitsblatt

Arbeitsauftrag E:

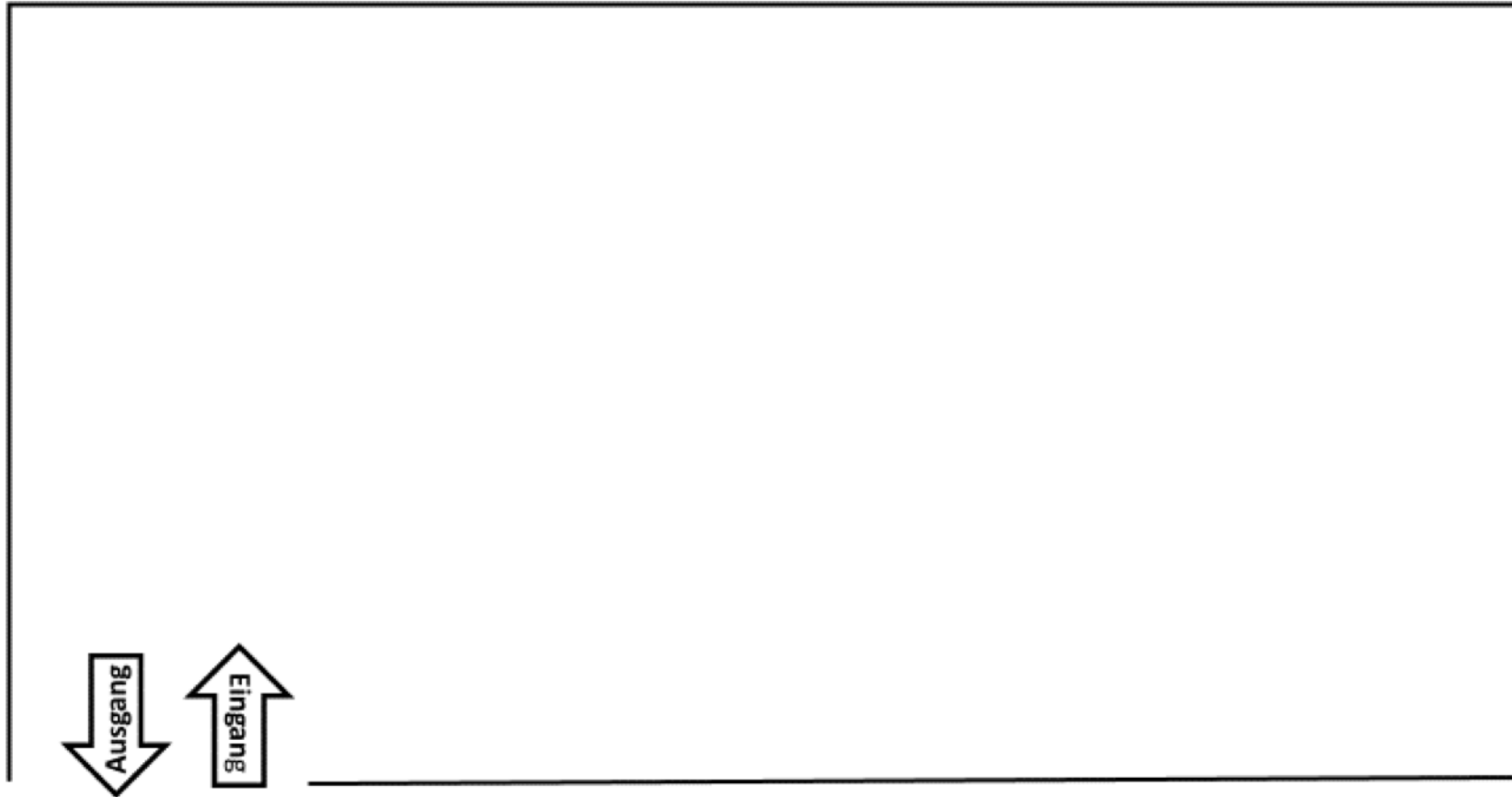
Unser Beispiel-Supermarkt hat einen Eingang und einen Ausgang. Für Kunden und Kundinnen, die mit dem Auto oder dem Bus zum Supermarkt kommen, wäre das recht unbequem, da sie längere Wege zurücklegen müssen. Bei den meisten Supermärkten befinden sich Eingang und Ausgang deshalb an der gleichen Stelle. Im Supermarkt-Planogramm **M7** sind Ein- und Ausgang an derselben Stelle. Es fehlen allerdings noch die Lebensmittelregale und die Abteilungen. Richtet den Supermarkt nach euren Vorstellungen ein. Er soll Lebensmittel anbieten (Brot und Gebäck, Milchprodukte, Backwaren, Fleisch und Käse, Getränke, Obst und Gemüse, Süßigkeiten, Tiefkühlware etc.).

Setzt bei der Planung an sechs Stellen die Tricks (vorgegebene und eigene) aus **M5** ein: Dafür notiert ihr auf einer kleinen Haftnotiz den Namen des Tricks (z. B. „Cross-Selling“) und klebt das Post it an die entsprechende Stelle im Plan.



Euer Supermarkt

M7 Arbeitet mit dem Lineal und bunten Farben!



Rundgang und Präsentation

Zusatzmaterial mit Vertiefungs- und Erweiterungsmöglichkeiten inklusive Arbeitsaufträgen

Arbeitsauftrag F:

Hängt nun eure fertigen Supermarktpläne im Klassenraum auf. In einem Rundgang präsentiert ihr gegenseitig eure Planogramme. Begründet die Wahl eurer Verkaufsstrategien. Ihr steht dabei für kritische Fragen anderer Schülerinnen und Schüler zur Verfügung.

