

## Tekst 1

## Achtsam shoppen – geht das überhaupt?



Überall ist Sale, aber nach dem spontanen Lustkauf kommen bei vielen der Frust und das schlechte Gewissen. Hans-Georg Häusel, Neuromarketing-Experte, sagt, was wir dagegen tun können

**(1) Herr Häusel, gestern war ich Klamotten shoppen. Gekauft habe ich zwei Sommerkleider, die ich nicht unbedingt nötig hatte, und ein Paar hochhackige Schuhe, in denen ich zwar gut aussehe, aber nicht laufen kann. Oft anziehen werde ich sie wohl nicht. Warum passiert mir so was immer wieder?**

Mode hat einen großen Lustcharakter und einen hohen Belohnungswert. Unser Gehirn sucht nach Belohnung. Beim spontanen Shoppen befinden Sie sich plötzlich in einer Situation, die man mit der Jagd in der Steinzeit vergleichen kann: Wenn das Objekt der Begierde gerade da war, musste man zugreifen – ohne lange nachzudenken. Da läuft heute noch ein automatisches Programm ab.

**(2) Warum kann ich mir in einem solchen Moment nicht einfach sagen: Mein Schrank ist voll, ich brauche das nicht?**

Unser Verstand ist in dem Moment ausgeschaltet, nüchternes Nachdenken fast unmöglich. Noch stärker wird das Belohnungszentrum gereizt, sobald der ursprüngliche Preis durchgestrichen mit auf dem Schild steht. Das wissen die Händler. Zwischen Ihnen und dem Objekt Ihrer Begierde entsteht eine emotionale Bindung, Sie wollen und können nicht mehr darauf verzichten. Dabei wird auch Ihr Sexualesystem aktiviert: Sie wollen attraktiv sein. Sie probieren etwas an und es steht Ihnen. Sie stellen sich vor, wie Sie bewundernde Blicke und Komplimente ernten. Das macht Sie fröhlich, Sie entspannen sich, bauen Stress ab.

**(3) Die Befriedigung hält oft nur für die Dauer des Nachhausewegs. Dann kommt das schlechte Gewissen: weil ich nicht wirklich darauf achte, was ich kaufe. Kann ich versuchen, mein Verhalten zu kontrollieren?**

Ein ganz einfacher, aber wirkungsvoller Trick ist, 3. Dazu gibt es eine sehr interessante US-Studie, bei der Betriebswirtschaftsstudenten Eintrittskarten für ein eigentlich ausverkauftes Spiel der Basketballprofiligen NBA angeboten wurden. In einer stillen Auktion sollten zwei Gruppen von Studenten ihre Höchstgebote abgeben. Während die Barzahler durch-

schnittlich 28 Dollar fürs Ticket bezahlen wollten, hätten die Kartennutzer im Schnitt 60 Dollar je Ticket ausgegeben – also mehr als das Doppelte.

**(4) Gibt es noch andere Strategien?**

35 Versuchen Sie, der Belohnungssituation zu entgehen: Wenn Sie bei einem Laden vorbeikommen und nur mal gucken wollen – die Straßenseite wechseln, Handy aus der Tasche holen und mit einer Freundin plauschen. Oder ein leckeres Eis essen. So liefern Sie Ihrem Gehirn einen Ersatz-Glücksmoment.

40 **(5) Und wenn ich bereits im Laden bin?**

Legen Sie das Teil erst mal wieder zurück und stellen Sie sich, wenn es um Kleidung geht, eine Frage wie „Finde ich das bloß hübsch oder ist es ein neues, einzigartiges Teil in meiner Garderobe?“ Zählen Sie vor dem Kauf drei Stücke im Schrank auf, mit denen Sie es kombinieren könnten.

45 Das erhöht die Wertigkeit und den Spaß, den Sie nach einem Kauf an dem Produkt haben.

**(6) Und das hilft?**

Zeit ist ein wichtiger Faktor, um das Belohnungssystem auszutricksen, das im Hier und Jetzt funktioniert. Mein Rat lautet deshalb: Schlafen Sie  
50 eine Nacht drüber, Sie können es ja morgen noch kaufen. Ist das Verlangen nach zwei Tagen noch da, wissen Sie: Das Produkt ist es wert, dass ich es kaufe.

