

UniPressedienst

Verantwortlich:
Pressestelle der Universität Augsburg
Klaus P. Prem, Anke Michaelis
86135 Augsburg
Telefon 0821/598-2096
klaus.prem@presse.uni-augsburg.de
anke.michaelis@presse.uni-augsburg.de
www.presse.uni-augsburg.de

82/13 - 10. Mai 2013

Diskriminierung von Konsumenten in Deutschland weit verbreitet

Augsburg/MP/KPP - Nahezu jeder dritte Konsument in Deutschland wird beim Kauf von Produkten und Dienstleistungen diskriminiert. Unter den türkischen Konsumenten machen sogar acht von zehn derart negative Erfahrungen. Zu diesen Ergebnissen kommen nun erstmals Wissenschaftler des Lehrstuhls für Valued Based Management der Universität Augsburg mit Hilfe einer deutschlandweit repräsentativen Befragung. "Diskriminierung von Konsumenten ist in Deutschland ein weit verbreitetes Phänomen", so Prof. Dr. Michael Paul.

"Du kommst hier nicht rein!" oder "Das ist wohl nicht Ihre Preisklasse." – Sätze wie diese bekommen viele Konsumenten in Deutschland zu hören. Oftmals handelt es sich dabei um eine Form der Diskriminierung: Ein Kunde wird beim Kauf von Produkten oder Dienstleistungen aufgrund eines persönlichen Merkmals - etwa seines Geschlechts, seines Alter oder seiner ethnischen Herkunft - schlechter behandelt als andere Kunden, die dieses Merkmal nicht aufweisen. Aber wie verbreitet sind solche Diskriminierungserfahrungen in Deutschland wirklich? Dieser Frage sind nun Wissenschaftler des Augsburger Lehrstuhls für Value Based Management erstmals auf den Grund gegangen.

Prof. Dr. Michael Paul und seine Mitarbeiterin Sarah Germer haben in ihrer Studie eine Reihe verschiedener Merkmale berücksichtigt, die Grundlage von Diskriminierung sein können. Diese Merkmale umfassen Alter, Behinderung, Geschlecht, ethnische Herkunft, physisches Aussehen, ein ungepflegtes Äußeres, Religion, sexuelle Orientierung/Identität sowie den sozioökonomischen Status. Sie kommen zu dem Ergebnis, dass insgesamt 30,1% aller Konsumenten in Deutschland im Laufe eines Jahres wegen eines oder mehrerer dieser Merkmale diskriminiert werden. "Unsere Ergebnisse belegen, dass Diskriminierung im Konsum kein Randphänomen in Deutschland ist, sondern dass viele Menschen davon betroffen sind", erklärt Paul.

Bezogen auf die Gesamtbevölkerung sind die am häufigsten auftretenden Diskriminierungsmerkmale das Geschlecht (11,5%), das Alter (11,0%) und der sozioökonomische Status (9,2%), wobei die durchschnittliche jährliche Diskriminierungshäufigkeit bei 1,5 Mal liegt. (Die Merkmale physisches Aussehen, sexuelle Orientierung/Identität sowie ungepflegtes Äußeres wurden dabei mangels gesicherter Informationen über die Grundgesamtheit nicht einzeln betrachtet.)

Für einzelne besonders betroffene Gruppen zeigen sich dabei deutliche Unterschiede zur Gesamtbevölkerung. So machen türkische Konsumenten deutlich öfter Erfahrung mit Diskriminierung als andere ethnische Gruppen. Insgesamt werden 81,0% von ihnen durchschnittlich 5,7 Mal im Jahr wegen irgendeines Merkmals diskriminiert (36,4% wegen der Ethnie). Zum Vergleich: nur 27,5% der deutschen Konsumenten werden diskriminiert (durchschnittlich 1,3 Mal im Jahr) sowie 50% der Konsumenten anderer ethnischer Herkunft (durchschnittlich 2,4 Mal im Jahr).

Die Studie zeigt zudem, dass Diskriminierung überwiegend von Mitarbeitern (64,0%) und weniger von Unternehmen (21,8%) oder anderen Kunden (14,3%) ausgeht.

Nahezu drei von vier diskriminierten Kunden (70,0%) ziehen letztlich eine oder mehrere Konsequenzen aus ihrer Erfahrung: 77,8% verbreiten negative Mundwerbung, 50,0% wechseln zu Wettbewerbern und 19,7% beschweren sich direkt beim Anbieter.

Den Unternehmen rät Paul, dass "sie sich stärker als bislang bewusst machen sollten, welches erhebliche Risiko die Diskriminierung von Kunden für ihren wirtschaftlichen Erfolg darstellt". Es bleibe zu hoffen, dass Unternehmen ihre Mitarbeiter zukünftig besser für Diskriminierung sensibilisieren und weitere erforderliche Maßnahmen ergreifen, um Diskriminierung im Konsum weiter einzugrenzen.

In der Studie wurden insgesamt 1.079 Personen mittels eines Onlinefragebogens befragt. Die Befragung ist repräsentativ für die gesamtdeutsche Bevölkerung. Die Datenerhebung fand im Juli 2012 statt.

Eine Präsentation der Ergebnisse der Studie steht unter http://www.wiwi.uni-augsburg.de/en/bwl/paul/PDFS/News-Downloads/Diskriminierung_im_Konsum_Mai_2013.pdf zum Download zur Verfügung.

Kontakt und weitere Informationen:

Prof. Dr. Michael Paul
Lehrstuhl für Value Based Management
Universität Augsburg
86135 Augsburg
Telefon +49(0)821-598-4247
michael.paul@wiwi.uni-augsburg.de
<http://www.wiwi.uni-augsburg.de/en/bwl/paul>