

Hintergrund- informationen

Verleitung zum Impulskauf. Ungeplante Käufe machen 30 bis 65 % der Einkäufe aus und sind für den Einzelhandel sehr wichtig. Typisch für spontane Kaufentscheidungen ist, dass sie meist unbewusst ablaufen und durch Reize wie etwa den Geruch nach frischem Kaffee ausgelöst werden.

Kinder als Verkaufsfaktor. Längst wissen VerkaufspsychologInnen um das Verkaufspotenzial, das Kinderwünsche bergen. Daher sind zum Beispiel Süßigkeiten und Spielzeug in Augenhöhe der Kinder platziert, vorzugsweise im Wartebereich vor der Kassa („Quengelware“). Kinder-Einkaufswägen, in die die Kinder selbstständig Waren einräumen können, führen oft zum Kauf dieser Waren.

Die Supermarkt-Odyssee. Lebensmittel des täglichen Gebrauchs sind oft so platziert, dass man das ganze Geschäft durchforsten muss, um sie zu finden. Oder man muss sie immer wieder neu suchen, weil das Sortiment ständig umgeräumt wird.

Der „Wohlfühlfaktor“. Um die KundInnen so lange wie möglich im Laden zu halten, wird versucht, ihnen den Aufenthalt so angenehm wie möglich zu machen. Studien ergaben, dass KundInnen bei 19 °C am längsten bleiben. Die Musik ist meist auf die jeweilige Kundengruppe abgestimmt. Außerdem soll der Takt der Musik das Gehtempo reduzieren.

Volle Regale zu jeder Tageszeit. Meist sind Verkaufsregale immer gut gefüllt. Leere Regale bedeuten Umsatzeinbußen und auch verärgerte KundInnen. Was soll aber mit den nicht verkauften Backwaren geschehen?

Gegen den Uhrzeigersinn durchs Geschäft. Die meisten VerbraucherInnen haben eine natürliche Rechtsorientierung bei Gehbewegung und Blickfeld. Der Weg gegen den Uhrzeigersinn kommt dem entgegen.

Alarmierende Studie der BOKU Wien

40 kg Lebensmittel pro Haushalt und Jahr im öö. Restmüll!

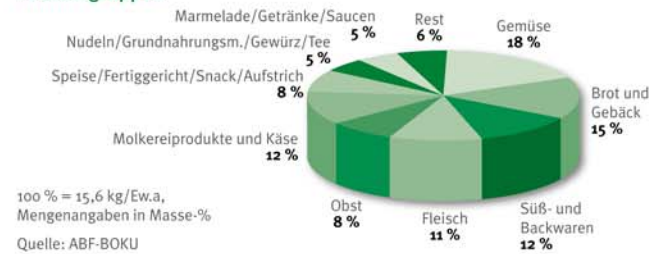
Ein durchschnittliches Lebensmittel geht durch 33 Hände, bevor es im Supermarkt landet. Für Erzeugung und Transport werden viele Ressourcen benötigt (Fläche, Wälder, Erdöl) und eine Menge CO₂ verursacht. Oberösterreichische Haushalte werfen Lebensmittel im Wert von 277 € im Jahr in den Restmüll!

Kurzum: Lebensmittel sind wertvolle Güter, deren Wert nur teilweise durch den Preis wiedergegeben wird. Das Wegwerfen und Verschwenden von Lebensmitteln bedeutet Diebstahl an unseren Kindern, die mit den Auswirkungen einer zerstörten Umwelt leben müssen! Darum ist ein bewusster Umgang mit Lebensmitteln besonders wichtig. Dieser fängt bereits beim abfallvermeidenden Einkaufen an.

Zusammensetzung der Lebensmittel und Speise- reste in ÖÖ nach Zustand



Zusammensetzung der Lebensmittel und Speisereste in ÖÖ nach Produktgruppen



Augen auf beim Einkauf!



Reckzone über 180 cm
Für wenig profitable Produkte. Wird öfters auch als Warenlager benutzt.

Sichtzone 140-180 cm
Ist die umsatzstärkste Zone. Ideal für neue Artikel eines Herstellers und für Produkte, die im Trend liegen oder gerade in der TV-Werbung aktuell sind.

Greifzone 40-120 cm
Hier stehen das Normsortiment, bekannte Marken und auch Impulsartikel. Das Zugreifen fällt besonders leicht.

Jetzt nur 0,99 statt 1,49!

Blickzone unter 60 cm
Hier gibt es preiswerte Waren und Artikel, die selten verkauft werden. Aber auch große, schwere und auffällige Produkte sind hier platziert.

Augen auf beim Einkauf!



Großpackungen
Großpackungen überdenken und nur das kaufen was ich auch verbrauchen kann!

Saisonale Ware
Kaufen Sie saisonale Waren!

Loses Obst
Loses Obst und Gemüse kaufen!

Regionale Ware
Entscheiden Sie sich für regionale Waren!

Bewusst einkaufen – keine Lebensmittel im Abfall!

Tipps



Prägen Sie sich die Methoden der Verkaufspsychologie gut ein, sodass Sie das nächste Mal die Tricks rechtzeitig durchschauen!



Einkauf sorgfältig planen und Einkaufszettel schreiben.



