



Foto: Sergey Ryzhov / Fotolia

## EINKAUFSFALLEN IM SUPERMARKT

Zwei Drittel aller Einkäufe werden spontan getätigt. Weder der Aufbau eines Supermarktes noch die Einrichtung oder Warenplatzierung werden daher dem Zufall überlassen. Auch Musik und Duft oder die Präsentation und Verpackung der Waren unterstützen die Absicht der Händler: Kunden sollen zu einem impulsiven Kauf verführt werden. Werbepsychologen, Designer und Marketingexperten arbeiten zusammen, um unsere kleinen Schwächen auszunutzen. Da locken Verkostungen, Fleisch wird in günstigem Licht gezeigt, die Vergleichbarkeit von Nahrungsmitteln mit portionsbezogenen Nährwertangaben erschwert. Immer wieder wird dabei auch gegen gesetzliche Vorschriften verstoßen. Gleichzeitig ist es für Laien nicht einfach, die gesetzlich vorgeschriebene Kennzeichnung von Lebensmitteln überhaupt richtig zu deuten. Schon bevor der Supermarkt betreten wird, greifen die Tricks der Märkte: In Werbebroschüren und Zeitungen beworbene Sonderangebote sind häufig vergriffen und dienen in erster Linie dem Zweck, Kunden in den Supermarkt zu locken.

Der Vortrag soll dabei helfen, Fallstricke im Supermarkt zu erkennen und zeigt auf, wie Kunden sich gegen Missstände wehren können.




---



---

<b>Format:</b>	Vortrag
<b>Zielgruppe:</b>	Verbraucher, Multiplikatoren
<b>Zeitbedarf:</b>	Nach Rücksprache
<b>Teilnehmerzahl:</b>	Nach Rücksprache
<b>Kosten:</b>	Nach Rücksprache
<b>Kontakt:</b>	lebensmittel@vzsa.de

---



---