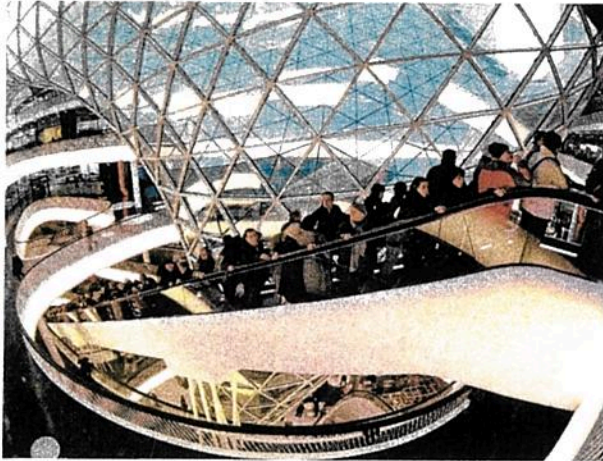


Jeder dritte Kunde wird diskriminiert

Mal ist es das Alter, mal das Aussehen oder das Geschlecht: 30 Prozent aller Konsumenten in Deutschland werden im Laufe eines Jahres diskriminiert. In Geschäften hören sie Sätze wie „Du kommst hier nicht rein!“ oder „Das ist wohl nicht Ihre Preisklasse“. Am häufigsten beziehen sich diskriminierende Aussagen dabei auf das Geschlecht, das Alter oder den sozioökonomi-

schen Status, so das Ergebnis einer Studie der Universität Augsburg. Die abfälligen Äußerungen gehen der Untersuchung zufolge überwiegend von den Mitarbeitern (64 Prozent) und weniger von den Unternehmen oder anderen Kunden aus. Besonders betroffen sind türkische Kunden: 81 Prozent werden im Schnitt 5,7-mal im Jahr diskriminiert – während nur 27,5 Prozent der deutschen Kunden durchschnittlich 1,3-mal im Jahr betroffen waren. Die Mehrzahl der Kunden reagiert auf derartige negative Erfahrungen: Knapp 20 Prozent beschweren sich direkt beim Anbieter, jeder zweite Kunde wechselt zu Wettbewerbern. Fast 80 Prozent wehren sich, indem sie „negative Mundwerbung“ verbreiten, wie es in der Studie heißt. Die Unternehmen sollten sich deshalb stärker als bislang bewusst machen, „welches erhebliche Risiko die Diskriminierung für den wirtschaftlichen Erfolg darstellt“, so das Fazit der Autoren.



Einkaufszentrum in Frankfurt am Main

BERND KÄMMERER / ACTION PRESS

Ausgabe: DER SPIEGEL 22 / 2013

67

Prof. Dr. Michael Paul
 Universität Augsburg
 Lehrstuhl für Value Based Management
 Universitätsstr. 16
 D-86159 Augsburg