

Wirtschaftstelegramm

» **Mehr Geld** Die über 20 000 Auszubildenden im Maler- und Lackiererhandwerk erhalten mehr Geld. Die Tarifpartner der Branche haben sich auf einen Tarifabschluss geeinigt. Die monatliche Vergütung steigt demnach, je nach Ausbildungsjahr, um 15 beziehungsweise 30 Euro auf dann 600 Euro (1. Ausbildungsjahr), 660 Euro (2. Jahr), beziehungsweise 820 Euro (3. Jahr). Ab August 2018 sieht der Tarifvertrag eine weitere Erhöhung ähnlichen Umfangs vor.

» **Arbeitssicherheit** Der Papierhersteller UPM hat mit seinen Mitarbeitern „Zwei Jahre ohne meldepflichtigen Unfall“ gefeiert. „Sicherheit hat bei uns oberste Priorität“, so Werksleiter Gerhard Mayer. Um dieses Ziel zu erreichen, würden seit fünf Jahren ständig Arbeitsabläufe hinsichtlich Sicherheit untersucht und optimiert.

» **Kundenzufriedenheit** Die Sparda-Bank hat beim Kundenmonitor 2017 zum 25. Mal in Folge Bestnoten bei der Kundenzufriedenheit erhalten. Das gab das Bankhaus bekannt. Als beste Bank unter den Filial-Banken wurde ihr die Note 1,87 verliehen. Der Branchendurchschnitt habe bei 2,33 gelegen.

» **Info** Für alle Wiedereinsteiger in den Beruf veranstaltet die Agentur für Arbeit Augsburg am 10. Oktober eine kostenlose Informationsveranstaltung. Sie soll helfen, sich optimal auf das Gespräch mit den Vermittlern in der Arbeitsagentur einzustellen. Die Veranstaltung findet zwischen 9 und 12.30 Uhr in Zimmer E18 statt. Eine Anmeldung ist nicht erforderlich.

Wissenswert

UMBBAU

Sparkasse schließt Filiale am Rathausplatz

Wie mehrfach berichtet strukturiert die Stadtsparkasse Augsburg ihr Filialnetz um. Auch die Innenstadt ist davon betroffen. Ab diesem Montag bleibt die Filiale am Rathausplatz bis Mitte 2018 komplett wegen Umbaumaßnahmen geschlossen. Das teilt die Sparkasse mit. Bis zu ihrer Wiedereröffnung stehen den Kunden die Geschäftsstellen Karolinenstraße sowie Halderstraße zur Verfügung. Der nächstgelegene Geldautomat befindet sich vor dem Beratungszentrum Max 23 am Moritzplatz. Sind die Umbauarbeiten an der Filiale Rathausplatz abgeschlossen, wird es dort wieder einen Servicebereich geben. Die Geschäftsstelle Karolinenstraße wird dann endgültig geschlossen. (mist)

NEUER NAME

Aus Schuhhaus Beitelrock wird Hartmaier

Das Traditionsschuhhaus Beitelrock direkt am Perlachturm hat einen neuen Namen. Seit wenigen Tagen firmiert es unter „Hartmaier im Beitelrockhaus“. Für den Kunden und die Angestellten ändere sich nichts, so eine Mitarbeiterin. Die Inhaber hätten den Namen der Augsburger Filiale lediglich an jenen des Münchner Stammhauses angepasst. (mist)

So stimmt's

FEHLER

Stilmanufaktur ist Betreiber von „Hästens“

In unserem Beitrag „Neue Läden in der Innenstadt“ vom 2. Oktober ist uns ein Fehler unterlaufen. Dort hatten wir berichtet, die schwedische Bettenmanufaktur „Hästens“ hätte neu im ehemaligen Gebäude des Filmpalasts eröffnet. Richtig ist, dass die bereits dort ansässige Stilmanufaktur als Lizenznehmer fungiert und den „Hästens“-Shop betreibt. „Der Laden hat einen eigenen Eingang und ist somit eigenständig. Aber nicht Hästens selbst führt das Geschäft, sondern die Stilmanufaktur“, so Inhaber Michael Meißler. (mist)

VON ANDREA WENZEL

Ein Junge tritt an der Kasse der Spitzwegapotheke in Hochzoll ungeduldig hin und her. Schließlich zupft er seine Mama an der Jacke und flüstert „Wo bleibt denn heute der Traubenzucker?“.

