



<b>Titel</b>	<b>DER DSCHUNDEL IM SUPERMARKT</b>
<b>Einführung</b>	In diesem Workshop werfen wir einen Blick in die Welt der Lebensmittelwerbung und auf die Versuchungen, die im Alltag in uns ausgelöst werden, auch wenn wir uns dessen nicht immer „bewusst“ sind. Und wir besuchen einen Supermarkt
<b>Zielsetzung / Ziel der Lehrkraft</b>	Erforschung der Versuchungen, denen wir auf dem Weg zum Supermarkt begegnen
<b>Bezug zum Kompetenzrahmen <a href="#">EINFÜHRUNG IN DEN KOMPETENZRAHMEN FÜR VITALITÄT Kopie (vitalityforthefuture.eu)</a></b>	
<b>Bereiche (überprüfen Sie die Bereiche und die damit verbundenen Aspekte unten)</b> <input type="checkbox"/> Körperliche Funktionen <input type="checkbox"/> Psychisches Wohlbefinden <input type="checkbox"/> Sinnhaftigkeit <input type="checkbox"/> Lebensqualität <input type="checkbox"/> Teilhabe <input checked="" type="checkbox"/> Tägliches Funktionieren	
<b>Materialien</b>	Aufgabe Supermarkt Klassenzimmer Supermarkt  Erklärung im Klassenzimmer, wie "sie" versuchen, "uns" zu verkaufen, was sie wollen. Wie funktioniert das Marketing. Gehen Sie mit der Gruppe in einen Supermarkt, mit der Aufgabe "Der Dschungel im Supermarkt".
<b>Auseinandersetzung mit dem Thema</b>	<b>Beschreibung des Workshops „Der Dschungel im Supermarkt“</b> <b>2. Jahrgangsstufe, Dauer des Workshops: 3 Stunden</b> In diesem Workshop werfen wir einen Blick in die Welt der Lebensmittelwerbung und auf die Versuchungen, die im Alltag in uns ausgelöst werden, auch wenn wir uns dessen nicht immer bewusst sind. Die Werbefachleute sagen uns, wer wir sein können und wie wir uns fühlen können, wenn wir bestimmte Lebensmittel essen. Produkte werden empfohlen, um Sie davon zu überzeugen, sie zu konsumieren. Wie werden wir verführt und was ist Neuromarketing? Welche Auswirkungen haben Farben, Düfte, Werbesprüche, Rabatte usw. auf unser Gehirn? Um dies zu erforschen, gehen wir physisch durch einen Supermarkt, um nach den Verlockungen zu suchen und Antworten darauf zu finden, warum wir für sie empfänglich sind.





Wenn Sie verstehen, warum Werbung funktioniert, lassen Sie sich weniger leicht von ihr beeinflussen und gehen mit einer neuen Perspektive durch den Supermarkt.

### **Der Dschungel im Supermarkt.**

Einleitung: Ernährung und Verlockung

- Marketing
- Neuromarketing (Hormone, Gehirn, Emotionen und Gefühle, Duft, Farbe, Antlitz, Formen, Licht und Töne)
- Etiketten, Slogans, Marken, gesundheits- und nährwertbezogene Angaben
- Geschmacksverstärker (verarbeitete Lebensmittel)
- Warum sind dbzgl. alle so empfindsam?
- Zielpublikum, Standortgeschäfte
- Betreten Sie den Supermarkt mit einem neuen Blickwinkel
- Widerstehen von Verlockungen
- Bewusstsein schaffen → Verhaltensänderung

Gehen Sie in Gruppen durch den Supermarkt

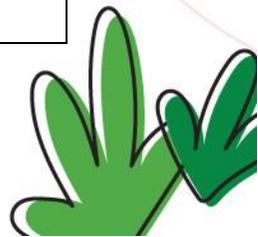
- Verteilen Sie den Auftrag
- Teilen Sie die vereinbarte Zeit mit, wann Sie wieder im Klassenzimmer sind.
- Einführung in die Arten der Versuchung und die Gründe, warum diese in den Menschen etwas auslösen
- Preis, Qualität, Gesundheit, Verpackung usw.

