



Psycho-Tricks im Supermarkt

- **Die Regale im Supermarkt werden so aufgestellt, damit du an möglichst vielen vorbei gehen musst. (EIN)**
- Die Gänge im Supermarkt müssen möglichst breit sein, damit du schnell durch den Supermarkt gehen kannst. (RGI)
- An den Kassen werden gerne Süßigkeiten platziert, dass du beim Warten schön naschen kannst. (EKO)
- **Mit Einkaufszettel kaufst du eher nur die Lebensmittel ein, die du wirklich brauchst. (KAUF)**
- Die günstigeren Marken befinden sich immer im Regal in Augenhöhe. (TILK)
- **Die Lebensmittel, die man täglich braucht, werden möglichst weit weg von den Kassen angeboten. (SFAL)**
- Viele Waren in einem großen Sonderstand bedeuten immer günstige Sonderangebote. (HELO)
- **Bei Sonderangeboten sollte der Kunde immer überprüfen, ob das Produkt tatsächlich günstiger ist. (LESU)**
- Die Einkaufswagen sind immer recht groß, damit du deine Lebensmittel übersichtlich darin transportieren kannst. (DOSI)
- **Musik im Supermarkt bringt gute Laune und stimmt einkaufsfreudig. (PERM)**
- In Brotabteilungen riecht es so lecker, weil das Brot immer frisch ist. (KOF)
- **Wühltische und „Aufsteller“ stehen oft mitten im Gang, damit du abgebremst wirst und länger im Supermarkt bleibst. (ARKT)**

Lösungswort:

EINKAUSFALLE SUPERMARKT



Aufbau eines Supermarktes

Diese Verkaufsstrategien stecken dahinter:



Grundnahrungsmittel wie Milch, Obst, Fleisch, Getränke sind gezielt **über den gesamten Supermarkt verteilt**, damit der Kunde an möglichst vielen Regalen vorbei gehen muss.



Frischetheken für Wurst, Fleisch und Käse befinden sich immer im **hinteren Teil des Supermarktes**, damit der Kunde auch andere Produkte sieht und kauft.



Obst und Gemüse werden immer am **Anfang des Supermarktes** angeboten, weil die Farben und Gerüche den Kunden positiv auf den Einkauf einstimmen.



Wühltische und **Kundenstopper** versperren oft den halben Gang, um den Kunden zu verlangsamen. Je länger sich ein Kunde im Supermarkt aufhält, um so mehr kauft er auch in der Regel.



Die teuersten Artikel wie **Markenartikel** stehen immer in Sichtweite. Sie werden zuerst gesehen und schnell in den Einkaufswagen gelegt.



In der **Kassenzone** werden noch während der Wartezeit weitere spontane Einkäufe gemacht, wie zum Beispiel Schokolade, Bonbons, Kaugummis. Dies wird als **Quengelware** bezeichnet. Zielgruppe sind hier Kinder, die beim Anblick dieser Waren zu quengeln beginnen. Alkohol, Zigaretten, Alkohol, kosmetische Produkte oder Zeitschriften sollen Erwachsene ganz zum Schluss noch zum Kauf verleiten. Dieses nennt man auch **Impulsware**.