Der junge Mann heißt Jonah und seine Mama ist Kundin der Apotheke. Heute kaufen die beiden Nasenspray für Schwester Amelie. Und Jonah will unbedingt den obligatorischen Traubenzucker dazu. „Manchmal gibt es auch eine kleine Holzfigur oder ein Büchlein geschenkt“, erzählt er. Tatsächlich kommt seine Mutter Iris Eckle nicht nur wegen der guten Beratung in die Spitzwegapotheke, sondern auch der netten Geschenke wegen. „Da fühle ich mich gut aufgehoben und wertgeschätzt“, sagt sie.

Apotheker Michael Günther hat demnach alles richtig gemacht und geschickt über den Sohn die ganze Familie Eckle als Kunden gewonnen. Doch wie er selbst sagt, sind solche Szenen kein Ergebnis gezielter Marketing-Strategien. „Mir macht es einfach Spaß, den Kindern eine Freude zu machen. Bei den Eltern bedanke ich mich für den Ein-

Rabattsysteme funktionieren beim Kunden am besten

kauf und ihre Treue“, erzählt er. Nur indirekt setze er kleine Geschenke als Marketing-Mittel ein. Denn: „Fraglich ist, ob das überhaupt einen Beitrag zum Erfolg meiner Apotheke leistet. Messen kann ich das nämlich nicht.“

Ein Argument, das viele Einzelhändler und Unternehmen kennen dürften. Lohnt sich der finanzielle Aufwand für Werbegeschenke überhaupt? Locken Kugelschreiber und Wandkalender den Kunden wirklich erneut in mein Geschäft?

Michael Paul, Marketing-Professor an der Universität Augsburg, hat die Antwort. Zusammen mit drei Kollegen hat er untersucht, ob Werbegeschenke tatsächlich wirken und Unternehmen einen finanziellen Nutzen bieten. Die Ergebnisse: Wer das richtige Geschenk passend überreicht, kann das Einkaufsverhalten der Kunden beeinflussen und einen finanziellen Vorteil für sein Unternehmen erzielen. Eine Erkenntnis, die es auf wissenschaftlicher Basis seiner Aussage nach bisher so nicht gab.

Aber wie konkret lassen sich Kunden nun durch Werbegeschen-



Michael Günther ist Inhaber der Spitzwegapotheke in Hochzoll. Er freut sich, wenn ihm Kunden die Treue halten. Dafür setzt er vor allem auf eine gute Beratung. Die ein oder andere Kleinigkeit wie ein Traubenzucker wird als „Danke schön“ aber auch mal verteilt. Foto: Silvio Wyszengrad

ke beeinflussen? Apotheker Michael Günther verlässt sich auf sein Gefühl und setzt auf Abwechslung und Freundlichkeit. „Wir übergeben die Kleinigkeit mit netten Worten und wechseln durch. Mal gibt es Taschentücher, mal Halspastillen“, erklärt er und trifft damit – ganz unbewusst – voll ins Schwarze. „Wenn die Übergabe einer kleinen Aufmerksamkeit mit einem Dankeschön seitens des Unternehmens verbunden ist, kommt es sehr gut an. Es wird als Geschenk gewertet und als solches angenommen“, zieht Michael Paul ein Fazit aus seiner Studie. Eine Strategie, die auch bei der Stadtsparkasse Augsburg bereits erfolgreich angewandt wird. „Bei uns stehen hauptsächlich Kinder und Jugendliche im Fokus. Für sie gibt es verschiedenste Präsente – von der Geburt bis zur Volljährigkeit. Zuge-



Michael Paul

schnitten auf den jeweiligen Anlass und das Alter“, beschreibt Ursula Brandhorst-Burk, Leiterin des Marketings. Mal sei es ein „Danke schön“, mal ein Angebot, Kunde zu werden. Einen mittleren sechsstelligen Betrag gibt die Sparkasse ihren Angaben nach für sämtliche Kundenpräsente aus und will deshalb nur wenig dem Zufall überlassen. Das betrifft auch die Auswahl der Geschenke.