Nachbesprechung

- Fragen an die Klasse stellen / Fragen zur Aufgabe durchgehen
- Was haben wir daraus gelernt?
- Wer kann eine neuen Blickwinkel einnehmen?
- Wer würde sein Verhalten ändern?

Tipps/Werkzeuge

- Lebensmittelliste
- Kaufen Sie nur, was Sie kaufen wollen
- Teure Marken gegenüber Eigenmarken





- Unterste Regale
- Riesige Vorteilspackungen
- Schneller Zucker
- Etiketten/Verpackungen lesen (irreführende Informationen)
- Berechnen Sie den Preisunterschied (ist es tatsächlich kosteneffizienter?)
- Teure Marken sind oft im Angebot
- Brauche ich das wirklich?
- Süßigkeiten an der Kasse
- Gehen Sie nicht "hungrig" in den Lebensmittelladen
- Gruppenzwang

#### Wer bestimmt, was Sie kaufen....?

- 

#### **Aufgaben zum Workshop**

Der Supermarkt ist ein Dschungel voller Versuchungen. Verlockende, aber oft ungesunde Produkte sind auf Augenhöhe im Laden platziert und werden häufig mit Rabatten angeboten, um die Kundinnen und Kunden zu überzeugen, ihren Gelüsten nachzugeben. Denken Sie an die Versuchungen, denen Sie in einem Supermarkt begegnen. In welchem Gang ist die Verlockung am größten? Oder die kleinste?

- Gehen Sie in den Gang mit **Chips und Nüssen**. Mit welchen Methoden werden die Kundinnen und Kunden dazu verleitet, die ungesündere Wahl zu treffen? Schauen Sie sich die Verpackungen und die Preise an. Was erregt Ihre Aufmerksamkeit? Ist eines der Produkte vielleicht im Angebot?
- Gehen Sie in den Gang mit den **Süßigkeiten, Keksen und Schokolade**. Mit welchen Methoden werden die Kundinnen und Kunden dazu verleitet, die ungesündere Wahl zu treffen? Schauen Sie sich die Verpackungen und die Preise an. Was erregt Ihre Aufmerksamkeit? Ist eines der Produkte vielleicht im Angebot?
- Gehen Sie zum Gang mit den **Tiefkühlprodukten (Pizza, Eiscreme usw.)**. Mit welchen Methoden werden die Kundinnen und Kunden dazu verleitet, die ungesündere Wahl zu treffen? Schauen Sie sich die Verpackungen und die Preise an. Was fällt Ihnen auf? Ist eines der Produkte vielleicht im Angebot?
- Gehen Sie zum Gang, der zur **Kassa** führt. Mit welchen Methoden werden die Kundinnen und Kunden dazu verleitet, die ungesündere Wahl zu





	<p>treffen? Schauen Sie sich die Verpackungen und die Preise an. Was fällt Ihnen auf? Ist eines der Produkte vielleicht im Angebot?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Gehen Sie zum Gang mit den <b>Milchprodukten</b>. Mit welchen Methoden werden die Kundinnen und Kunden dazu verleitet, die ungesündere Wahl zu treffen? Schauen Sie sich die Verpackungen und die Preise an. Was fällt Ihnen auf? Ist eines der Produkte vielleicht im Angebot?</li><li>• Gehen Sie zu den Gängen mit <b>Limonaden und Softdrinks</b>. Mit welchen Methoden werden die Kundinnen und Kunden dazu verleitet, die ungesündere Wahl zu treffen? Schauen Sie sich die Verpackungen und die Preise an. Was fällt Ihnen auf? Ist eines der Produkte vielleicht im Angebot?</li><li>• Überlegen Sie sich Strategien, wie Sie den Verlockungen im Dschungel der Supermärkte widerstehen können.</li></ul> <p><i>Bitte beachten Sie: Düfte, Farben, Musik, Licht, Mitarbeiter, Werbung usw.</i></p>
Art der Aktivität (Workshop, Aufgabe, Quiz, Diskussion, Präsentation usw.)	Workshop
Dauer	1 Stunde im Klassenzimmer, 30 Minuten im Geschäft, 30 Minuten Auswertung
Endziel (Lernergebnis)	Sensibilisierung für die Marketingstrategien um den Blickwinkel/die Verhaltensweisen der Schüler_innen zu ändern.





