



Ressort: Lokale Nachrichten

Testkäufe Einzelhandel teilweise erschreckend Update 31.03.2023 + 06.04.2023 Neu dabei: KIK Göttingen + Edeka das 4. Mal

Göttingen, 25.01.2023 [ENA]

Update 06.04.2023: Kaum zu glauben, das Edeka Göttingen Elliehäuser Weg sich nun zum 4. Mal mit ganz weit Nase vorne um eine Schilderung in diesem Bericht bewirbt. Das tue ich gerne. Am Montag ist Werbetag. Im Prospekt wie immer jede Menge Angebote, die inzwischen in 4 versch. Edeka Filialen in Göttingen gelten. Die Filiale öffnet um 6.00 Uhr, ich betrat gegen 9.30 Uhr das Geschäft. Neben einigen Artikeln suche ich den Edeka Genussmomente Räucherlachssalat 150g . Lt. Prospekt statt 1.99 Euro jetzt 1.49 Euro. Aber auch beim zweiten Absuchen des Regales, wo sich die Salate aller Art befinden, kann ich den Artikel nicht finden. Schließlich wende ich mich an eine Mitarbeiterin, die gerade dabei ist, einen Rollwagen mit Ware in der Abteilung abzapacken. Frage: Können Sie mir sagen, wo dieser Salat ist, ich kann den nicht finden. Sichtlich genervt davon, das ich Sie vom Abpacken der Ware abhalte, geht sie zum Regal, schaut ein wenig hin und her und tippt dann auf eine Stelle, wo diverse Plastikverpackungen mit Salaten stehen, die mit 2.49 Euro ausgezeichnet sind. Ihre Antwort: Da muß der zwischenstehen, da müssen sie mal schauen. Als ich sie auf den Preis vor der Ware anspreche und das man da ja nicht die Ware finden kann die Antwort: Wir müssen ja erst die Etiketten haben zum Umstecken – und weg war sie. Also habe ich ganzen Salatsorten durchgewühlt um schließlich 2 Boxen zu finden, die dem Werbeaufdruck entsprachen. Komisch nur, im Prospekt stand doch alter Preis 1.99 Euro, am Regal ist die Ware mit 2.49 Euro ausgezeichnet. Und zum Thema Preisauszeichnung: Da scheint dieser Markt echte Probleme zu haben, darüber habe ich schon mehrfach berichtet. Wenn nach 3 ½ Stunden keine korrekte Preisauszeichnung auf die Werbeware möglich ist, sollte man vielleicht überlegen, das Geschäft eine Stunde später zu öffnen und lieber für die Kunden die Ware korrekt vorzubereiten oder überhaupt mal auszupacken. Weil das zum Schluß gut passt, lasse ich hier 2 Werbesprüche von Edeka einfließen, die ich eher lächerlich finde, nein, falsch gesagt, sie sind lächerlich. Edeka – Wir lieben Lebensmittel. Ja, das mag sein, aber Kunden weniger. Und der zweite ganz aktuell: Wir haben 430 Preise dauerhaft gesenkt. Ja, mag sein, aber 3000 Preise dauerhaft erhöht. Der Eindruck entsteht wenn man durch die Regale bei Edeka geht. Viele Produkte sind massiv angestiegen. Beispiel: 10er Pack Eier für 4.29 Euro. Ich wollte dabei gar keine goldenen Eier.

**Redaktioneller Programmdienst:
European News Agency**

Annette-Kolb-Str. 16

D-85055 Ingolstadt den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660 der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich. Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661

Email: contact@european-news-agency.com

Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern

stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und

stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und

- Seite 1 von 9 -



..... International Press Service.....

Beispiel: Gut & Günstig Tomatensoße im Glas 1.59 Euro. Ich könnte hunderte von Beispielen nennen, wo die Preise unter die Decke schießen.