Prospekte bereits zu Hause nach Sonderangeboten durchstöbern und überlegen, ob zum Beispiel größere Mengen auch wirklich gebraucht werden. (Nimm 3, zahl 2 – und eigentlich reicht 1 ...)



Grundpreise vergleichen: Nicht immer ist in einer optisch größeren Verpackung wirklich mehr drin! Nicht immer ist die Großpackung auch die günstigere.



Nicht hungrig einkaufen gehen! Mit leerem Magen kauft man schnell einmal zu viele Lebensmittel.



Preis ist nicht das einzige Kriterium! Achten Sie auf Labels wie z. B. das Bio-Label!



Beim Warten vor der Kassa besonders konsequent sein und den Verlockungen der Süßwaren widerstehen.



Mit den Kindern rechtzeitig über Strategien der Supermärkte reden und ihnen erklären, dass die Süßigkeiten im Kassensbereich tabu sind.

Achtung Einkaufsfallen!

Pseudo-Aktion: Berge von Lebensmitteln vermitteln Aktionscharakter. Das verleitet dazu, zuzugreifen und nicht mehr auf den Preis zu achten.

Pseudo-Gewinn: Den KundenInnen wird eingeredet, dass sie sogar einen Gewinn erzielen, wenn sie sich für ein bestimmtes Produkt entscheiden. Der Preis wird meist verschwiegen. Stattdessen locken Werbesprüche wie „Sparen Sie 10 Euro!“. Ob es sich dabei tatsächlich um ein Schnäppchen handelt, ist fraglich. Unwissende werden so dazu verleitet, überbewertete Waren zu kaufen.

Preistricks: Z. B. „Statt“-Preise und Preisempfehlungen des Herstellers, die über dem Verkaufspreis liegen.

Groß- und Mehrfachpackungen: Sie sind nicht in jedem Fall günstiger (der Grundpreis ist oft sehr klein vermerkt, der Vergleich erfordert Aufwand).

Extragroßer Einkaufswagen: Die Artikel verlieren sich in dem großen Einkaufswagen. Man gewinnt den Eindruck, dass sich die Fahrt zum Supermarkt gar nicht gelohnt hat.

Licht- und Farbenfalle: Fleisch sieht z. B. bei rotem Licht saftiger aus. Auch die Beleuchtung von Obst und Gemüse ist oft im Detail geplant.

Duftmarketing: Nicht zufällig duftet es in der Waschmittelabteilung nach Seife und bei Backwaren nach frischem Gebäck.

Gratis-Verkostung: Fast jede/r freut sich über nett dargebotene Häppchen – sie regen den Appetit an. Meist fällt es dann schwer, das neue Produkt nicht zu kaufen, man fühlt sich dazu verpflichtet. Es spricht nichts dagegen, ein neues Produkt zu verkosten, um zu sehen, ob es überhaupt schmeckt. Fühlen Sie sich aber auf keinen Fall zum Kauf verpflichtet!

Umweltbewusst einkaufen

Als Konsument/in viel bewirken!

- **Regional und saisonal statt global kaufen.**  Österreichisches Bio-Obst kann reif geerntet werden und hat dadurch einen volleren Geschmack und einen höheren Vitamingehalt. Außerdem verursacht Obst aus Österreich weniger Transport-CO₂.



- **Bio kaufen.** Gut für Umwelt und Gesundheit!

- **Einkaufstasche, Sack oder Korb mitnehmen.** Das spart Geld UND hilft der Umwelt!

- **Mehrwegsysteme verwenden.** Diese sind ein wichtiger Beitrag zur Abfallvermeidung.



- **Mogelverpackungen meiden.** Viel Verpackung – wenig Inhalt ist Indiz für ein schlechtes Preis-Leistungs-Verhältnis und vergrößert den Abfallberg.

- **Fleisch und Eier aus artgerechter Haltung kaufen.**

- **Auch mal zu Fuß oder mit dem Rad einkaufen.** Das ist gut für Umwelt, Budget und Figur!

- **Klima-Diät.** Ebenfalls gut für die Figur ist eine gesundheitsbewusste Ernährung mit mehr Gemüse und weniger Fleisch.

- **Altstoffe trennen.** Anfallende Verpackungen gehören nicht in den Restmüll, sondern ins Altstoffsammelzentrum oder die dafür vorgesehenen Sammelbehälter!



ARA SYSTEM
Verpackung • Sammeln • Sortieren • Verwerten

Wichtige Geschäftszonen

Bremszone im Eingangsbereich

Meist befindet sich dort die Obst- und Gemüseabteilung, die eine kaufstufördernde Wochenmarkt-Atmosphäre vermitteln und das Gehtempo verlangsamen soll.



Auflaufflächen und Kopfseiten der Gondeln

Sie werden besonders beachtet und sind oft mit (Pseudo-) Aktionsware bestückt.

Aufsteller

Sie bremsen das Gehtempo der KundInnen und ziehen die Blicke auf die darin gelagerten Produkte. Meist handelt es sich um typische Impulsware, die eigentlich nicht benötigt wird.



Kassenzone

Hier müssen die KundInnen zwangsläufig verweilen. Achtung: Impuls- und Quengelware!



Gangkreuzungen

Hier müssen sich die KundInnen neu orientieren und blicken auf die Waren im Kreuzungsbereich.