

© 2011 by Hans-Georg Wenke | Hasselstraße 182 | D-42651 Solingen | +49 212 2540110 | wenke@wenke.net

COMMUMEDIA SKETCHBLOG

Wissenswertes, Auffälliges + Pointen aus dem Kommunikations- und Medien-Alltag



ALLES: UMSONST & GRATIS!

Die neue Masche im Einzelhandel

Lehrstunde für Sales & Marketing

- **Wie verkauft man etwas, was teurer wird? Natürlich billiger.**
Rein optisch. Rein angebotsmäßig. *Reine Täuschung.*

Das statistische Bundesamt meldet: Die Lebenshaltungskosten steigen. Der Verbraucher merkt es konkret: Wenn Benzin pro Liter 1,60 Euro kostet, Energie/Heizen diktatorisch teuer ist, die Mieten nicht sinken und selbst unter Sklavenhalter-Bedingungen genähte Kleidungsummel gerne mal 30, 70, 120, 290 Euro kosten – dann bleibt kaum noch Geld für Lebensmittel. **Zumal Deutschland anders ist, anders isst als seine Nachbarn.**

Während in der Schweiz und in Frankreich Lebensmittel und Spezialitäten ihren Preis haben dürfen (wenn nur die Ware wirklich gut ist), in Holland eher das Pragmatische zählt und in Österreich ohnehin alles seinen Preis hat, **fährt Deutschland voll auf Discount, Rabatte, Sonderangebote ab.**
Aber so was von voll ... !!!

Ein Segen und Glücksfall für die Werbung im Discount-Segment. Jetzt kann sie so richtig zuschlagen und das Volk bei seiner eigenen Dösigkeit packen. Die Konsumenten verladen und verlachen. Die Kunden für so dumm verkaufen, dass sie selbst noch davon überzeugt sind, klug-clevere Einkäufer zu sein. Dabei werden sie hinter's Licht geführt, weil sie es so wollen und ihr eigenes Urteils-Unvermögen sie mit hohen Preisen bestraft.

Köder, Abzocke, Verschleierung

Trick 1: Sonderangebote gibt's nur, wenn man andere Dinge zu „regulären“ Preisen kauft. Wieviel Sonderangebot (und Werbung generell) in die „Normalpreise“ eingearbeitet ist, bleibt natürlich jedem verborgen.

Trick 2: Preise wechseln ständig. Das macht für Käufer den Preisvergleich schwer bis unmöglich. Das frühere Wissen „Das kostet aber bei der Konkurrenz ... x Euro“ wird zunehmend nutzlos, weil Preise Achterbahn fahren.

Trick 3: Sortiments-Rochade. Was von der Sache, Marke, Packungsgröße, Aufmachung, dem Bundle her neu und einmalig, „nur für kurze Zeit“, „solange der Vorrat reicht“ ist, kann preislich nicht verglichen werden. Da muss dem völlig überforderten Verbraucher die Ahnung und Vermutung ausreichen, ob es nun „billig“ ist oder nicht. Zu prüfen ist es nicht.

*Dabei, erweisen wissenschaftliche Untersuchungen immer wieder, untrainierte Normalmenschen können überhaupt gar nicht Zahlen, Werte, Mengen objektiv beurteilen, behalten und vergleichen. Sie sind – so bitter es klingt – auf der Stufe von Tieren und Kleinkindern. Denn auch die unterscheiden allenfalls „viel“ und „wenig“. Aber ob, vor allem, wenn man nur einen kurzen Blick drauf wirft“, 12 Äpfel im Korb „mehr“ sind als 11, lässt sich nur entdecken, wenn man in Ruhe nachzählt. Und diese Ruhe hat man beim Einkaufen oder Klicken im Internet oft nicht. **Mit Preis und Menge kann also getrost getrickt werden – es fällt kaum auf.***

Es gibt die wunderbare Vorschrift, dass bei jeder Preisnennung einer „krummen“ Menge auch der Liter- oder Kilopreis angegeben sein muss (ersatzweise 100 gr, wobei nicht jeder weiß, wieviel 100 Gramm ein Kilogramm ergeben!). Und die Meinung, früher sei alles billiger gewesen, so lässt es uns die Lobby per Zeitungsartikel und Kaufkraftstatistiken nachweisen, stimmt ja sowieso nicht oder ? !!