**(7) So gelassen ist man im Sale aber selten.**

Ja, vor allem wenn man online shoppt und man bei einem Artikel liest  
55 „Nur noch dreimal da“, werden die Jagd-Instinkte angesprochen und ein Kaufdruck erzeugt. Aber im Prinzip gilt hier das Gleiche: Abstand schaffen. Auf eine andere Webseite klicken, sich ablenken. Auch und gerade, wenn man die Teile schon in den Warenkorb gelegt hat. Um nachhaltig das Bewusstsein zu trainieren, empfehle ich alles aufzuschreiben, was  
60 man gesehen, aber nicht gekauft hat und dann nach einer Weile schauen, ob man sich an die Sachen auf der Liste überhaupt erinnert.

**(8) Laut einer Umfrage achtet bereits die Hälfte der Frauen in Deutschland beim Shoppen auf eine sozial- und umweltverträgliche Produktion. Aber sobald der Sale beginnt, greift man doch wieder zu, bloß weil der Preis stimmt.**

65 Achtsamkeit beim Einkaufen ist Gewohnheitssache. Man muss sich regelmäßig daran erinnern, um nicht wieder wahllos zu konsumieren. Zum Beispiel mit einem Zettel, den man sich ins Portemonnaie klebt, auf dem steht: „Brauche ich das wirklich?“, „Ist es fair produziert?“, „Fühlt es sich  
70 hochwertig an?“ Außerdem habe ich die Erfahrung gemacht, dass es hilft, seinen Plan, nachhaltiger zu shoppen, mit Freunden zu besprechen. So wird aus dem stillen Vorsatz gewissermaßen ein 8.

*naar: Freundin, 26.07.2017*

*Let op: beantwoord een open vraag altijd in het Nederlands, behalve als het anders is aangegeven. Als je in het Duits antwoordt, levert dat 0 punten op.*

### **Tekst 1 Achtsam shoppen – geht das überhaupt?**

---

- 1p 1 „Warum passiert mir so was immer wieder?“ (Zeile 4-5)  
Wie lässt sich Häusels Antwort auf diese Frage den ersten beiden Absätzen nach am besten zusammenfassen?
- A Weil die Sammelwut bei Frauen seit jeher vorhanden ist.
  - B Weil Frauen stärker begehrt werden wollen als Männer.
  - C Weil Kaufen im Grunde eine unterschwellige Handlung ist.
  - D Weil wir heutzutage einfach nicht mehr wissen, was wir wirklich brauchen.
- 1p 2 Welchen der folgenden Aspekte beschreibt Herr Häusel im 2. Absatz?
- A eine Strategie, das Glücksniveau zu steigern, ohne Geld auszugeben
  - B einen Tipp, Spontankäufe zu vermeiden
  - C einen unerklärlichen Gehirnvorgang
  - D einen weitverbreiteten Marketingtrick
- 1p 3 Welche Ergänzung passt in die Lücke in Zeile 27?
- A an Auktionen teilzunehmen
  - B Barzahlung zu vermeiden
  - C die Kreditkarten zu Hause zu lassen
  - D in Raten zu zahlen
  - E sich Zeit zum Nachdenken zu gönnen
- 1p 4 „Belohnungssituation“ (Zeile 35)  
Welche Situation ist hier gemeint?
- A Bewunderung und Komplimente zu erhalten
  - B der Kauf eines Produktes
  - C erfolgreiches Kontrollieren des Kaufverhaltens
  - D Rabatte wahrzunehmen
- 1p 5 Citeer de eerste twee woorden van de zin uit de regels 40-52 die de kern van deze passage vormt.
- 1p 6 „Jagd-Instinkte“ (Zeile 55)  
Was ist hier gemeint?
- A das starke Bedürfnis, zu imponieren
  - B die Jagd nach neuen Webanbietern
  - C ein Erbe aus früheren Zeiten
  - D Gefühle der Exklusivität

- 1p 7 Geeft de heer Häusel in de alinea's 4 tot en met 7 een strategie om op **langere termijn** meer grip te krijgen op je koopgedrag?  
Zo ja, citeer de eerste twee woorden van de zin uit deze alinea's waarin die strategie staat.  
Zo nee, noteer 'nee'.
- 1p 8 Welche Ergänzung passt in die Lücke in Zeile 72?
- A Fehlschlag
  - B Glücksspiel
  - C Gruppenwettkampf
  - D Versprechen