

# Lærervejledning

## VR-rundvisning i et supermarked

### Fag og målgruppe

**Fag**

Madkundskab

**Klassetrin**

5.-9. klassetrin

**Tidsforbrug**

2-4 lektioner

### Indhold i lærervejledningen

I lærervejledningen her finder du

- Vejledning til VR-rundvisning i supermarked
- Opgaveark til eleverne - kopiark
- Plantegninger uden varegrupper til eleverne - kopiark
- Plantegninger med varegrupper -lærerark
- Liste over varegrupper - kopiark

### Om VR-rundvisningen i supermarkedet

Som en del af Klar til Indkøb har vi skabt en virtuel rundvisning i et supermarked. Eleverne kan med rundvisningen besøge et supermarked virtuelt via deres telefon, tablet eller computer. Hvis I har VR-headset, kan disse med fordel anvendes til opgaverne.

I det virtuelle supermarked kan eleverne undersøge, hvordan et supermarked er indrettet, og hvad det betyder for den måde, vi handler på. Eleverne lærer om, hvordan supermarkedets opbygning har betydning for de valg og fravalg, vi træffer, når vi køber ind.

På besøget i det virtuelle supermarked kan eleverne stoppe op og se nærmere på de forskellige varer, der er på hylderne. Her kan de blandt andet undersøge, hvilke forskellige produkter af samme vare der tilbydes. De kan ligeledes undersøge, hvordan varerne er placeret på hylden.

FORBRUGERRÅDET TÆNK



## Vejledning til besøget

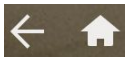
Når I står foran det virtuelle supermarked, som I finder på hjemmesiden, er I klar til at tage på besøg i det virtuelle supermarked.



Klik på de grønne pile for at komme rundt i supermarkedet



Klik på de grønne kamera-ikoner for at se nærmere på de enkelte reoler og varegrupper.



I øverste venstre hjørne findes to knapper.  
Pilen fører tilbage til forrige billede.  
Huset fører tilbage til indgangen af supermarkedet.



FORBRUGERRÅDET TÆNK



**KLAR TIL  
INDKØB**

## Opgaver til eleverne

Til besøget i det virtuelle supermarked har vi lavet to forskellige opgaver.

Vi håber, at I selv får lyst til at finde på flere opgaver, der kan gøre eleverne klar til indkøb.

### Opgave 1 - Varernes placering

Eleverne arbejder sammen i par eller i mindre grupper.

Grupperne besøger det virtuelle supermarked på en tablet eller computer.

Sammen med rundvisningen får grupperne udleveret en tom plantegning over supermarkedet samt en oversigt over typiske varegrupper. Listen med varegrupper kan udelades, hvis I vurderer, at eleverne selv er i stand til at formulere navnene på de varegrupper, de møder.

Grupperne bevæger sig rundt i supermarkedet og undersøger, hvor de forskellige varegrupper er placeret. Varegrupperne noteres på plantegningen.

Eleverne skal efterfølgende forholde sig til en række refleksionsspørgsmål.

1. Er varerne i det virtuelle supermarked placeret på samme måde, som i andre supermarkeder I har besøgt?
2. Hvordan sikrer supermarkedet, at deres kunder kommer hele vejen rundt i butikken?
3. Hvordan frister supermarkedet deres kunder til at købe deres varer?
4. Hvordan er varerne placeret på hylderne? Er det mon tilfældigt?
5. Hvilke ligheder og forskelle er der ellers mellem det virtuelle supermarked og andre supermarkeder I har besøgt?

### Opgave 2 - Supermarkedets salgsmetoder

Supermarkeder er indrettet, så vi bliver fristet til at købe mest muligt, når vi handler. Indretningen og opsætningen af varer påvirker, hvad der kommer i indkøbskurven. Eleverne skal besøge det virtuelle supermarked og her finde eksempler på følgende:

1. Butikken har placeret de dyre mærkevarer på de gode pladser på hylderne, for enden af reolerne og i flotte opsætninger midt i gangen rundt om i butikken
2. Mængderabatter lokker kunden til at købe mere
3. Luksusvarerne står i øjenhøjde, hvor de bliver set bedre
4. Fristelser lokker dig, mens du står i kø ved kassen
5. Basisvarer som fx mælk, toiletpapir, bananer og havregryn, som ofte er på indkøbslister, er placeret, så du skal gennem hele butikken for at finde dem
6. Lækkerier lokker og frister din hjerne
7. Tilbudsfarver og røde kasser lokker dig til at købe mere

Læs mere i artiklen [Undgå at blive snydt i supermarkedet](#) på forbrugerrådet Tænks hjemmeside.