Kurz bevor die DM in Euro getauscht wurde, kostete im gleichen Geschäft der gleiche Käse im Sonderangebot 39 Pfennige/100 Gramm. Jetzt sind es 44 Cent = 86 Pfennige. **In 10 Jahren also plus 120 %.** Verdienen Sie auch jetzt 2,2mal so viel wie vor 10 Jahren?

Ohnehin ist die **Verschiebung von Wertigkeiten** der größte Preisverschleiерer. Ein Strauß Blumen, den schenkt man gerne der Patentante oder Großmutter. Per Klick bestellt, nur 20 Euro. Erstens: dafür können Sie ihr auch den gesamten Balkon mit Blumen zustel-

len - siehe Annonce. Und: für nur 10 Blumensträuße reisen Sie für eine Woche nach Österreich in den Urlaub! Inklusive „Dreiviertel-Pension“, versteht sich!



Österreich - Salzburger Land
 Eigenes Hotel, Hotel Tatzlwurm, ... All inclusive

199.-

Übersicht: Der malerische Ort Wagram liegt in der herrlichen Berglandschaft der Salzburger Spinnach-Auen ca. 4 km südlich von Saalfelden im Pongau.

Hotelausstattung: Das Hotel liegt ca. 1 km vom Zentrum des Ortes Wagram mit zahlreichen Einkaufsmöglichkeiten entfernt. In nur ca. 400 m Entfernung befindet sich die beliebte Mineralwasserquelle, die herrlichste Gemma-Bad-Sprudlung vor Ort. Gemächlich mit viel Holz ausgestattet lädt das Haus zum Wohlfühlen ein und bietet Bar/Küche, BR, Spaieisbad, Sauna und für Kinder ein Kinderspielfeld und Trampolin.

Zimmerausstattung: Die Doppelzimmer (Belagung: min. 2 Erw., max. 2 Erw. + 2 Kinder oder 4 Erw.) verfügen über Bad oder Dusche / WC, Sat-TV und Balkon.

Kindermitbringungen: Bei Unterbringung in Doppelzimmern mit 2 Vollzimmern erhalten 1-2 Kinder bis 12 Jahre 100% und von 13-15 Jahren 50% Ermäßigung.

Wunschleistungen pro Person:
 5 Übernachtungen im 2-Zimmer-Hotel
 2x Doppelzimmer
 1x Frühstück
 1x Koffer
 1x Koffer und Kinder (15.00-18.30 Uhr)
 1x 100% Hotelbuchung für Kinder (11.30-18.30 Uhr)
 1x 50% Hotelbuchung am Abend mit Schokolade
 1x 50% Hotelbuchung (11.00-12.00 Uhr)
 1x Wagen (mit 2 Personen)
 1x 100% Frühstück (mit 2 Personen)
 1x TV-Parasol
 1x 100% Frühstück (mit 2 Personen)
 1x 100% Frühstück (mit 2 Personen)

Preis & Termine 2011
 in EUR / Person im DZ

Termin	Preis
Anreise Samstag 18.06.2011	199.-
20.06.-22.06. 12.08.-23.08.	199.-
09.07.-21.07.-08.08.	229.-

Bezahlungsmethoden: BAR/KC

Veranstalter der Reise: Tatzlwurm
 Zimmerbelegung: 2 Personen

Gutes kann so billig

Blumen

19.99

Jetzt online bestellen: www.salzland-blumen.de



Oder: in einem DVD-Player, der auch MP3 kann und Fernbedienung hat und und und ..., das ist ja schon ordentlich und mächtig Technik. Aber: kostet nur 70 % eines sehr einfachen Elektro-Rasierers. Wo bleibt da noch der Respekt vor Werten, wie sollen Kunden noch das Gefühl haben, reell bedient zu werden???

Alles umsonst, alles geschenkt? Aber klar doch - nicht! Der Kleiderdiscounter fordert die Kids auf, fleißig lustige Magnete zu sammeln. Gibts ja geschenkt. Vorausgesetzt, Mama und Papa lassen - um dem Sammeltrieb der Kleinen auf eine volle Serie gerecht zu werden - mindestens so an die 100 Euro

und mehr im Laden. Na, dafür würde ich auch 8 Magnete verschenken - zu 5 Cent Beschaffungspreis in Fernost. Werbeaufwand: 0,4 %. Das ist günstig.