Schlußwort zu Werbung: Die Werbeblätter der Einzelhandelsunternehmen verkommen immer mehr zu Täuschungsmannövern gegen die Kunden. Denn wenn ihnen ein Prospekt beispielsweise eine Reduzierung von 40 % verspricht, dann gilt diese in der Regel auf die schon mehrfach erhöhten Preise seit dem Ukrainekrieg, bedeutet: Selbst mit den 40 % Rabatt zahlen sie meist mehr als sie vorher in normalen Zeiten für das Produkt bezahlt hatten.

Update 31.03.2023: Nun hat sich auch die Firma KIK beworben, sich in die Reihe der nicht so besonders abgeschnittenen Einzelhandelsgeschäfte einzureihen. Vorfall 1: Ich betrete die Filiale in Göttingen Groner Straße und kaufe versch. Artikel ein, gehe an die Kasse, bezahle und stelle ausserhalb des Geschäftes beim Überprüfen des Kassensbons fest, der mir zu hoch vorkam, das noch zu meinen Einkäufen ein Fussball mit abgezogen worden war. Komisch, hatte ich doch gar nicht verkauft. Zurück in der Filiale erklärt die Mitarbeiterin, da müsse sie wohl mit dem Scanner an ein Etikett gekommen sein. Ach was, ein Fussball lag aber nicht im Kassensbereich. Vorfall 2 vor wenigen Tagen: Wieder kaufe ich verschiedene Artikel ein und stelle zu Hause fest, das eine Packung Briefumschläge, die unter der Folie mit versch. Länderpreisen ausgezeichnet sind, in Deutschland eigentlich 1 Euro kosten sollen. Abgezogen wurde 1.49 Euro. Auch hier bin ich nach wenigen Tagen wieder mit Kassensbon und Verpackung der Umschläge in die Filiale. Erst einmal habe ich mich überzeugt, das die Ware immer noch mit einen Euro ausgezeichnet ist, das war sie. Daraufhin habe ich mich bei einem Mitarbeiter gemeldet und vorgetragen, das ich für die 1 Euro ausgezeichnete Ware 1.49 Euro bezahlt hatte. Er ging mit mir zum Regal, prüfte mit einem Lesegerät die

Ware um mir dann mitzuteilen, das es leider so sei, das die Ware letzte Woche teurer geworden sei. Die Kollegin habe wohl die Umzeichnung vergessen. Darauf angesprochen, ob ich den die Differenz wiederbekommen, verneinte er, das würde das System nicht zulassen. Ich verließ den Laden und rief später den Kundenservice KIK Bönen an. Dem Mitarbeiter erklärte ich mein Problem und fragte dann nach, ob der Mitarbeiter in der Filiale nicht den Artikel einfach hätte zurücknehmen können und mir dann neu verkaufen können zum ausgezeichneten reduzierten Preis und mir die Differenz hätte auszahlen können. Uupps, der Kundendienstmitarbeiter gibt zu, doch, das hätte in der Filiale so abgewickelt werden können, aber es läge grundsätzlich in den Händen der Mitarbeiter vor Ort, wie das dort abgewickelt wird. Er würde aber die Filiale anschreiben und die Mitarbeiter informieren. Es geht hier natürlich nicht um den Betrag, sondern um eine wenig kundenfreundliche Abwicklung. Gerade wenn man mehrere Artikel kauft und nicht gleich den ganzen Kassensbon kontrolliert hat man eventuell einfach Pech gehabt.

Redaktioneller Programmdienst: European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16

D-85055 Ingolstadt den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660 der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich. Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661

Email: contact@european-news-agency.com

Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern

stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und

stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und



..... International Press Service.....

Und das der Kundenservicemitarbeiter die Filiale in Göttingen informiert kann ich auch nicht nachvollziehen, denn gefragt in welcher Filiale in Göttingen ich war hatte er nicht. Wie will er die Mitarbeiter informieren ? Das bleibt sein Geheimnis.

Der Erstbericht: Es ist mal wieder nach den Coronazeiten an der Zeit. Zeit zu schauen, nachdem ja in den Coronazeiten einige Jobs flöten gegangen sind, nachdem ja durch die Krisen 2022 einige Jobs verloren gegangen sind. Wie sind denn die Mitarbeiter und Einzelhandelsgeschäfte so drauf ?