FORBRUGERRÅDET TÆNK



# Opgave 1

## Varernes placering

I skal nu på besøg i et virtuelt supermarked på jeres tablet eller computer. Til opgaven skal I bruge en plantegning, som I får afjeres lærer.

### Del 1

Besøg det virtuelle supermarked

Mens I bevæger jer rundt i supermarkedet, skal I undersøge, hvor de forskellige varegrupper er placeret. Varegrupperne noteres på plantegningen.

### Del 2

Nu har I overblik over, hvordan supermarkedet er indrettet.

Overvej og besvar spørgsmålene herunder:

1. Er varerne i det virtuelle supermarked placeret på samme måde, som i andre supermarkeder I har besøgt?
2. Hvordan sikrer supermarkedet, at deres kunder kommer hele vejen rundt i butikken?
3. Hvordan frister supermarkedet deres kunder til at købe deres varer?
4. Hvordan er varerne placeret på hylderne? Er det mon tilfældigt?
5. Hvilke ligheder og forskelle er der mellem det virtuelle supermarked og andre supermarkeder I har besøgt?



FORBRUGERRÅDET TÆNK



**KLAR TIL  
INDKØB**

## Opgave 2

### Supermarkedets salgsmetoder

Supermarkeder er indrettet, så vi bliver fristet til at købe mest muligt, når vi handler. Indretningen og opsætningen af varer påvirker, hvad der kommer i indkøbskurven.

I skal nu på besøg i et virtuelt supermarked på jeres tablet eller computer. Til opgaven skal I bruge en plantegning, som I får af jeres lærer.

På turen rundt i supermarkedet skal I finde eksempler på følgende:

1. Butikken har placeret de dyre mærkevarer på de gode pladser på hylderne, for enden af reolerne og i flotte opsætninger midt i gangen rundt om i butikken
2. Mængderabatter lokker kunden til at købe mere
3. Luksusvarerne står i øjenhøjde, hvor de bliver set bedre
4. Fristelser lokker dig, mens du står i kø ved kassen
5. Basisvarer som fx mælk, toiletpapir, bananer og havregryn, som ofte er på indkøbslister, er placeret, så du skal gennem hele butikken for at finde dem
6. Lækkerier lokker og frister din hjerne
7. Tilbudsfarver og rodete kasser lokker dig til at købe mere