GRATISWOCHE -

BEI UNS GIBTS WAS GESCHENKT!

hilcono Tortelloni gratis

Knorr Spaghetti Sauce gratis

iglo Gourmet Garnelen gratis

iglo del mar GOURMET GARNELN gratis

Maggi 5 Minuten gratis

BioBio Kneisergemüse gratis

MARTINI gratis

Kronbacher gratis

Seit wann hätte Werbung in umkämpften Märkten vor Suggestionen zurückgeschreckt, die **juristisch gesehen zwar nicht „gelogen“ sind, aber faktisch einem Locken auf die falsche Fährte gleichkommen** (was im Endeffekt aufs gleiche rausläuft: der andere ist getäuscht - und später ent-täuscht. Nämlich verblüfft.) Ja, was heißt das jetzt: „gratis“??? In diesem Fall meint das Unternehmen, zu jeder Packung gibt es noch etwas hinzu, mehr Inhalt, mehr Stücke, mehr Volumen. Zum - ja, zu welchem Preis? Wenn's gratis ist, doch zum gleichen, wie die kleinere Packung?? Ach Jott, wat sind'se nur naiv, wenn'se so denken. **Gratis heißt es doch, weil Sie MEHR bezahlen.** Wie hier, aus diesem Gratiswochen-Geschenkt-Prospekt:

Gratis!

MR.MEN & LITTLE MISS MAGNETE

19.99

BEI JEDEM EINKAUF AB 10 EURO HOL SIE DIR ALLE!

Krombacher Pils
0,568 Liter
zzgl. Pfand -25
(1.22 / l)

+13,5% GRATIS!

=69*
Aktionspreis

Coca-Cola*, Fanta, Sprite oder Mezzo Mix*
*koffeinhaltig (+ 3.- Pfand)
je Ka. 10 x 1,5-l-PET-Fl.

26% billiger!
Statt 11.50

8.40
(= Liter -.56)

Durst auf Bier? Dann ist ein schönes Krombacher nicht das übelste. Und wenn es dann noch 13,5% GRATIS gibt, ja, dann her mit den Dosen. Wohl schon besoffen? Denn im Supermarkt nebenan kostet zur gleichen Zeit das Bier im Literpreis weit weniger. **Von wegen: gratis!** Das gleiche Bier: in der Dose pro Liter 1,22 Euro, in Flaschen (im Kasten) pro Liter 1 Euro. 0,568 Liter Doseninhalt (die „Gratis“-Menge eingerechnet) mal 1 Euro Literpreis (wie in Flaschen) ergibt 57 Cent für den Inhalt der Dose. Aber sie kostet 69 Cent. **SIE ALS KUNDE SCHENKEN DEM DISCOUNTER 12 Cent GRATIS !!!** Ohne dass Sie dafür einen Gegenwert haben. Schön blöd, oder?

Krombacher Pils
(+ 3.10 Pfand)
Ka. 20 x 0,5-l-Fl.

20% billiger!
Statt 12.60

10.-
(= Liter 1.-)

Auch Coca-Cola macht das Gratis-Umsonst-Spielchen mit. In Dosen kostet der Liter 1,02 Euro. In Großflaschen mal gerade -,56 Cent – für die gleiche Zuckerlimonade!!! Das ist fast die Hälfte. Wo bleibt da der ehrliche, wirkliche Geschenkwert für „plus 2 Dosen gratis“? Selbst im regulären Preis, nicht „26% billiger“ wären die Cola-Getränke in der PET-Flasche noch allemal deutlich billiger als die Gratis-Portionen.

Coca-Cola
1 l = 1.02

6 +2 Dosen gratis =
8 x 0,33 l Dosen
Packung
+ 2.00 Pfand

8 er Pack

2.70

Kunden verwirren kann ja sooooo schön sein. Die netten Leute der Veltins-Brauerei wollen dem durstigen Volk mal so richtig gut sein und egal, welche Sorte, welche Flaschengröße: alles nur einen Zehner. Schön. Der Preis gilt für Kästen mit 0,5-Liter und 0,33-Liter-Flaschen. Die Anzahl Flaschen in den Kästen ist unterschiedlich. **NUR - - NUR !!!** : 20 Flaschen à 0,5 Liter sind 10 Liter, 24 Flaschen à 0,33 Liter sind ach so, an dem Tag haben Sie in der Schule beim Rechnen lernen gefehlt? Dann sei es gesagt: sind 7,92 Liter. 1,8 Liter weniger als im Kasten mit den Normalflaschen. Aber der gleiche Preis.

