



Getäuschte Verbraucher: falsche Verkäufer bei Karstadt und Media Markt

Getäuschte Verbraucher: falsche Verkäufer bei Karstadt und Media Markt
In Kaufhäusern und Elektronik-Märkten werden Kunden häufig getäuscht: Auf den Verkaufsflächen arbeiten auch Verkäufer, die von Markenherstellern entsandt und bezahlt werden, ohne dass dies für den Kunden zu erkennen ist. Die so genannten Promoter treten oft wie angestellte Verkäufer der Warenhäuser auf. Das haben Recherchen der Wochenzeitung "Die Zeit" und des NDR Politikmagazins "Panorama 3" ergeben. Die Verkaufstaktik nennt sich "Hidden Promotion", versteckte Promotion. Anders als bei einer offenen Promotion wird den Kunden hierbei häufig vorgetäuscht, sie würden von neutralen Verkäufern fachlich beraten. Doch eigentliches Ziel der Promoter ist der Abverkauf jener Marken, für die sie arbeiten. Für die Kunden ist dies meist nicht transparent. Oft tragen die falschen Verkäufer die gleiche Arbeitskleidung und manchmal sogar ein Namensschild des Kaufhauses. Bei verdeckten Test-Einkäufen gab sich keiner dieser Promoter von sich aus als Mitarbeiter eines Markenunternehmens zu erkennen. Nach Recherchen von "Zeit" und "Panorama 3" sind die häufig als Fachberater bezeichneten Promoter in vielen Warenhausketten im Einsatz. Sie beraten nicht nur in Saturn- und Media Märkten, Karstadt- oder Breuninger-Filialen, sondern auch in den Vorzeige-Niederlassungen der Branche, dem Hamburger Alsterhaus oder dem KaDeWe in Berlin, die zur Karstadt-Gruppe gehören. Besonders häufig fanden sich die versteckten Promoter in Mode- und Kosmetikabteilungen sowie im Foto-, Smartphone- und Fernsbereich. Karstadt, Breuninger und Media Markt/Saturn räumen den Einsatz von Promotern auf Nachfrage ein. Alle geben jedoch an, Mitarbeiter von Fremdfirmen auf ihren Flächen seien durch Kleidung oder Namensschilder klar als solche zu erkennen. Die Recherchen von "Zeit" und "Panorama 3" belegen jedoch, dass gegen diese Vorgaben verstoßen wird. Auch bei Stichproben zeigte sich, dass versteckte Promoter ohne entsprechende Kennzeichnung arbeiteten. Boris Wita von der Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein beklagt eine mögliche Irreführung der Verbraucher. "Freiwillig wird der Handel diese Praxis nicht abstellen, denn er profitiert davon: Hier werden kostenfreie Mitarbeiter in die Läden gestellt, die auch für einen großen, starken Umsatz sorgen. Der Gesetzgeber muss zu einer gesetzlichen Regelung kommen, die es dem Handel auferlegt, die Verkäufer, die Berater klar zu deklarieren, damit der Verbraucher weiß, um welches Produkt, um welche Produktgruppe es hier geht." Mehr als drei Millionen Beschäftigte arbeiten im deutschen Einzelhandel. Nach Informationen von Betriebsräten und Handelsvertretern besteht das Verkaufs-Personal in einzelnen Geschäften heute bereits zu 30 bis 90 Prozent aus Promotern. Nicht alle arbeiten jedoch verdeckt. NDR - Norddeutscher Rundfunk
Rothenbaumchaussee 132 - 134
20149 Hamburg
Deutschland
Telefon: +49 (40) 4156-0
Telefax: 00 49 (040) 44 76 02
Mail: info@nдр.de
URL: <http://www.nдр.de>  http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pintr_=582320 width="1" height="1">

Pressekontakt

NDR - Norddeutscher Rundfunk

20149 Hamburg

ndr.de
info@ndr.de

Firmenkontakt

NDR - Norddeutscher Rundfunk

20149 Hamburg

ndr.de
info@ndr.de

Der NDR ist das führende elektronische Medienunternehmen im Norden, das durch Erfolg und Qualität seiner Programme sowie seines kulturellen und sozialen Engagements weit über sein Sendegebiet hinaus Einfluss und Bedeutung hat.