Denn auf die kommt es besonders an. Ein Geschenk muss wertvoll sein, besagt die Uni-Studie. „Und zwar im Sinne dessen, dass es dem Kunden nutzt“, so Marketing-Experte Paul. Wer wahllos Gegenstände verschenke, werde damit keinen Erfolg haben, egal, wie nett er sich bedankt. „Wenn sie mal wieder eine Tasse oder einen Schlüsselanhänger übergeben, die weder dem Kunden nutzen noch in Bezug zu ihrem Unternehmen stehen, kann das unter Umständen sogar negativ wirken.“ Die Geschenke müssten vielmehr hochwertig sein, und zwar im Sinne

Das ist die Studie

● Wer hat was untersucht

Der Augsburger Uni-Professor Michael Paul, Inhaber des Lehrstuhls für Value Based Marketing, ist zusammen mit drei Kollegen der Frage nachgegangen, wie Werbegeschenke beim Kunden ankommen und ob sie eine Wirkung erzielen, die dem Unternehmen anschließend finanzielle Vorteile bringen.

● Wie wurde untersucht

Die Studie wertete die Daten von 2000 Fluggästen einer deutschen Fluggesellschaft aus. Diese erhielten während eines Feldexperiments unterschiedliche Werbegeschenke. Danach wurde untersucht, welche Gruppe am häufigsten weitere Flüge bei der Airline buchte und aus welchem Grund. (nist)

dessen, dass sie dem Kunden etwas bedeuten, so Paul. Effektiv seien neben Präsenten auch Loyalitätsprogramme und Rabatte. „Wer dem Kunden einen Preisnachlass bei weiteren Einkäufen einräumt – auch wenn es nur wenige Cent sind –, kann davon als Unternehmen profitieren“, so Paul. Die Rabattmarken verschiedener Drogerieketten setzen auf dieses Phänomen. Eine Erfahrung, die auch Apotheker Günther mit seinen neu eingeführten

Rabattcoupons für frei verkäufliche Ware gemacht hat. Die Stadtsparkasse setzt auf Startguthaben bei der Kontoeröffnung oder vergünstigte Eintritte zu verschiedenen Freizeitangeboten. Sie sind Kunden und Knax-Club-Mitgliedern vorbehalten. „Damit haben wir bisher gute Erfahrungen gemacht und sicher den ein oder anderen motiviert, zur Sparkasse zu kommen oder bei uns zu bleiben“, ist Brandhorst-Burk sicher.

Er war seiner Zeit voraus

Geschichte Friedrich List forderte schon 1840 ein System offener Märkte. In Augsburg verfasste er dazu ein wichtiges Schriftstück. Welche Bedeutung es heute laut Experten noch immer hat

VON ANDREAS ALT

Er zählt zu den Propheten, die im eigenen Land nichts galten: Friedrich List war einer der bedeutendsten Wirtschaftswissenschaftler des 19. Jahrhunderts. Er hatte enge Beziehungen zu Augsburg. Hier arbeitete er für die *Allgemeine Zeitung* und schrieb sein Hauptwerk: „Das nationale System der politischen Ökonomie“ – daran erinnert heute eine



Friedrich List, gemalt in Öl von seiner Tochter. Foto: Heimatmuseum Reutlingen

Gedenktafel am Holbeinplatz. Aus seiner Vision eines einheitlichen deutschen Wirtschaftsraums wurde zu Lists Lebzeiten nicht viel. Doch heute ist die Welt eine andere. Aus Sicht von Peter Lintner, Leiter Standortpolitik bei der IHK Schwaben, und des Lehrstuhlinhabers für Volkswirtschaftslehre der Uni Augsburg, Peter Welzel, hat List angesichts der gegenwärtigen Krise der EU noch viel zu sagen.

