

Kunden wünschen Service und Beratung

31.08.2015, 13:13 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Supress*

Presseagentur: *Supress*



Foto: Fotolia/contrastwerkstatt

Qualität und Herkunft der Produkte im Fokus

sup.- Über leidgeplagte Ehemänner, die als Shopping-Begleiter ihrer Gattin viel Geduld aufbringen müssen, sind schon viele Witze gemacht worden. Dabei scheint das Klischee vom unentschlossenen Anprobieren europaweit immer weniger der Realität zu entsprechen. Beim Kauf von Bekleidung fällt der Entscheidungsprozess mit durchschnittlich anderthalb bis zwei Stunden nämlich kürzer aus als z. B. bei Einrichtungsgegenständen (ca. zweieinhalb Stunden) oder bei Elektrohaushaltsgeräten und Unterhaltungselektronik (über drei Stunden). Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Studie "Europa Konsumbarometer", die im Auftrag der Commerz Finanz GmbH jährlich das Verbraucherverhalten analysiert. Dabei stellte sich allerdings auch heraus, dass die Deutschen für das Recherchieren und Einkaufen grundsätzlich etwas mehr Zeit investieren als ihre europäischen Nachbarn - nicht nur beim Klamottenkauf. Weitgehend einig sind sich viele Konsumenten in den repräsentativ befragten Ländern dagegen beim Wunsch nach mehr Beratung und Unterstützung - ganz gleich, ob beim Online-Händler oder in der nächstgelegenen Geschäftsfiliale. Jeder dritte Europäer gibt an, dass ihm verbesserte Serviceangebote im Internet oder persönliche Betreuung vor Ort das Einkaufen erleichtern würden.

Dieser Wunsch wird vor dem Hintergrund eines weiteren Studienergebnisses noch verständlicher: Neben dem Preis sind es zunehmend Informationen zu Qualität, Herkunft und Zusammensetzung der Produkte, die über den Kauf entscheiden. Für zwei Drittel aller Befragten sind diese Kriterien heute wichtiger als noch vor fünf Jahren. Bei den Aspekten Service, Beratung und Verbraucheraufklärung haben jedoch die deutschen Konsumenten ein ganz spezielles Problem. Das Bundeskartellamt gibt den Herstellern immer häufiger Vorgaben zur Preisgestaltung, mit denen diese kundenorientierten Zusatzleistungen gar nicht zu realisieren sind. Statt eine breitgefächerte Warenpalette vom Discount-Angebot bis zum hochwertigen Markenprodukt zu akzeptieren, wollen die Wettbewerbshüter in Deutschland eine Art "Discountry" forcieren, dessen Warenwelt sich lediglich im niedrigsten Preisniveau bewegen darf. Über die Folgen dieser Eingriffe in die unternehmerischen Geschäftsmodelle berichtet der Wirtschaftspublizist Detlef Brendel (<http://www.pressebuero-brendel.com>) in dem Fachbuch "Wirtschaft im Würgegriff / Wie das Kartellamt Unternehmen blockiert" (Campus Verlag, ISBN 978-3-593-50150-5). Er sieht in der Behörden-Initiative eine fatale Fehlentwicklung: "Wer eine derart auf

den Preis fokussierte Sicht vertritt, der kann unmöglich verstehen, dass beispielsweise die Preise eines serviceorientierten Anbieters, also der Preis für ein Produkt plus Dienstleistungen, nicht mit dem reinen Produktpreis eines anderen Anbieters, der keine Zusatzleistungen erbringt, verglichen werden können."

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: 868090 • Views: 864 (Stand: 28.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/868090/Kunden-wuenschen-Service-und-Beratung.html>