

Schnäppchen-Mentalität in der Industrie:

Geschrieben von: Administrator

Sonntag, den 10. Januar 2010 um 14:10 Uhr - Aktualisiert Donnerstag, den 11. März 2010 um 17:09 Uhr

Markenprodukte kontra Billigware

Es gibt nichts, was nicht auch noch ein bisschen billiger zu haben ist. Der Preis dafür ist häufig die geringere Qualität. „Kriminell“ wird es, aber, wo höhere Qualität vorgetäuscht wird – nicht nur bei Konsumgütern gibt es Produktpiraterie. Wo Schnäppchenpreise locken, ist die Versuchung groß, nicht so genau hinzuschauen. Das ist menschlich verständlich, aber zum Beispiel im industriellen Einkauf häufig unverantwortlich.

Und wenn es um Sicherheitsfragen geht, sogar kriminell. Denn dann steht der Einkäufer mit im Haftungsrisiko. Wer auf Nummer Sicher gehen will, ist gut beraten, nicht nur genau hinzusehen, was er kauft, sondern auch wo er kauft.



Am falschen Ende zu sparen lohnt selten: Markenware zahlt sich aus.

Mag sein, dass auch Qualität „made in Germany“ nicht mehr in allen Branchen ist, was es einmal war. Dafür ist die Geiz-ist-geil-Mentalität gerade in Deutschland viel zu verbreitet. Da aber, wo es um Sicherheit geht, gelten nach wie vor und völlig zu Recht allerhöchste Anforderungen.

Doch wieviel haben diese noch mit der Marktrealität zu tun, die eben nicht nur von wünschenswerten Qualitätsvorstellungen geprägt, sondern auch von einem überaus harten Preiswettbewerb? Und von minderwertigen Importen, die hier den Marken finanziell das Wasser abgraben? Häufig ist der Einkäufer nicht einmal in der Lage, zu unterscheiden, was er für sein Geld bekommt.

Wer sich im Technischen Handel orientiert, kann davon ausgehen, hier auf der sicheren Seite zu stehen. Denn was hier angeboten wird, ist oft für sensible Bereiche bestimmt, wo es auf Sicherheit und Zuverlässigkeit ankommt. Daher hat die Branche höchste Ansprüche an die Qualität ihrer Produkte. So wie der Technische Händler Fa.Klaus Schröder. Der Partner

Schnäppchen-Mentalität in der Industrie:

Geschrieben von: Administrator

Sonntag, den 10. Januar 2010 um 14:10 Uhr - Aktualisiert Donnerstag, den 11. März 2010 um 17:09 Uhr

renommierter Markenhersteller setzt nicht auf Preiswettbewerb, sondern auf Qualitätswettbewerb. Auch in puncto fachkundige Beratung.