

Über einen solchen Erfolg dürften sich selbst die Erfinder spezieller Marketingstrategien gewundert haben, denn weil der Kaffeemarkt hart umkämpft war, erfand N. die Kaffeekapsel. Ein anderer Konzern entdeckte, dass man mit der richtigen Mischung von Kaffee viel Geld verdienen kann und die Verbraucher sogar für Luft bezahlen. Genau das ist St. gelungen durch die Erfindung des „Coffee to go“-Konzepts: Kaffee als Lifestyle.

Auch Flaschenwasser ist einer der genialsten Marketingtricks unserer Zeit und auch dieser Trick ist von N. Mittlerweile arbeiten die beiden Giganten, St. und N. zusammen und es geht ihnen bestimmt die Ideen nicht aus. So hat St. auch schon eine einzige Banane in Plastik gesteckt und für viel Geld verkauft. Gerade macht das McD., so eine Banane scheint es in sich zu haben. Bananen haben auch den Apfel als beliebtestes Obst abgelöst. Doch keine Panik, denn auch der Apfel bleibt nicht von den Marketingtricks verschont.

Er wird jetzt **scheibchenweise in Plastik verkauft, bei McD. war es ein Renner und so gibt es mehr Obst, das schon mal in Stücke geschnitten und als ToGo angeboten wird. Der Verbraucher mag es bequem und die Konzerne „kümmern“ sich um das, was die Verbraucher wollen. Denn auch Coooola wollte nicht mehr, dass die Verbraucher so schwer tragen müssen. Mit der Einführung einer 2-Liter-Flasche im Jahr 1978 in den USA startete die PET-Flasche ihre Karriere weltweit.** C. verwendet übrigens in einem Jahr drei Millionen Tonnen Plastikverpackungen.

Lesen Sie hier weiter: <https://netzfrauen.org/2019/03/26/marketing-2/>

Mit alles glaubenden Menschen lässt sich so gut und viel Geld verdienen. Warum wird kein Apfel am Stück, also ein richtiger Apfel gekauft? Warum kaufen wir den Salat geschnitten im Beutel mit einer extra Portion Gift? Ungewaschen wird er dann gegessen, mit all den Keimen, die unseren Körper negativ bereichern. Warum ist der Mensch so geworden und kümmert sich nicht mehr um das Wichtigste in seinem Leben: **Die Ernährung?**

Weil nicht nur die Marketingtricks cool sind sondern auch die Menschen mit

Diese „coolsten“ Tricks bescheren Konzerne Milliarden Umsatz – der
Verbraucher zahlt sogar für Luft! | 2

ihrem Super-SUV, dem Smartphone, das die Birne weich kocht und den
Pelzkragen an der Jacke, der keinen Nutzen hat, einfach zur Dekoration dient.
Eben coooooooooool...!!!