

Tekst 3

Sparen beim Einkauf um die Ecke



- (1) Ist der Kaffee gerade beim Discounter gegenüber am günstigsten? Oder lohnt es sich, zwei Straßen weiter zum nächsten Supermarkt zu gehen? Aber vielleicht ist dort das Waschpulver viel teurer? Solche Fragen sollen sich Nutzer der Website *YouPickIt* nicht mehr stellen
5 müssen. Sie ermöglicht einen 8, den es jetzt schon im Internet gibt, auch für den Shop um die Ecke.
- (2) Das neue Angebot errechnet aus 60 Millionen Preisen von Supermärkten, Drogerien, Baumärkten, Elektronikhändlern, Discountern und bald auch Tankstellen die günstigsten Anbieter in der Nähe. „Wir erfassen
10 alle Preise in Deutschland“, sagt Richard Künkele, der Chef von *YouPickIt*. „Zum ersten Mal geben wir nun Verbrauchern diese Informationen an die Hand.“ Er sitzt auf einem Datenschatz.
- (3) Künkele ist auch Chef des Marktforschungsunternehmens *Drotax*, das seit 50 Jahren Preise im deutschen Handel ermittelt – sogar mehrmals am
15 Tag. Daraus entwickelte der Unternehmer in zweijähriger Arbeit seine Vergleichsmaschine, die erstmals die Preisunterschiede für Konsumgüter wie Lebensmittel in den Geschäften der realen Welt zeigt. „Die Nutzer können die Sparpotenziale des täglichen Einkaufs ausschöpfen, ohne lange suchen zu müssen“, erklärt Künkele den Vorteil.
- 20 (4) Die Preisdifferenzen im Handel sind riesig. Für eine Tafel *Milka*-Schokolade zeigt *YouPickIt* im FOCUS-Test in Frankfurt am Main Angebote zwischen 65 Cent und 1,19 Euro, also satte 83 Prozent Unterschied. Aber die Website weist auch auf ein lokales Sonderangebot mit 55 Cent hin. Ein Preisvergleich für einen vollen Warenkorb zeigt bis zu
25 33 Prozent Unterschied zwischen dem teuersten und dem günstigsten Markt.
- (5) Bei *YouPickIt* können Verbraucher Einkaufslisten erstellen. „Der Nutzer kann wählen: Sucht er den billigsten Händler für alle gewünschten Produkte, die niedrigsten Preise bei verschiedenen Anbietern in der
30 Umgebung oder den günstigsten Lieblingsmarkt“, erläutert Künkele. Da auch geplante Angebote in seine Datenbank einfließen, erfahren Konsumenten, ob es sich lohnt, den Einkauf zu verschieben.

(6) Wer schon im Laden steht, kann den Barcode des Produkts mit dem Handy einscannen und sieht die Preise der anderen Märkte in der
35 Umgebung. Kennt die App einmal die Lieblingsprodukte, zeigt sie passende Angebote sofort an. *YouPickIt* gibt es als vorläufige App für Android-Geräte; die Anwendung für *Apples iPhone* soll bis Jahresende fertig sein.

(7) Für den Handel wird es spannend: Ändern die Kunden ihre
40 Einkaufsgewohnheiten, wenn sie vollständige Preisinformationen haben? Künkele ist davon überzeugt: „Nicht sofort. Aber in ein paar Jahren werden sie andere Produkte in anderen Märkten kaufen.“ Der Unternehmer finanziert seinen Dienst mit Werbung. Händler können ihre Anzeigen gezielt in den Entscheidungsprozess der Nutzer einklinken.
45 „Sucht ein Verbraucher nach Joghurt, kann in der angezeigten Liste die passende Werbung eingeblendet werden“, erklärt Künkele.

(8) Die neue Transparenz schafft – wie schon im Internet – Gewinner und Verlierer: Günstige Händler hoffen auf mehr Kunden; wer teuer ist, muss versuchen, mit anderen Faktoren wie Extraservice zu punkten. Dem
50 Handel ist klar, dass der technische Fortschritt Preisunterschiede offenlegen wird.

Tekst 3 Sparen beim Einkauf um die Ecke

- 1p 8 Welche Ergänzung passt in die Lücke in Zeile 5?
A Kaufanreiz
B Preisvergleich
C Qualitätscheck
- „Er sitzt auf einem Datenschatz.“ (Zeile 12)
- 1p 9 Was ist damit gemeint?
A Künkele hat schon viel Erfahrung auf diesem Gebiet.
B Künkele kann mit der neuen Website viel Geld verdienen.
C Künkele verfügt über viel Informationen zu diesem Thema.
D Künkele wird sein Wissen nur ungern preisgeben.
- 1p 10 Wie verhält sich der Satz „Ein Preisvergleich ... günstigsten Markt.“ (Zeile 24-26) zu den vorangehenden Sätzen „Für eine ... Cent hin.“ (Zeile 20-24)?
Er bildet dazu eine
A Erklärung.
B Konkretisierung.
C Relativierung.
D Verallgemeinerung.
- 3p 11 Geef van elk van de volgende uitspraken aan of deze volgens alinea 5, 6 en 7 wel of niet op *YouPickIt* van toepassing is.
YouPickIt
1 kan de koper tippen dat hij de aankoop beter even uit kan stellen.
2 kan laten zien welke winkels het grootste assortiment hebben.
3 kan onthouden welke producten de klant regelmatig koopt.
4 kan op alle smartphones gebruikt worden.
5 kan winkels vinden die de laagste prijs aanbieden.
6 zal waarschijnlijk het consumentengedrag gaan beïnvloeden.
Noteer achter elk nummer op het antwoordblad ‘wel’ of ‘niet’.
- 1p 12 Was wird aus dem letzten Absatz klar?
Anbieter, die hohe Preise hantieren, werden
A ihre Preise senken müssen.
B mehr Werbung machen müssen.
C sich mehr auf den Online-Verkauf konzentrieren müssen.
D sich stärker profilieren müssen.