Mithin pro Liter 26% teurer – Mini-Flaschen zum Maxi-Preis.

Und deshalb gilt nach wie vor die alte Grundüberzeugung von uns gelernten Alkoholikern:

Leute, sauft MEHR, das kommt billiger! P R O S T ! ES GIBT GRATIS UND ALLES IST UND WAR UMSONST. ■

Pilsener, Leicht, Alkoholfrei oder Malz
statt ~~12.79~~

VELTINS
20 x 0,5 l

1 l ab 1.00
20/24 Fl. à 0,5/0,33 l
Kasten
+ 3.10/3.42 Pfand

9.99

Weibliche Sprachgene

Früher oder später muss es jemand entdecken und nachweisen: das Gen, welches Frauen anders sprechen lässt als Männer. Männersprache: „**Faule Sau!**“. Frauensprache: „... dass alle sich auch ein wenig gleich anstrengen – das ist wichtig“. Originalzitat der Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel, Physikerin, mit dem Hang zur Unverbindlichkeit im speziell konkreten Irgendwie über die Aufforderung an Euro-gescheiterte Süd-Länder, gleicher und mehrer und spärentiger und urlaubsweniger zu arbeiten. ■

Überhaupt keine Denkgene

Feminismus ist schön, aber selten gut. Es **führt zu Auswirkungen, die von Schwachsinn kaum noch zu unterscheiden sind**. Konkretes Beispiel, berichtet im Solinger Tageblatt (Redaktion: WZ-Gruppe):

„Die kommunale Gleichstellungsbeauftragte der Stadt Goslar, Monika Ebeling, ist von der Ratsmehrheit aus Linken, Grünen und SPD aus dem Amt gejagt worden. Das Vergehen: Sie widmete sich nicht ausschließlich den Anliegen von Frauen und Mädchen, sondern auch den Problemen von Jungen und Männern.“ Anlass des Rauswurfes war ihre Weigerung bei einer Kampagne, bei der Brötchentüten verteilt werden sollten, diesen Text zu akzeptieren: „Gewalt gegen Kinder und Frauen kommt nicht in die Tüte“. Ihr Argument: dadurch würden Männer pauschal zu Tätern abgestempelt – und so sei das Leben eben nicht; Gewalt geht, das berichten Zeitungen täglich, ebenso von Mädchen und Frauen aus.

Die Schlussfolgerung ist also, was Monika Ebeling so ausdrückt: „Alle sind gleich, aber manche sind gleicher“. Man könnte auch sagen, als gerecht wird angesehen, was einseitigen Interessen dient. In diesem Falle blinden **Feminismus. Der gut gemeint sein mag, aber selten gut gemacht ist.** ■

► Alte Stadt mit neuer Technik

NFC-Fahrscheine

Wer in Venedig „mit den Öffentlichen“ fährt (das heißt vielfach: auf dem Wasser, mit den Vaporettos), kombiniert die Extreme: dem Auge bietet sich eine Kulisse, die Hunderte von Jahre alt ist. Und besteigen darf man die Boote nur, wenn man Technik der Zukunft benutzt.



Es sind NFC-Tickets (Near Field Communication), ausgestattet mit einem Transponder, unsichtbar im Papier eingearbeitet. An den Einstiegs-Pontons der Linienboote befinden sich so genannte Touch-Points; fest angebrachte Geräte, vor die man die Tickets hält. Ein Display zeigt an, ob sie gültig sind.



Diese Art von Eintritts- und Fahrkarten, Gutscheinen oder Zugangsberechtigungen ist der Standard der Zukunft. Welch eine nette Pointe, dass sie ausgerechnet in einer der ältesten und der wahrscheinlich am authentischsten erhaltenen „mittelalterlichen“ Kulturstädte der Welt längst Alltag geworden ist. ■

