



Nicht an allem ist Amazon schuld

Ein Online-Marktplatz als Subdomain einer Regierungswebsite ist halt auch keine Lösung.

Kommentar

•• Von Dinko Fejzuli

ALTERNATIVLOS. Der quasi weltweite Lockdown und die als Folge geschlossenen Geschäfte verhelfen dem Digital-Giganten Amazon zu weiteren Milliarden-Umsätzen. Als „Dankeschön“ storniert er gleich mal bei diversen Medienpartnern seine Marketing-Aktivitäten, weil ihm die Kunden quasi von allein die Tür einrennen.

Aber das ist ein anderes Thema und die bisherigen Medienpartner sollten sich das eventuell merken – für spätere Zeiten.

Suche nach alternativen Shopping-Sites

Damit der lokale Handel aber nicht vollends unter die Räder kommt, versuchen nun viele aufzuzeigen, dass es durchaus möglich ist, auch Abseits von Amazon online einzukaufen und dabei der eigenen Wirtschaft gerade in so schwierigen Zeiten, wie wir sie derzeit haben, zu helfen.

Ein Paradebeispiel wäre der Buchhandel, denn da gab es noch nie einen Grund, seinen Lesestoff über Amazon zu beziehen, denn in Österreich gibt

es eine Buchpreisbindung und die Bücher sind deshalb bei Amazon auch nicht billiger und liefern können sie die lokalen Buchhändler auch.

Etwas anders sieht es bei der Suche nach alternativen Online-Shops für andere Güter aus.

Hier muss man leider sagen, hat es die heimische Wirtschaft, aber auch jene auf EU-Ebene, komplett verschlafen, Alternativen anzubieten – sowohl vom Angebot als auch von der Usability der Shops beziehungsweise von der Preisattraktivität her. Es ist schlicht nicht praktisch, im Browser das Url-Monster <https://www.oesterreich.gv.at/public/online-marktplatz/heimische-produkte.html> oder auch einen anderen Shop eines Einzelhändlers eingeben zu müssen, um dann erst recht durch etliche Subsites selbst genau eingeben zu müssen, was man sucht.

Ich hab's versucht wegen einem Bingo-Spiel für meine betagte Nachbarin – das Suchergebnis war niederschmetternd: Gefunden hab ich alles, vom Wasserhahn mit dem Namen Bingo bis zum Geschirrspülmittel, ein Spiel für meine Nachbarin war nicht dabei. Nur: So wird's halt nichts mit der Amazon-Alternative ...

Jeder Teilnehmer ist ein Gewinner

Unternehmens-Wettbewerbe haben mehr als reine Marketing-Effekte.

Gastkommentar

•• Von Melanie Scheiber

WIEN. Wir Menschen neigen dazu, uns ständig verbessern zu wollen und vergleichen uns auch gerne mit anderen. Sind die anderen klüger als wir, schneller oder erfolgreicher? Was man auf den ersten Blick als Eitelkeit abtun könnte, führt in Wahrheit dazu, dass wir einander stetig nach-eifern und uns gegenseitig inspirieren. Am Ende des Tages profitieren alle. Gleiches gilt auch für Unternehmen, NGOs und sogar Behörden. Eine Möglichkeit, um sich mit anderen Organisationen zu messen, ist die Teilnahme an Wettbewerben wie dem Staatspreis Unternehmensqualität, der bereits seit 25 Jahren vom BMDW in Kooperation mit der Quality Austria vergeben wird. Immer wieder berichten Teilnehmer davon, wie sehr sie alleine von der Teilnahme profitieren, weil sie



Melanie Scheiber ist Marketing-Leiterin bei Quality Austria.

im Zuge dessen ihre eigenen Prozesse auf den Prüfstand stellen, Verbesserungen einleiten und so die Qualität von jedem einzelnen Unternehmen gesteigert wird. Angenehmer Nebeneffekt: Die mediale Aufmerksamkeit ist natürlich auch nicht zu verachten. Gewinner sind aber alle Teilnehmer.

Die abgedruckten Gastkommentare geben ausschließlich die Meinung des Verfassers wieder. Wir behalten uns das Recht auf Kürzung vor.

”

Es hat noch nie bessere Zeiten für den Journalismus gegeben als jetzt. Das ist eine bahnbrechende Zeit mit dem Internet.“

Evelyn Huber-Reitan

Journalistin, Work Ability- und CSR-Beraterin



© Campus Verlag

BUCHTIPP

Der Silberstreif am Horizont

SCHWARZSEHEN. Warum brauchen wir durchschnittlich vier gute Erlebnisse, um ein schlechtes emotional auszugleichen? Warum erschüttert uns ein einziges Wort der Kritik, selbst wenn es mit einem heftigem Lob daherkommt?

Der renommierte Sozialpsychologe Roy F. Baumeister entdeckte den Negativitätseffekt als grundlegenden Aspekt unseres Wesens. Wir können lernen, unsere Negativitätsvorurteile zu erkennen, zu steuern und sogar zu überwinden.

campus; 349 Seiten; ISBN: 9783593511672

© Quality Austria