

Hartlauer schafft den Spagat zwischen offline und online!



Robert F. Hartlauer

Credit: Hartlauer

Fotograf: Hartlauer

Steyr (OTS) -

~

* Die klassische persönliche Beratung wird klar bevorzugt. Beratungsbedarf ist bei den Produktgruppen: Optik, Hören, Kamera, Multimedia und Zubehör besonders hoch.

* Online und offline profitieren voneinander: Produkte werden fast zu gleichen Teilen sowohl online angesehen und dann im Geschäft gekauft als auch andersrum.

* Prognose: Geschäfte werden auch weiterhin ihre Berechtigung haben.

~

Wer braucht heute noch persönliche Beratung in Zeiten des Online-Shoppings? Eine repräsentative Umfrage unter web-aktiven Personen zwischen 20 und 69 Jahren zeigt nun, dass 92,8% der Befragten diese gegenüber anderen Beratungsmöglichkeiten vorziehen. Gerade bei Optikprodukten, Hörgeräten, Kameras und Multimedia-Geräten wird besonders auf persönliche Beratung zurückgegriffen. Die Studie von marketagent.com im Auftrag von Hartlauer hat das Einkaufsverhalten der Österreicher offline und online mit Fokus auf heimische Unternehmen unter die Lupe genommen.

Zwtl.: Persönliche Beratung sticht online Beratungsangebot aus

Der Boom der Online-Beratung lässt auf sich warten: Beratung via Chat (17,3%), E-Mail (13,7%) oder Anfrage-Formular (10,7%) findet wenig Zuspruch. Allein jüngere Menschen zwischen 20-29 Jahre (26,8%)

bzw. 30-39 Jahre bevorzugen die online Variante überdurchschnittlich stark. Klarer Gewinner ist die klassische persönliche Beratung im Geschäft mit satten 92,8%. Damit liegt Hartlauer mit seinen 160 Geschäften in ganz Österreich voll im Trend.

Zwtl.: Top 5 Produkte mit hohem Beratungsbedarf: Hartlauer trifft ins Schwarze

Beratung ist nicht überall gleich gefragt. An der Spitze stehen Optik- (90,7%), Hörprodukte (89,1%), Kameras sowie Zubehör (76,9%), Multimediageräte und Zubehör (69,4%). Damit deckt Hartlauer vier Produktgruppen aus den Top 5 mit hohem Beratungsbedarf ab.

„Gerade in den Bereichen Optik und Hörgeräte, in denen die Verbesserung bzw. die Wiedererlangung von Wohlbefinden im Vordergrund steht, ist uns die persönliche Beratung eine Herzensangelegenheit. Unsere ausgebildeten Fachkräfte tragen täglich dazu bei, dass unsere Kunden genau das erhalten, was zu ihnen passt.“ Robert F. Hartlauer

Zwtl.: Offline und online sind enger miteinander verbunden als gedacht

Das hört man doch öfter: Zuerst Produkt im Geschäft angeschaut und Informationen eingeholt, aber schlussendlich dieses online bestellt. Tatsächlich haben sich schon 6 von 10 Befragten (61%) dafür entschieden. Umgekehrt geben rund zwei Drittel (68%) an, dass sie bereits in einem Online-Shop ein Produkt gesehen haben, es aber letztendlich in einem Geschäft gekauft haben. Online-Shopping und Geschäfte profitieren also voneinander.

„Wir beraten auch gern Amazon-Kunden. Eine enge Kundenbeziehung ist für uns das A und O. Wir reden mit dem Kunden, fragen ihn, was er braucht und will und empfehlen ihm ein Produkt. Wir bauen darauf, dass der Kunde eine ordentliche Beratung zu schätzen weiß!“ Robert F. Hartlauer

Zwtl.: Wer die Wahl hat, hat den Vorteil

3 von 10 Befragten haben keine Präferenz, wo sie einkaufen bzw. nutzen sowohl Online-Shops als auch Geschäfte, um Multimediageräte sowie Zubehör (35,2%), Kameras und Zubehör (33%), Handys/Smartphones und Zubehör (32%) zu kaufen. Auf der anderen Seite gibt es Produktgruppen, wie die Fotoausarbeitung, die stark in Richtung

online Bestellung gehen (48,9%) - wobei immer noch knapp ein Viertel dafür lieber ins Geschäft geht.

Hartlauer setzt mit den CEWE Fotoausarbeitungsprodukten und der neuen online Marke fotodarling sowohl auf online als auch offline. Damit liegt Hartlauer genau im Trend.

„Der Name Hartlauer ist seit der Firmengründung 1971 untrennbar mit dem Thema Foto - vor allem der hochwertigen Ausarbeitung - verbunden. Unsere Fachberatung in unseren Hartlauer Geschäften ist unser Markenzeichen. Für mehr Flexibilität unserer Kunden setzen wir schon sehr lange auch auf die Möglichkeit der Online-Gestaltung und entsprechender Bestelloption. Zusätzlich ist seit Kurzem die neue online Marke fotodarling online - unsere Antwort auf die Trends im Netz: Smartphone-Fotografie und Personalisierung.“

Robert F. Hartlauer

Quelle: Die vorliegende Hartlauer-Studie wurde von marketagent.com (online reSEARCH GmbH) umgesetzt. Befragt wurden 512 web-aktive Personen aus Österreich zwischen 20 und 69 Jahren - Stichprobe repräsentativ hinsichtlich Geschlecht, Alter, Bundesland, Ausbildungsniveau und Haushaltsgröße der österreichischen Gesamtbevölkerung.

~

Rückfragehinweis:

Robert F. Hartlauer
Telefon: 07252/ 588 11
office@hartlauer.at

Julia Nusime / Presse und Events
Telefon: 0660/1313763
Julia.nusime@hartlauer.at
Hartlauer Handelsges.m.b.H., Stadtplatz 13, 4400 Steyr/OÖ

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/102/aom>

*** APA-OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.IT-PRESS.AT ***

IKT0001 2018-02-02/09:00

020900 Feb 18

Link zur Aussendung:

https://www.it-press.at/presseaussendung/IKT_20180202_IKT0001