

Die Qual der Wahl vor dem Regal

Fast jedes Lebens- und Genussmittel kommt in immer mehr Varianten auf den Markt. Die Devise heisst deshalb: Neues ausprobieren, ohne dabei den Warenkorb zu überfüllen. Nicht zuletzt den Kindern zuliebe.

>

Von Eva Holz

Auf dem Einkaufszettel steht: Joghurts, 2 Tafeln Schoggi, Früchte. Nichts leichter eingekauft als dies, könnte man meinen. Doch wer im Quartierladen oder im Supermarkt die entsprechenden Auslagen betrachtet, spürt prompt die Qual der Wahl. Eigentlich wollte man nur die Lieblings-Milchschokolade sowie eine dunkle Tafel mit hohem Kakaogehalt nach Hause bringen – und jetzt werden einem schon wieder neue Sorten schmackhaft gemacht. Ähnlich läuft es bei den Milchprodukten oder beim Gemüse- und Früchtestand. In den Gestellen ist alles in Hülle und Fülle ausgebreitet und weckt unweigerlich Kaufgelüste.

Verführung auf Augenhöhe

Studien belegen, dass die Anzahl angebotener Artikel in Supermärkten in den letzten dreissig Jahren regelrecht explodiert ist. In Deutschland beispielsweise wurden in einem Zeitraum von nur zehn Jahren die Produkte-Varianten um über 400 Prozent erhöht. In einem ausführlichen Bericht des «NZZ Folio» vom November 2006 stand da-

zu: «Ein grosses Sortiment steht zwar tatsächlich ganz oben auf der Wunschliste der Kunden, doch zeigte sich, dass die Auswahl der Artikel oft gar nicht ihren Bedürfnissen entsprach. Es waren die Hersteller, die mit fünf neuen Varianten eines erfolgreichen Produkts in die Regale drängten. Für Kunden entstand daraus ein Wirrwarr aus ähnlichen Produkten, für die Wissenschaft ein neues Forschungsgebiet: Consumer-Confusion.»

Besonders interessant sei, so der Bericht, dass auf Augenhöhe und in Griffnähe die teuren Produkte mit hoher Marge sowie Neuheiten platziert werden, in der so genannten Reck- oder Bückzone hingegen Alltagsware wie Zucker oder Zahnpasta – Dinge also, die man sowieso braucht. Ausserdem würden Massenartikel auf Paletten besser verkauft, selbst wenn sie nicht billiger sind.

130 Konfitüren auf einem Regal

In einem grossen Coop-Center finden sich nicht weniger als 130 verschiedene Konfitüren-Sorten. Klar, dass man in Versuchung kommt, gleich drei oder vier davon auszuprobieren. Mit der Konsequenz, dass entsprechend häufiger und mehr davon aufs

Brot gestrichen oder die Hälfte weggeworfen wird, weil das Datum abgelaufen ist. Kurz: Wer unüberlegt und deshalb übermässig einkauft, isst in der Regel auch mehr und riskiert eine Gewichtszunahme. Kinder, die dauernd auf einen voll gestopften Vorrats- und Kühlschrank Zugriff haben, sind also nur vermeintlich im Vorteil.

Was also tun – insbesondere dann, wenn Kinder mit einkaufen? «Ich teste selber gerne neue Produkte, vor allem Gemüse- und Früchtesorten,» sagt Verena di Gallo, Mutter zweier schulpflichtiger Kinder aus Luzern. «Natürlich halten auch mein Sohn und meine Tochter im Laden die Augen offen und wünschen Verschiedenes auszuprobieren.» Sie lehne dies nicht kategorisch ab, sondern lasse jeweils beide etwas Kleines zum gewohnten Artikel dazulegen. «Meist erweist sich das Ganze dann zu Hause als weit weniger spektakulär als es im Super-

markt den Eindruck machte», erwähnt Verena die Gallo. Sie sei überzeugt, dass TV-Werbung beim Kaufverhalten der Kinder eine grosse Rolle spiele – genau so wie die Präsentation der bunten Warenmenge in den Gestellen.

TIPPS

- > Keine unnötigen Vorräte anlegen
- > Saisongerecht kochen
- > Gezielt Neues ausprobieren (lassen)
- > Nicht hungrig einkaufen gehen
- > Mit Kindern gut gelaunt und ungehetzt einkaufen
- > Kinder nicht kritisieren für ihre Konsum-Lust
- > Mit dem Nachwuchs über Werbung und Konsumverhalten reden

KONSUM-LUST IN MASSEN HALTEN

Das Nahrungsmittelangebot in Hülle und Fülle fördert die Kauflust und fordert die Eltern. Es lohnt sich, nicht zu viele verheissungsvolle Produkte in den Einkaufskorb zu legen, sondern gezielt auszuwählen. Denn in Haushalten, wo mehr zum Essen herumliegt, wird meist auch mehr gegessen. Achten Sie darauf, dass die Energiebilanz Ihres Kindes ausgeglichen ist: Nur wenn es nicht mehr Energie in Form von Nahrung und Getränken zu sich nimmt, als es zum Leben, für Wachstum und für Bewegung braucht, bleibt sein Körpergewicht im Verhältnis zur Grösse konstant. Mehr Energieaufnahme als Energieverbrauch führt zu einer Zunahme des Körpergewichts – weniger dagegen zu einer Reduktion. Sorgen Sie also dafür, dass Ihr Kind sich ausgewogen ernährt und sich täglich mindestens eine Stunde draussen bewegt.

Mit einer nationalen Kampagne, vielen Aktivitäten und Massnahmen engagiert sich Gesundheitsförderung Schweiz unter anderem dafür, dass der Trend zu immer mehr übergewichtigen Kindern und Jugendlichen gestoppt wird. Die Stiftung wird von allen Kantonen und den Versicherern getragen und hat den gesetzlichen Auftrag (KVG, AR. 19), Massnahmen zur Förderung der Gesundheit zu initiieren, koordinieren und evaluieren.

www.gesundheitsfoerderung.ch



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera