

## 220 Joghurtsorten machen nicht glücklich!



*Der Kunde ist das goldene Kalb der Neuzeit. Um ihn herum tanzt im Wettbewerbsrausch eine schwindelerregende Wirtschaft. Am Ende ist der Kunde verwirrt und geschafft. (daher bin ich für die Umbenennung der Wirtschaft in Wirrt-Schafft).*

*Wer diese Meinung nicht teilt, möge sein eigenes Konsum-Umfeld kritisch prüfen. Nehmen wir einen Einkaufs-Großmarkt: natürlich ist dort alles besser, schöner und billiger als früher. Die Tomaten werden nicht mehr faul und die Milch nicht mehr sauer. Die Auswahl ist riesengroß und irgendeine ausgeklügelte Logistik sorgt dafür, daß alle 220 Joghurtsorten tatsächlich immer lagernd sind.*

*Aber ist das wirklich schon „Efficient Consumer Response“, die effiziente Antwort auf die Bedürfnisse des Kunden? Nein, ist es natürlich nicht! 220 Joghurtsorten machen nicht glücklich – auch nicht, wenn man rechtzeitig darauf schaut, daß man sie hat, wenn man sie (nicht) braucht. Die Bedürfnisse der Kunden wären: ein menschliches Umfeld mit echten Menschen, die Zeit für Beratung und ein „kleines Plauscherl“ haben. Klein gehaltene Geschäfte, in denen einem nicht vor lauter Sonderangeboten schwindlig wird. Die Möglichkeit, Ersatzteile zu bekommen und kaputte Dinge reparieren zu lassen. Und die Erlösung von wahnsinnig gewordenen „Produktmanagern“, die dafür sorgen, daß die gekauften Waren schon im nächsten Jahr hoffnungslos veraltet sind.*

*Aber das alles würde natürlich weniger Umsatz, höhere Kosten und eine Schwächung der „Wettbewerbsfähigkeit“ bedeuten, und dafür haben wir alle zusammen – Produzent, Händler und Kunde – kein Geld und keine Zeit. Eine traurige, globalisierte Welt ist das, in der wir leben!*

Dr. Ernst Sittinger

