

Schlau trinken!

Im Supermarkt

Schulstufe:

Unter- und Oberstufe

Ziel:

Die Schüler* können die Positionierung von Getränken in Supermärkten sowie die Anteile der Getränkegruppen aus dem Trinkdreieck in Bezug auf das Gesamtangebot beschreiben.

Vorbereitung:

- Drucken Sie die Schülerhandouts aus (Arbeitsblatt 1 - 1x pro Schüler; Arbeitsblatt 2 - 1x pro Gruppe)

Materialien:

- Schülerhandouts
- Stifte
- Taschenrechner

Durchführung:

Die Umsetzung dauert erfahrungsgemäß 100 Minuten. Die Schüler besuchen mit der Klasse einen Supermarkt. Es werden Kleingruppen gebildet, die gemeinsam die auf dem Handout gestellten Fragen diskutieren und beantworten. Anschließend Besprechung der Fragen gemeinsam in der Klasse.

Zusatzinformationen zu den Fragen 1 und 2:

- 1) Lebensmittelgruppen haben in Supermärkten meist eine ganz bestimmte Position. Obst und Gemüse werden häufig gleich nach dem Eingang angeboten, da sie für „Frische“ und „Gesundheit“ stehen. Grundnahrungsmittel wie z.B. Milchprodukte oder Getränke finden sich in Supermärkten meist im hinteren Bereich, da der Konsument diese kennt und gezielt auf diese zusteuert. Je näher man zum Kassenbereich gelangt, desto mehr Produkte wie Snacks und Süßigkeiten werden angeboten.
- 2) Getränke befinden sich gerade in größeren Supermärkten meist im hinteren Geschäftsbereich. Dies hat einerseits logistische Gründe (Getränke werden meist auf großen Paletten transportiert und eher sperrig und schwer) und andererseits zählen Getränke zu jenen Lebensmittelgruppen, die von den Kunden regelmäßig gekauft werden (sodass die Kunden auf der Suche nach den Getränken an ganz vielen anderen Produktgruppen und Angeboten vorbeigehen müssen).

- 1) Zeichne auf der Blattrückseite einen Grundriss des Geschäfts und trage in ihn die Position folgender Lebensmittelgruppen ein:
Obst, Gemüse, Milchprodukte, Fleisch und Fleischprodukte, Brot und Gebäck, Getränke, Tiefkühlprodukte, Süßigkeiten

- 2) Überlege dir und notiere, warum sich Getränke an der von dir eingetragenen Stelle befinden?

- 3) Berechne die mengenmäßigen Anteile der einzelnen Getränkegruppen aus dem Trinkdreieck bezogen auf das Gesamtangebot (ohne alkoholischen Getränke) an Getränken. Zähle hierfür die Anzahl der Getränkereihen (D.h. zähle immer nur die erste Flasche einer Reihe). Dann berechnest du den prozentuellen Anteil (die Anzahl aller Getränkereihen insgesamt entspricht 100 %).

Getränkegruppe	Reihen	%-Anteil
Mineralwasser		
Gespritzte Fruchtsäfte		
Fruchtsäfte (100%)		
Fruchtnektare		
Wellnessgetränke		
Eistee		
Light-Getränke		
Limonaden		
Energy-Drinks		
Gesamt		

Welche ist die stärkste und welche ist die schwächste Gruppe?

- 4) Die Präsentation der Waren in den Regalen spielt eine große Rolle im Verkauf. Je mehr ein Produkt ins Auge sticht, d.h. in Augenhöhe angeboten wird, desto eher wird es vom Kunden gekauft. Beschreibe deshalb die Positionierung der Getränke in den Regalen. Welche Getränke befinden sich in Augenhöhe, in Hüfthöhe oder in Kniehöhe?

Getränkegruppe	Position
Mineralwasser	
Gespritzte Fruchtsäfte	
Fruchtsäfte (100%)	
Fruchtnektare	
Wellnessgetränke	
Eistee	
Light-Getränke	
Limonaden	
Energy-Drinks	

An wie vielen Sonderangeboten bist du vorbeigegangen, bis du zu den Getränken gekommen bist?