5 Tipps für Konsumentinnen und Konsumenten

Arbeitsauftrag G:

Erstellt eine Liste mit fünf Einkaufstipps für Gleichaltrige:

Was sollten sie beim nächsten Einkauf beachten?

Was sollten sie vermeiden?

(Einen ersten Tipp findest du übrigens bei Arbeitsaufgabe A)



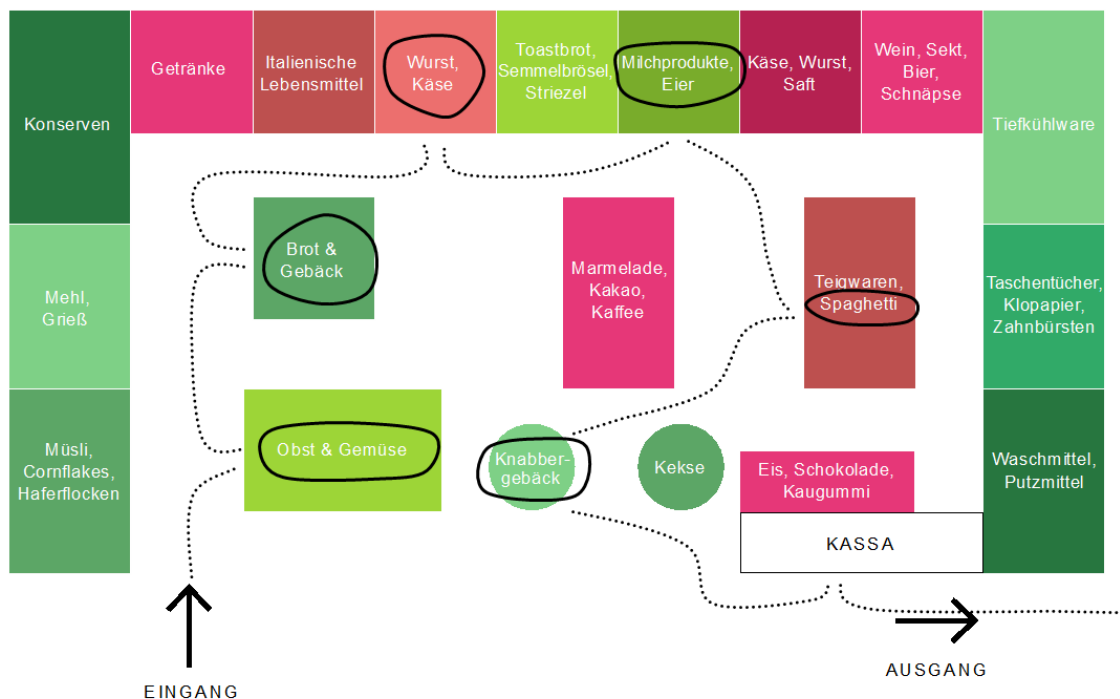
Lösungen

Arbeitsauftrag A:

Erwartungsgemäß beginnen Rundgänge im Supermarkt beim Obst und Gemüse (Melone), führen zu Gebäck (Brot), Käse- und Wursttheke (Semmeln, Schinken). Milch und andere Produkte des täglichen Bedarfs sind in aller Regel weit entfernt vom Eingang, um lange Wege zu schaffen.

Arbeitsauftrag B:

Eine Lösung, die nur die notierten Lebensmittel, nicht aber die Schuljause berücksichtigt, sieht so aus:



Arbeitsauftrag G:

Beispiele:

- Nicht mit hungrigem Magen einkaufen gehen
- Immer mit Einkaufszettel einkaufen gehen
- Preise vergleichen
- Nicht auf Mogelpackungen hereinfallen
- Einkaufswagen nicht bis oben anfüllen, weil er leer aussieht

Anhang

Quellen / Literaturhinweise

Arbeiterkammer (Hg.): AK-Broschüre „Zum Kaufen verführt“:

https://wien.arbeiterkammer.at/service/broschueren/konsument/Schnaepchen_2018.pdf,
21.9.2018

Focus.de (Hrsg.): 10 häufige Verkaufstricks:

https://www.focus.de/finanzen/videos/10-haeufige-verkaufs-tricks-so-ziehen-uns-supermaerkte-das-geld-aus-der-tasche_id_4934291.html

Das Erste (Hrsg.): Verkaufstricks im Supermarkt:

<https://www.daserste.de/information/ratgeber-service/vorsicht-verbraucherfalle/vorsicht-verbraucherfalle-2-110.html>

Utopia GmbH. (Hrsg.): 12 Tricks, die zum Shoppen verführen:

<https://utopia.de/ratgeber/12-supermarkt-tricks/>

Rohwetter, M., T. Rame: So kriegen Supermärkte Ihren Wagen voll:

<https://www.zeit.de/wirtschaft/2016-05/einkaufen-supermarkt-psychologische-tricks-konsum>

Weber, S.: Links herum kauft`s sich leichter:

<https://www.sueddeutsche.de/geld/verkaufspsychologie-im-supermarkt-links-herum-kaufte-sich-leichter-1.1716665>

Glossar

Planogramm: grafische Darstellung von Verkaufsflächen oder auch der Artikelplatzierung in Regalen. In allen Einzelhandelsbereichen werden Planogramme eingesetzt.



Erfahrungen

werden nachgereicht

Adaptionshinweise

werden nachgereicht