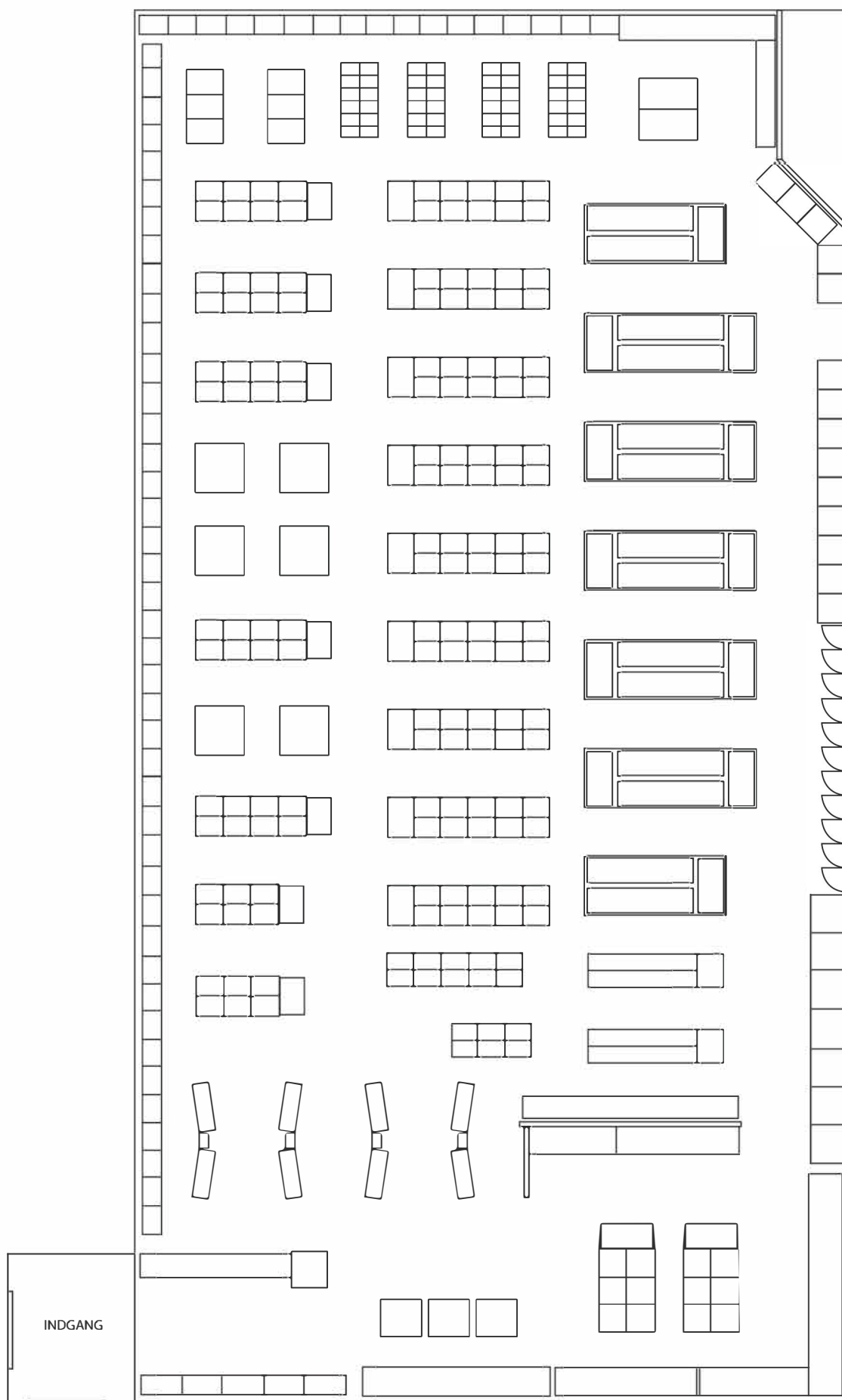
FORBRUGERRÅDET TÆNK



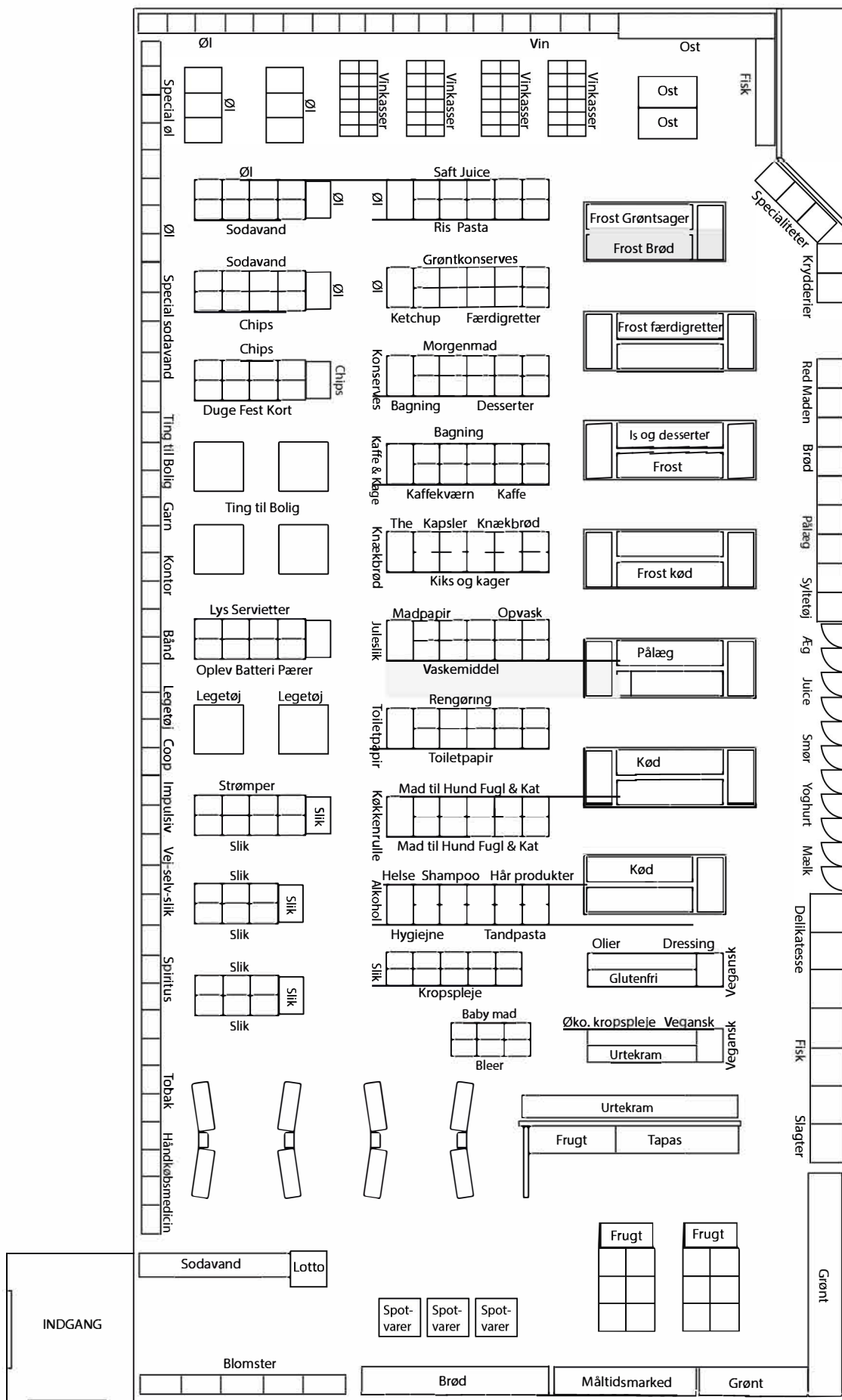
**KLAR TIL  
INDKØB**

# Kopiark

## Plantegning uden varegrupper



## Plantegning med varegrupper



## Kopiark

### Liste over varegrupper

|                          |                 |                |
|--------------------------|-----------------|----------------|
| Asiatisk mad             | Grønt           | Rengøring      |
| Babymad                  | Grøntkonserves  | Ris            |
| Babyudstyr               | Helseprodukter  | Saft           |
| Bagning                  | Hygiejne        | Slagtervarer   |
| Bagning                  | Håndkøbsmedicin | Slik           |
| Batterier                | Hårprodukter    | Smør           |
| Blade                    | Is              | Syltetøj       |
| Boligudstyr              | Juice           | Tandpasta      |
| Chips                    | Kaffe           | Te             |
| Delikatesse              | Kager           | Tobak          |
| Desserter                | Ketchup         | Toiletpapir    |
| Desserter frost          | Kiks            | Urtekram       |
| Dressing                 | Knækbrød        | Vaskemiddel    |
| Duge, servietter og kort | Kropspleje      | Vin            |
| Dyremad                  | Krydderier      | Yoghurt        |
| Dyretilbehør             | Køkkenrulle     | Æg             |
| Fisk                     | Legetøj         | Økologiske     |
| Frost                    | Mexicansk mad   | plejeprodukter |
| Frugt                    | Mælk            | Øl             |
| Færdigretter             | Olier           |                |
| Færdigretter frost       | Ost             |                |
| Glutenfri produkter      | Pasta           |                |
| Grønsager frost          | Pærer           |                |
|                          | Pålæg           |                |

FORBRUGERRÅDET TÆNK

