

## HINTERGRUND

Fachhandelsumfrage von Marketagent.com und Wirtschaftsblatt

# Der Beste im ganzen Land?

DiTech sei der beste Elektrohändler Österreichs, titelte das *Wirtschaftsblatt* nach der mit Marketagent.com zusammen durchgeführten Untersuchung zum „Elektro- und Optiker-Fachhandel“. Dass DiTech es sich nicht zwei Mal sagen ließ, dieses Ergebnis hinauszuposaunen, liegt auf der Hand. Demnach war der Wiener Computerhändler vor MediaMarkt, Hartlauer sowie Saturn ex aequo mit Conrad platziert. Ein genauerer Blick auf die Ergebnisse der Umfrage ergibt jedoch ein differenzierteres Bild.

Es fängt beim Setting an, das zumindest eine gewisse Bevorzugung nahelegt. Denn die Umfrage von Marketagent.com wurde ausschließlich im Internet durchgeführt. Die Stichprobe von 2.000 Teilnehmern im Alter zwischen 14 und 69 Jahren entspricht laut den Marktforschern der österreichischen Bevölkerung, wobei die Befragten nur die Handelsunternehmen bewerten konnten, die sie zumindest in der gestützten Erhebung auch kannten.

### Vorteil Nische

Da zeigt sich auch der Haken an der Umfrage: Denn MediaMarkt war zB 1.887 Untersuchungsteilnehmern bekannt, von diesen bescheinigten 21,1% dem Großflächenanbieter eine besonders hohe Serviceorientierung. Der Anteil wuchs auf 23,8%, wenn man nur diejenigen 1.457 wertet, die auch in den zwölf Monaten zuvor bei MediaMarkt eingekauft hatten. Zum Vergleich: RedZac war 1.540 zumindest dem Namen nach ein Begriff, davon attestierten 16,7% den Händlern der Kooperation eine sehr hohe Serviceorientierung. Dieser Wert wächst auf 42,2%, wenn nur die tatsächlichen Kunden der vergangenen zwölf Monate zum Zug kommen. Deren Anzahl beträgt allerdings nur 223. Das Muster setzt sich bei anderen Fragen fort.

Als Nischenanbieter kam das Studiendesign so DiTech entgegen. Zwar kannte nur die Hälfte der Befragten das Unternehmen,

aber von diesen haben beinahe 40% auch bei DiTech eingekauft und sie waren offenbar überwiegend mit dem Gebotenen zufrieden.

### Guter Ruf

Was bedeutet, dass DiTech zu Recht stolz auf seine Bewertung sein kann. Bei den sieben in der Bewertung als wichtigsten eingestuften Faktoren Preis-Leistungs-Verhältnis, Kompetenz des Personals, Freundlichkeit des Personals, Zuverlässigkeit des Unternehmens, Engagement des Personals, gute Produktqualität, Erfüllung der Wünsche und Vorstellungen erhielt DiTech von den Teilnehmern der Studie den höchsten Mittelwert von 27,7%. Bei vier dieser sieben Kriterien lag DiTech in der Umfrage von Marketagent.com vorne.

„Kaum etwas motiviert einen Unternehmer mehr als diese Auszeichnung. Das ist der Beweis dafür, dass wir 14 Jahre lang die richtige Strategie verfolgt haben. Beratung, Service und Qualität der Produkte sind dem Kunden offensichtlich wichtiger als viele andere Faktoren“, erklärt DiTech-Gründer Damian Izdebski. „Wir werden weiterhin auf diese Strategie setzen und unsere Stärken weiterhin ausbauen. Ich bin fest davon überzeugt, dass wir noch viel Potenzial für weiteres Wachstum am österreichischen Markt haben und auch gegen Unternehmen bestehen können, die über ein Vielfaches an Marketingbudget verfügen.“

### Nicht auf dem Radar

Die Umfrage zeigt allerdings in aller Klarheit, dass der traditionelle Elektrofachhandel bei gewissen Kundengruppen kaum auf dem Radar aufscheint. Das beginnt bei der Bekanntheit: Da kamen die Kooperationen EP-, RedZac und Expert, die wie Filialisten gewertet wurden, bei der Erstnennung auf Werte von weniger als 3%. Ging es um die allgemeine Bekanntheit (ungestützt), dann pendelten die



DiTech-Gründer Aleksandra Izdebska und Damian Izdebski können sich zu Recht über die gute Bewertung freuen.

Werte der Kooperationen zwischen 2,5% und 2,6% für EP; bzw Expert und 10,9% für Red Zac. Da einzelne Händler (wenn sie von den Befragten nicht einer Kooperation zugeordnet wurden) extra gewertet wurden, hellt sich das Bild für den EFH allerdings etwas auf. Erst bei der gestützten Bekanntheit konnten die Kooperationen aufholen und Werte zwischen 29,6% (Expert) und 76,8% (Red Zac) erreichen.

Die Bekanntheit ist aber nur ein Problem. Fragt man nach, welches Unternehmen grundsätzlich für einen Einkauf in Frage kommt, und schlüsselt das Ergebnis nach Altersgruppen auf, so zeigt sich, dass der EFH vor allem bei der Gruppe unter 30 Schwächen hat. So wird Red Zac als stärkster Vertreter des Fachhandels von den 20 bis 29-Jährigen von weniger als einem Fünftel überhaupt in der Einkaufs-Überlegung berücksichtigt.

## AM PUNKT

### DITECH

in Internet-Umfrage top-bewertet.

### DAS SETTING

bevorzugt allerdings große Unternehmen und Internet-Anbieter.

### SCHWÄCHEN DES EFH

Besonders von jüngeren Befragten wird der Fachhandel von vorneherein nicht in die Überlegungen miteinbezogen.

Text: Dominik Schebach

Foto: DiTech

Info: [www.elektro.at](http://www.elektro.at)

Mehr Info auf [elektro.at](http://elektro.at) via **STORYLINK: 1304024**

TEXT