Raster - Positive Gesundheit

Bereich/Aspekte							
Körperliche Funktionen	Sich gesund fühlen	Fitness	Beschwerden und Schmerzen	Schlaf	Essen	Befinden	Übung
Seelisches Wohlbefinden	Sich an etwas erinnern	Sich auf etwas konzentrieren	Kommunikation	Fröhlich sein	Sich selbst akzeptieren	Umgang mit Veränderungen	Das Gefühl der Kontrolle
Lebensqualität	Genießen	Glücklich sein	Ausgeglichenheit	Sich sicher fühlen	Wie Sie leben	Mit Geld auskommen	Sich mit sich selbst wohlfühlen
Soziale Teilhabe	Soziale Kontakte	Ernst genommen werden	Gemeinsame Unternehmungen	Zugehörigkeit	Gemeinsam etwas Sinnvolles tun	Unterstützung durch andere	Interesse an der Gesellschaft
Tägliches Funktionieren	Auf sich selbst aufpassen	Die eigenen Grenzen kennen	Kenntnisse über Gesundheit	Der Umgang mit der Zeit	Der Umgang mit Geld	Arbeiten können	In der Lage sein, um Hilfe zu bitten
Bedeutsamkeit	Sinnvolles Leben	Lebensfreude	Ziele erreichen wollen	Vertrauen haben	Akzeptanz	Dankbarkeit	Weiter lernen





## Aufgaben zum Workshop „Der Dschungel im Supermarkt“

Der Supermarkt ist ein Dschungel voller Versuchungen. Verlockende, aber oft ungesunde Produkte sind auf Augenhöhe im Laden platziert und werden häufig mit Rabatten angeboten, um die Kundinnen und Kunden zu überzeugen, ihren Gelüsten nachzugeben. Denken Sie an die Versuchungen, denen Sie in einem Lebensmittelgeschäft begegnen. In welchem Gang ist die Verlockung am größten? Oder die kleinste?

- Gehen Sie in den Gang mit **Chips und Nüssen**. Mit welchen Methoden werden die Kundinnen und Kunden dazu verleitet, die ungesündere Wahl zu treffen? Schauen Sie sich die Verpackungen und die Preise an. Was erregt Ihre Aufmerksamkeit? Ist eines der Produkte vielleicht im Angebot?
- Gehen Sie in den Gang mit den **Süßigkeiten, Keksen und Schokolade**. Mit welchen Methoden werden die Kundinnen und Kunden dazu verleitet, die ungesündere Wahl zu treffen? Schauen Sie sich die Verpackungen und die Preise an. Was erregt Ihre Aufmerksamkeit? Ist eines der Produkte vielleicht im Angebot?
- Gehen Sie zum Gang mit den **Tiefkühlprodukten (Pizza, Eiscreme usw.)**. Mit welchen Methoden werden die Kundinnen und Kunden dazu verleitet, die ungesündere Wahl zu treffen? Schauen Sie sich die Verpackungen und die Preise an. Was fällt Ihnen auf? Ist eines der Produkte vielleicht im Angebot?
- Gehen Sie zum Gang, der zur **Kassa** führt. Mit welchen Methoden werden die Kundinnen und Kunden dazu verleitet, die ungesündere Wahl zu treffen? Schauen Sie sich die Verpackungen und die Preise an. Was fällt Ihnen auf? Ist eines der Produkte vielleicht im Angebot?
- Gehen Sie zum Gang mit den **Milchprodukten**. Mit welchen Methoden werden die Kundinnen und Kunden dazu verleitet, die ungesündere Wahl zu treffen? Schauen Sie sich die Verpackungen und die Preise an. Was fällt Ihnen auf? Ist eines der Produkte vielleicht im Angebot?
- Gehen Sie zu den Gängen mit **Limonaden und Softdrinks**. Mit welchen Methoden werden die Kundinnen und Kunden dazu verleitet, die ungesündere Wahl zu treffen? Schauen Sie sich die Verpackungen und die Preise an. Was fällt Ihnen auf? Ist eines der Produkte vielleicht im Angebot?
- Überlegen Sie sich Strategien, wie Sie den Verlockungen im Dschungel der Supermärkte widerstehen können.

*Bitte beachten Sie: Düfte, Farben, Musik, Licht, Mitarbeiter, Werbung usw.*

