

## Wie wir beim Einkauf manipuliert werden

Von Mirjam Comtesse. Aktualisiert um 11:39 Uhr [47 Kommentare](#)

Wer einkauft, bringt oft mehr heim als geplant. Denn die Händler packen uns bei unseren Schwächen. Nun gibt es Abhilfe: Ein neues Buch verrät die dreiesten Tricks und wie man ihnen entgeht.



Viel Verpackung, wenig drin: Konsumenten müssen aufpassen, um nicht auf die vielen Tricks der Hersteller und Händler hereinzufallen.

Bild: afp

### Umfrage

Wir werden im Supermarkt manipuliert und kaufen (fast) immer mehr, als wir wollten, sagen zwei Professoren. Was hilft, ist eine Liste. Kaufen Sie mit einer Einkaufsliste ein, und halten Sie sich auch daran?

- Ja, ich kaufe geplant
- Nein, ich nehme, was mich anmacht

### Wo soll man anstehen?

Mathematiker haben herausgefunden, dass nicht die Länge einer Warteschlange vor der Kasse entscheidend ist. Andere Faktoren sind verantwortlich dafür, wie schnell es vorwärtsgeht. Dazu gehören die Menge an Artikeln, die in den Einkaufswagen vor uns liegen, wie schnell die Kunden ihre Ware einpacken und Störfaktoren wie etwa, wenn eine Preisetikette fehlt.

Willy Schneider und Alexander Hennig halten fest: «Kassenwechsel lohnt sich in den meisten Fällen nicht.» Meiden sollte man aber auf jeden Fall die Kasse, die am nächsten am Kundenstrom liegt. Denn hier stellen sich die meisten an. Ebenfalls nicht zu empfehlen ist die Kasse, die am weitesten entfernt ist, weil hier schon alle Schlaumeier anstehen. *mjc*

### Tipps für den Einkauf

Entspannende Musik, gezielte Anordnung der Ware, feiner Duft nach frischem Brot: Die Detailhändler wissen genau, wie sie ihre Kundinnen und Kunden dazu bringen, sich wohlfühlen und ganz nebenbei mehr einzukaufen. «Nur ein Drittel unserer Einkäufe ist fest geplant. Der Rest läuft mehr oder weniger spontan ab.» Dies halten die beiden deutschen Wirtschaftswissenschaftler Willy Schneider und Alexander Hennig in ihrem Buch «Zur Kasse, Schnäppchen!» fest. Sie zeigen auf, wie uns die Detailhändler tagtäglich manipulieren:

### Trick 1: Grosspackungen

«Wir haben immer das Gefühl, es gebe einen Mengenrabatt», erklärt Alexander Hennig auf Anfrage. «Doch Untersuchungen zeigen, dass das oft gar nicht so ist.» Letzten Endes können zwei kleine Packungen günstiger sein als die Jumbovariante. Deshalb gilt: immer den Referenzpreis anschauen und sich von vermeintlichen Rabatten nicht in die Irre führen lassen.

Mit Grosspackungen kurbeln die Händler auch den Konsum an. Als typisches Beispiel nennt Hennig den US-Kaugummi Wrigley's: «Seit einiger Zeit gibt es ihn in grossen Plastikdosen.»

### Schweiz

17:43  
[EU-Beitritt beim Volk ohne Chance](#)

17:01  
[Selber schuld, wer beim Rodeln verunfallt?](#)

13:59  
[Lehnt sich der Brüssel-Abgesandte zu weit aus seinem Berner Fenster?](#)

13:15  
[Hungerstreik – manchmal bis zum Tod](#)

12:30  
[Sexueller Missbrauch: Thurgauer Pfarrer tritt zurück](#)

09:51  
[Wo die Gurtenmuffel wohnen](#)

### Meistgelesen in der Rubrik Schweiz

- 1 [Wie wir beim Einkauf manipuliert werden](#)
- 2 [Wo die Gurtenmuffel wohnen](#)
- 3 [Europa: Unsere Zukunftsdenker werden von der Gegenwart überholt](#)
- 4 [Lehnt sich der Brüssel-Abgesandte zu weit aus seinem Berner Fenster?](#)
- 5 [Ein Geben ohne Nehmen?](#)
- 6 [Hungerstreik – manchmal bis zum Tod](#)

### Der Raubzug der Pink Panther

**Das Resultat:** Der Konsument kauft genau, was wir brauchen, und lassen uns weniger leicht verführen.

Niemals hungrig in den Supermarkt gehen: Knurrende Magen kaufen mehr.

Auf den Referenzpreis achten. Grösser ist nicht unbedingt günstiger. Deshalb sollte man beispielsweise die Preise pro 100 Gramm vergleichen.

Nicht auf Sonderangebote hereinfallen. Und sogar falls das Produkt tatsächlich günstiger ist: Brauchen Sie es wirklich?

