

Verkaufstricks erkennen

23.10.2020, 13:48 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *VERBRAUCHER INITIATIVE e. V.*



Bewusst und selbstbestimmt konsumieren

Berlin, 23. Oktober 2020. Bei der Warenplatzierung im Handel wird kaum etwas dem Zufall überlassen. Was wo und wie steht, hat System. Ziel ist immer, dass der Kunde möglichst viel kauft. Vermeintliche Rabatt- und Sparangebote verleiten zu ungeplanten Spontankäufen. Die sind meist nicht nur teurer, sondern fördern Überfluss und Lebensmittelverschwendung. Die VERBRAUCHER INITIATIVE nennt die häufigsten Tricks.

Es fängt mit dem Einkaufswagens an: sperrig und nach hinten abfallend suggeriert er ständig „da geht noch mehr rein!“. Auch die Ladenarchitektur ist nicht zufällig gewählt. Oft finden sich Grundnahrungsmittel wie Eier und Milch weit hinten und verteilt, so dass man auf dem Weg dahin an möglichst vielen Regalen vorbeikommt – und spontan zugreift. Wer die folgenden Tricks kennt, kauft überlegter ein und vermeidet so eher Lebensmittelabfälle:

- Lockangebote, die mit Aussagen wie „nur für kurze Zeit“ oder „limitierte Auflage“ werben, erzeugen das Gefühl, sofort zugreifen zu müssen. Oft ist das vermeintlich „rare“ Produkt aber gar nicht knapp bzw. weiter lieferbar.
- Nimm zwei, zahl eins: Bei solchen Angeboten ist der Preis oft hoch genug angesetzt, um das „Gratis“-Produkt mit abzudecken. Am Ende bezahlt man oft mehr, als wenn man ein aktionsfreies Alternativ-Produkt gekauft hätte.
- Häufig werden Preise in Raten angegeben, selbst wenn gar keine Ratenzahlung möglich ist, z. B. mit Aussagen wie „nur 6,49 Euro/Monat*“. Die Anschaffung soll dadurch günstiger erscheinen, als sie ist.
- Händler spielen gern mit Zahlen. So klingen bspw. 20 Prozent Rabatt zunächst nach mehr als 7 Euro, auch wenn der Preis am Ende derselbe ist.
- Preisschilder in Signalfarben sollen Preisnachlasse suggerieren, obwohl es gar keinen Rabatt gibt.
- Günstige Ware befindet sich meist in den unteren Regalen („Bückzone“). In der „Greifzone“ steht das, was die höchste Marge verspricht.
- Gern stellen Händler je ein günstiges, mittelpreisiges und ein teures Produkt gemeinsam aus. Der scheinbare Vergleich soll in dem Fall zum Kauf des mittelpreisigen Artikels animieren, der die höchste Marge bringt.
- Auch in der Gastronomie wird gern getrickst. Speisekarten weisen z. B. bewusst wenige teure Gerichte auf, um die gewinnbringenden Gerichte der mittleren Preiskategorie günstiger wirken zu lassen.

Weitere Tipps für bewussteren Konsum finden Sie im Themenheft „Klimafreundlich einkaufen“ der VERBRAUCHER INITIATIVE. Die 16-seitige Broschüre kann für 2,00 Euro (zzgl. Versand) unter www.verbraucher.com bestellt oder heruntergeladen werden.

Portrait

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. ist der 1985 gegründete Bundesverband kritischer Verbraucherinnen und Verbraucher. Schwerpunkt ist die ökologische, gesundheitliche und soziale Verbraucherarbeit.

News-ID: 1105230 • Views: 537 (Stand: 09.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1105230/Verkaufstricks-erkennen.html>