

[Drucken](#)

Einkaufserlebnis vs. Internethandel



TECHNOPRESS: Die Marketing-Agentur Thielenhaus & Partner T&P empfiehlt, die Fachausstellung als Wettbewerbsvorteil gegenüber Online-Händlern stärker herauszustellen. Denn: Je komplexer, hochpreisiger, vielfältiger und damit auch beratungsintensiver sich ein Produktsortiment darstellt, desto stärker ist der Trend zum stationären Fachhandel.

Von diesem Trend profitieren vor allem hochwertige Gebrauchsgüter, bei denen der Kunde besondere Anforderungen an Marken-Qualität, Design und Langlebigkeit stellt. Das gelte vor allem auch für Badausstattungen und Heizungen. Hier lege der Kunde Wert darauf, unterschiedliche Produkte im direkten Vergleich physisch zu erleben. Und er schätze die persönliche Fachberatung, um eine qualifizierte, individuell bestmögliche Kaufentscheidung treffen zu können. Dietrich W. Thielenhaus: „Hier ist auch die Industrie gefordert, ihre Vertriebspartner durch intelligente Vermarktung des Einkaufserlebnisses am Point of Sale zu unterstützen.“

Thielenhaus verweist in dem Zusammenhang auf eine neue Befragung vom ECC Köln am Institut für Handelsforschung, die einen eindeutigen Zusammenhang zwischen Kaufkraft und Fachhandels-Affinität nachweist. Dabei hat sich ergeben: Je höher das Haushaltsnettoeinkommen, desto stärker ist das Interesse am Einkaufserlebnis im stationären Handel ausgeprägt.

[Alle anzeigen](#) [Neuen Kommentar schreiben](#)

- Kein Kommentar vorhanden -

» [Zu den weiteren Meldungen!](#)

[Home](#) | [SBZ Aktuell](#) | [SBZ Wissen](#) | [Markt + Produkte](#) | [Termine + Adressen](#) | [Kontakt](#) | [Mediaservice](#)

© 2013 SBZ | [Gentner Verlag](#) | [Karriere](#) | [AGB](#) | [Impressum](#) | [Datenschutz](#)

Weitere Online-Angebote der Gentner-Gruppe:

- » [SBZ-Monteur](#)
- » [TGA-Fachplaner](#)