

INTERNET FRANCHISEKETTEN ODER FACHHANDEL – WER GEWINNT UNSERE KUNDEN VON MORGEN?

In den letzten Jahren ist immer mehr zu beobachten, dass die Entwicklung im deutschen Markt mehr und mehr zu Internet und Großmarkt hin tendiert. Die kleinen Läden in den Innenstädten sterben nach und nach aus und werden ersetzt durch gigantische Einkaufszentren am Rande der Stadt möglichst in Autobahnnähe.

Doch betrachten wir die einzelnen Geschäfte in diesen Superzentren, dann sind dies fast ausschließlich Franchiseketten mit wenigen Fachangestellten und mehr und mehr Arbeitskräften bzw. Aushilfen auf 400,00 Euro Basis!

Doch wer sind unsere Kunden von Morgen? 400,00 Euro - Kräfte? Wohl kaum, denn mit 400,00 Euro kann man sich nicht viel leisten. Ganz zu schweigen von der Entwicklung, dass dem Staat dadurch Einnahmen in Form von Steuern und Sozialabgaben fehlen.

Und wie sieht es mit der fachlichen Beratungsqualität aus? Wohl eher nur mittelmäßig bis miserabel? Und wenn man so in die Unternehmen rein hört, dann beklagen sich alle über Umsatzrückgang?

Wen wundert's? Billigkräfte sind wohl kaum überdurchschnittlich motiviert, ganz zu schweigen von fachlicher Kompetenz - um in diesem Zusammenhang einmal das Wort "Zusatzverkauf" kurz aufzugreifen?

Unsere Fachkräfte werden durch Billiglöhner ersetzt, Kaufkraft schwindet, Beratungskompetenz schwindet, die Folge sind Umsatzrückgänge und weitere Einsparmaßnahmen der Unternehmen. Doch wo soll das hin führen? Wer wird diese Spirale stoppen und womit?

Bevor man etwas gewinnen kann, muss man investieren. Kunden informieren sich über bestimmte Produkte gerne im Internet. Aber Fragen werden dort kaum beantwortet, ganz zu schweigen von persönlicher Beratung.

In einigen Branchen kann man sogar beobachten, dass Kunden den gleichen Artikel lieber im Fachhandel kaufen, als im Internet und das zum gleichen Preis, obwohl sie dafür mehr Zeit aufbringen müssen?

Woran kann das liegen? Menschen suchen nach Ansprache und Anerkennung.

Ein Computer oder eine billige Arbeitskraft wird kaum in der Lage sein, dem Kunden persönliche Anerkennung zukommen zu lassen. Aber genau das ist es, was die Kunden suchen! Viele sind dafür sogar bereit, mehr zu investieren, an Zeit oder an Kosten. Individualität ist gefragt. Sicherlich lässt sich das nicht auf jede Branche und auf jede Produktpalette übertragen, doch lässt es sich in einigen Bereichen sicherlich einfach umsetzen.

Das geeignete Mittelmaß zu finden dürfte die Herausforderung an den Markt der Zukunft sein. Damit unsere Arbeitnehmer auch morgen noch unsere Kunden sind!

Zusammenfassend möchte ich anmerken, dass wir diese Spirale zwischen Umsatzrückgang, Kaufkraftschwund und zunehmender Billiglöhne durch Investitionen in unsere Mitarbeiter und somit in unsere Zukunft stoppen müssen, damit wir auch morgen noch Kunden haben, die sich die Produkte leisten können! Wir brauchen gut bezahlte und qualifizierte Fachkräfte, diese sichern den Umsatz von morgen durch Motivation und Kompetenz und bilden gleichzeitig die Basis unserer Kunden von Morgen.