Wenn immer möglich einen Tragekorb nehmen anstelle eines Einkaufswagens. Denn ein Einkaufswagen verleitet zu grösseren Einkäufen.

Bar zahlen. Es tut mehr weh, als Geld mit Maestro- oder Kreditkarte zu überweisen.*mjc*

Convenience-Food sind einzelne Portionen gefragt. Doch die Gefahr der Manipulation sei noch grösser als bei Grosspackungen, meint Hennig. «Wenn das Produkt um zwei Drittel kleiner ist als früher, dann wird der Preis vielleicht nur um die Hälfte verringert. Der Konsument hat aber das Gefühl, er komme besser weg, weil er bloss den Endpreis vergleicht.»

### Trick 3: Die Elternfalle

Kurz vor der Kasse, genau auf Augenhöhe der Kinder, legen die Detailhändler ihre Leckereien aus: Smarties, Schoggistängel, Kaugummi. Für Eltern, die sich nichts aufzwingen lassen wollen, gibt es nur einen Ausweg. Sie müssen solche «Quengelware» zum Tabu erklären. Besonders raffiniert: Der Preis wirkt auf den ersten Blick niedrig. Doch absolut gesehen erhalten die zahlenden Erwachsenen nur einen Schoggiriegel, während sie im Süswarenregal eine Packung mit mehreren Riegeln hätten erstehen können – zu einem niedrigeren Stückpreis.

### Trick 4: Versteckte Aufschläge

Anstatt den Preis zu erhöhen und damit die Konsumenten zu verärgern, verringern die Produzenten einfach die Menge pro Packung. Laut Alexander Hennig ist dies vor allem bei Markenprodukten beliebt.

Ebenfalls gefährlich: Wenn unmittelbar neben der Pasta Dosentomaten und Parmesan stehen. Zwar genügt so ein Griff, um alle Zutaten zusammenzuhaben. Doch die Bequemlichkeit rächt sich. «Diese Produkte sind im Regelfall teurer als die Dosentomaten aus der Konservenabteilung», schreiben Schneider und Hennig.

### Trick 5: Die Anordnung

Wir lesen Regale wie einen Text, von links nach rechts. Deshalb stehen die teureren Produkte in der Regel dort, wo unser Blick hängen bleibt: rechts. Es empfiehlt sich auch, ab und zu in die Knie zu gehen, um die billigeren Angebote zu finden. Und die Waren, die wir häufig benötigen, wie Milch, sind oft in der hintersten Ecke eines Supermarkts. So müssen wir den Laden durchqueren und bleiben vielleicht noch an einem anderen Regal hängen.

Schneider/Hennig: Zur Kasse, Schnäppchen! Südwest, 19.90 Franken.

(Berner Zeitung)

Phänomen tritt bei sogenannten Kombipackungen auf – zum Beispiel in Form von Zahnbürste, Zahnpasta und Zahnseide. Ursprünglich hätte ein Kunde wohl nur eine der drei Komponenten gekauft.

Die Stiftung für Konsumentenschutz (SKS) stört sich noch aus einem dritten Grund an grossen Mengen: «Wir prangern diesen Trend vor allem bei den Süssgetränken an. Entweder trinkt man sie sofort, oder dann muss man sie oft wegwerfen, weil sie nicht haltbar sind», sagt die SKS-Geschäftsleiterin Sara Stalder. Ein Problem sei dies nicht zuletzt, weil immer mehr Kinder an Übergewicht litten.

### Trick 2: Kleinpackungen

Immer mehr Schweizerinnen und Schweizer leben in einem Einpersonenhaushalt. Aus diesem Grund bieten die Detailhändler vermehrt Kleinpackungen an. Vor allem beim



### Pink Panther, VII: Entführung einer hochkarätigen Gräfin aus Tokio

Seit Jahren narren Juwelendiebe aus dem Balkan die Polizei. So nah wie der Autor unserer Exklusiv-Serie ist noch niemand den Pink Panther gekommen.

[Alle bisher erschienenen Folgen](#)

### SINGLEREISEN: DIE BESTEN ZIELE



ElitePartner.ch gibt Tipps, wie Singles den besten Urlaubsort finden.

### Die neue EU-Debatte



Im Verhältnis der Schweiz mit der EU herrscht ein neuer Ton – EU-Exponenten stellen den bilateralen Weg in Frage, die Schweiz wehrt sich gegen Automatismen.

[Das Neueste im aktuellen Dossier](#)

### MAMA BLOGG



### Die Frauenfrage

Was will das Weib wirklich? Nachdenken über eine Utopie.

### FREIZEIT-IDEEN



Die schönsten Wanderungen – vom Klassiker bis zum Geheimtipp. Gutschein CHF 10.–!

### Umfrage