Europa ist heute ein weitgehend einheitlicher Wirtschaftsraum, aber nicht ohne Probleme. Zunehmend sind auseinandertreibende Kräfte zu beobachten: Großbritannien hat seinen Austritt aus der EU beschlossen, östliche Länder werden zu autoritären Staaten und verweigern sich der europäischen Solidarität. Da empfiehlt es sich, wie Lintner und Welzel sagen, sich wieder mit List zu beschäftigen.

Der größere Markt der EU nutzt allen: Es wird mehr produziert, durch die größeren Stückzahlen kann billiger produziert werden, und davon haben alle etwas: Branchen, einzelne Unternehmen, die Kapitalgeber, die Beschäftigten und durch den größeren Volkswohlstand

selbst die sozial Benachteiligten. List hat das zu seiner Zeit für Deutschland gefordert; der Gedanke ist aber nicht nur typisch List, sondern herrschende Lehre.

Ganz unzweifelhaft hat List jedoch hohe Verdienste um den Ausbau einer Infrastruktur, die die Wirtschaft voranbringt. Das war damals in erster Linie die Eisenbahn, für die er sich gegen viele Widerstände unermüdlich einsetzte. „Der Eisenbahnbau in Deutschland ging wahnsinnig schnell“, sagte Lintner, „da wurde in langen Korridoren gedacht.“ Auch heute noch wäre da etwas zu tun: Innerhalb der EU müssen die Vertikalkommunikation im Personenverkehr verbessert und das Stromsystem der Bahnlinien vereinheitlicht werden.

Zur Infrastruktur gehören noch viele andere Dinge, insbesondere das Bildungssystem, heute auch ein Leitungsnetz für die Digitalisierung, wie Lintner und Welzel übereinstimmend sagten. Im Bemühen

um einen größeren und besser funktionierenden Wirtschaftsraum gebe es allerdings im Zuge des Strukturwandels stets Gewinner und Verlierer. Manche Branchen können die Liberalisierung und Integration der Märkte für einen Aufschwung nutzen, andere werden nicht mithalten. „Aber die Gewinne der Gewinner werden immer größer sein als die Verluste der Verlierer“, betonte Welzel.

Das ist freilich nicht so einfach. Lintner verwies auf die Automobilindustrie. Der Dieselskandal hat deutlich gemacht, dass der Strukturwandel sie erheblich beschädigen könnte. Dabei stehen aber hunderte tausende Arbeitsplätze und eine grundlegende Quelle des deutschen Wohlstands auf dem Spiel. Trotzdem bleibe Lists Bemühen um offenere Märkte grundsätzlich richtig: „Sollte es einem abgeschotteten Bulgarien oder Rumänien besser gehen?“, fragte Welzel. „Ich glaube nicht.“



Peter Welzel

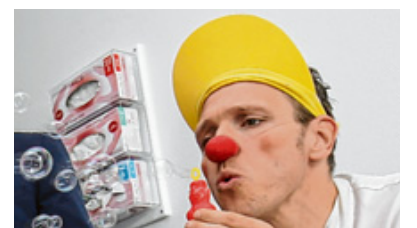


Peter Lintner

Großzügige Spende

IG Metall gibt 11600 Euro für guten Zweck

Die IG Metall Augsburg steht als Gewerkschaft für Solidarität. Gezeigt hat sie diese nun in Form einer Spende. Insgesamt 11 600 Euro wurden an zwei gemeinnützige Organisationen übergeben. 4900 Euro erhielt der Verein Glühwürmchen aus Tapfheim, der krebs-, schwerst- und chronisch kranke Kinder und deren Eltern unterstützt. Der Rest der Summe ging an die Klinik-Clowns Augsburg. Sie erleichtern schwer kranken Kindern mit ihren Späßen den Krankenhausaufenthalt. Die IG Metall hatte sich begleitend zu ihrer bundesweiten Beschäftigungsbefragung „Politik für alle“ dazu entschieden, einen Euro je ausgefüllten Fragebogen für ein soziales Projekt zu spenden. (mist)



Die Klinik-Clowns. Foto: Hochgemuth