

Die große Vielfalt beim Einkaufen

23.06.2015, 14:26 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Supress*

Presseagentur: *Supress*



Grafik: Supress

Wir werden zu Multichannel-Konsumenten

sup.- Vom Shopping-Bummel zum "kanalübergreifenden" Einkaufserlebnis: Wenn man den Trendmeldungen von Wirtschaftsexperten glauben darf, wird das Reich von König Kunde in den kommenden Jahren immer größer und vielfältiger. Der Einkaufsvorgang spielt sich nämlich auf einer wachsenden Zahl unterschiedlicher Vertriebskanäle ab, zwischen denen der Konsument auswählen kann. Wir werden also alle zu so genannten Multichannel-Konsumenten, deren Weg zum Wunschobjekt von der jeweiligen Situation abhängt. Ausführliche und persönliche Beratung vor dem Waschmaschinenkauf? Kein Problem, dafür gibt es den Fachhändler in der City mit kompetentem Verkaufspersonal. Gründliche Marktrecherche zu Kosmetika im Internet? Dafür bieten sich rund um die Uhr die Vergleichsportale und Onlinehändler an. Und wenn es dann einmal schnell gehen muss, sind die Mobile-Commerce-Shops jederzeit von unterwegs über das Smartphone erreichbar. Aber auch für Internet-Muffel wird es nach wie vor die Chance zum bequemen Homeshopping geben - mit der Bestellkarte im gedruckten Katalog oder per Anruf beim Callcenter.

Viele der großen Anbieter im Handel setzen bereits heute auf alle oder zumindest auf mehrere dieser Kauf-Optionen. Das ist das Ergebnis einer Umfrage des Marktforschungsunternehmens Lünendonk unter deutschen Einzelhandelsunternehmen mit einem Umsatz von mehr als 100 Mio. Euro. Danach haben nahezu alle der befragten Händler (96,4 Prozent) klassische Geschäftsfilialen. Gut drei Viertel (75,9 Prozent) bieten zudem einen Online-Shop an. Die Option Mobile Commerce gibt es erst bei 36,1 Prozent der Handelshäuser, sie wird aber nach den derzeitigen Planungen der Unternehmen schon bald auf einen Anteil von 67,5 Prozent ausgebaut. Welche der Shopping-Varianten gewählt wird, kann jeder Verbraucher von seinen individuellen Kaufkriterien abhängig machen. Es steht ihm frei, ob der Schwerpunkt z. B. auf die persönliche Beratung, die Markenbekanntheit, das Liefertempo oder einfach auf den Preis gelegt wird. Es ist auch der Entscheidung des Kunden vorbehalten, wie viel er beispielsweise für hochwertige Qualität oder für besondere Zusatzleistungen zu zahlen bereit ist - oder auch nicht.

Die Vorteile dieser neuen Einkaufsvielfalt liegen auf der Hand. Nur bis zum Bundeskartellamt hat sich der Wert einer

möglichst breiten Auswahlpalette für Verbraucher offensichtlich noch nicht herumgesprochen. Die Behörde versucht konsequent jene Geschäftsmodelle auszuhebeln, bei denen sich etwa besondere Serviceleistungen in einem angemessenen Preis niederschlagen. Als Richtschnur für den zulässigen Preisrahmen sehen die Wettbewerbshüter stets das günstigste Vergleichsangebot. Verglichen werden dabei allerdings Waren und Dienstleistungen mit einem völlig unterschiedlichen Aufwand an Fertigung, Qualitätskontrolle, Marketing und Service. Und für alle Abstufungen innerhalb dieser Bandbreite, vom Discounter-Sortiment bis zur hochwertigen Markenqualität, gibt es einen Markt, eine Zielgruppe und die jeweils passenden Vertriebskanäle. Der Wirtschaftspublizist Detlef Brendel, Autor des Fachbuchs "Wirtschaft im Würgegriff / Wie das Kartellamt Unternehmen blockiert" (Campus Verlag, ISBN 978-3-593-50150-5) befürchtet, dass das Bundeskartellamt die neuen Multichannel-Landschaften in ein gleichförmiges "Discountry" verwandelt: "Die Fokussierung auf den Preis gefährdet den Qualitätswettbewerb, weil diesem die erforderliche wirtschaftliche Basis entzogen wird."

Grafik: Supress

Portrait

Supress ist ein Dienstleister für elektronisches Pressematerial zur schnellen und kostenfreien Reproduktion. Unsere Seiten bieten ein breites Spektrum an Daten und Texten zu Themen wie modernes Bauen, Umwelt, Medizin und Lifestyle. Passende Grafiken und Bilder stehen ebenfalls zur Verfügung. Unser Webauftritt ist für eine Auflösung von 1024 x 768 Bildpunkte optimiert. Bei Abdruck wird die Zusendung eines Belegexemplars erbeten.

News-ID: 859019 • Views: 194 (Stand: 01.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/859019/Die-grosse-Vielfalt-beim-Einkaufen.html>