

2 KONSUMFALLEN

INFO

Psychologen und Marketingstrategen erforschen unser Konsumverhalten. Sie beobachten unsere Laufwege im Supermarkt, analysieren die beste Regalhöhe für teure Produkte, wissen, wie Musik unser Kaufverhalten beeinflusst, und denken sich interessante Werbeangebote aus. Es werden sogar Hirnströme gemessen, um die Wirkung von Präsentationsformen auf uns Verbraucher zu testen. Je besser man die Verkaufstricks kennt, desto einfacher ist es, den gezielten Verführungen zu widerstehen.



Die tolle Präsentation der Klamotten, oft mit musikalischer Untermalung, ist schon ganz schön verführerisch.

Man sollte sich klarmachen, dass der Handel uns als besonders interessante Zielgruppe sieht und uns deshalb besonders strategisch umwirbt.



Lust aufs Einkaufen? Welche Verkaufstricks sind dir bereits aufgefallen? Kreuze an und notiere, wann und wo ist dir was aufgefallen?

<input type="checkbox"/>	Sonderangebote Genau prüfen – sie sind oft gar nicht so billig, wie sie wirken.
<input type="checkbox"/>	Musik Mit Wohlgefühl wird Kaufanreiz erzeugt.
<input type="checkbox"/>	Große, farbige Preisschilder Wirken wie Sonderangebote, sind es jedoch oft nicht
<input type="checkbox"/>	Augenhöhe Hier werden meist die teureren Artikel präsentiert.
<input type="checkbox"/>	Großpackungen Erwecken den Eindruck, günstiger zu sein – unbedingt nachrechnen
<input type="checkbox"/>	Quengelware Süßigkeiten an der Kasse verleiten beim Warten dazu, zuzugreifen.
<input type="checkbox"/>	Verknappung „... nur solange der Vorrat reicht“ – das verführt gern zum schnellen Zugriff.
<input type="checkbox"/>	Teuer steht rechts Aufbau gegen den Uhrzeigersinn, damit die rechte Hand leichter zupacken kann
<input type="checkbox"/>	Duft Ofenwarmes Brot und feine Kräuteraromen vermitteln angenehme Atmosphäre.
<input type="checkbox"/>	Wühltische Enthalten neben günstigen Angeboten auch oft teure Waren
<input type="checkbox"/>	Lange Wege Der Gang durch den Supermarkt wird so geplant, dass möglichst viele Waren präsentiert werden können.