Dazu erst einmal zur Einleitung. Es gibt Testkäufe, die werden von Testunternehmen gezielt auf eine bestimmte Unternehmenskette oder Branche gelegt, meist haben sie als Testkäufer eine bestimmte Aufgabe, etwas zu kaufen, zu mieten, eine Autoprobefahrt zu vereinbaren, eine Reklamation zu machen oder was auch immer. Es gibt die andere Testkaufvariante, sie als Testkäufer können sich den Handel aussuchen, etwas beliebiges kaufen, testen, zurückgeben wollen whatever und können dann ihre Erfahrungen einem Testunternehmen melden. Letzteres war bei mir der Fall, ich habe eine längere Zeit verschiedene Einzelhandelsunternehmen in Göttingen getestet.

So wie ich auch bekommt fast jeder Bundesbürger pro Woche eine Vielzahl an Werbeprospekten für die kommende Woche. Meist aufgeteilt von 2 Teilen, damit die Kunden auch ab Mitte / Ender der Woche nochmals einen Grund haben, das gleiche Geschäft zu besuchen. Ich möchte hier noch anmerken, das natürlich eine gewisse Anzahl an Käufen reibungslos verlaufen sind, hier geht es einzig und allein um die Aufdeckung von Problemen, und der bedauerlichen Situation, das Probleme inzwischen kein Einzelfall mehr sind.

Firma Woolworth bietet in einem Prospekt einen 10er Pack FFP2 Masken für 2 Euro an. Sensationell. Dazu eine Heizdecke, einen Rückenwärmer und einen Halswärmer, alles Top Preise. Also nichts wie hin am Montag morgen um 10.30 Uhr, das Geschäft öffnet am Montag um 10.00 Uhr, und Montag ist der erste Werbetag. Also war ich 30 Minuten nach Öffnung vor Ort. Leider kann ich keines der genannten Artikel finden, also wende ich mich an eine Verkäuferin, die gerade Ware platziert. Also die Heizsachen finde ich hinten im Regal, wo die ganzen Wellness – Produkte liegen, und die FFP2 Masken an der Kasse. Okay, ich gehe hinten zu dem Wellness – Regal und finde – nix. Aber auch dort finde ich eine Verkäuferin, die ich nach den Produkten frage.

Leider sei zum heutigen Werbetag nichts davon geliefert worden, so ihre Erklärung für die fehlenden Produkte, das sei in letzter Zeit schon öfters vorgekommen, es könne aber sein, das es noch im Laufe der Woche kommt.

Redaktioneller Programmdienst: European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16

D-85055 Ingolstadt den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660 der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich. Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661

Email: contact@european-news-agency.com

Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern

stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und

stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und

- Seite 3 von 9 -



..... International Press Service.....

Okay, ich gehe an die Kasse wegen der FFP2 Masken und finde eine Sorte, die aber mit 4.99 Euro ausgezeichnet ist. Meine Frage an die Kassiererin, ob das die Werbeprodukte seien und der Preis noch nicht runtergezeichnet sei: Nein, mischt sich eine andere Mitarbeiterin ein, das seien die nicht, die sind – sie ahnen es, nicht mitgekommen. Aber aus Kulanz eine Packung zu reduzieren um den Kunden zufrieden zu stellen, nein, die 3 Euro trägt man auch nicht.

Also fahre ich ohne jegliche Ware nach Hause und benachrichtige die Woolworth Zentrale mit den Vorfall und bitte um eine Lösung und Ersatz für meine Fahrtkosten, die völlig umsonst waren. Die Lösung sieht dann so aus: Ich soll in einem gut 20km entfernten weiteren Markt fahren, da würde man mir die von mir gewünschten Produkte 3 Tage reservieren. Danke, ich lehne ab, denn die Fahrtkosten, mal eben so rund 40km zu fahren, dazu die Zeit, danke. Dann kann ich ja gleich woanders die Produkte zum höheren Preis kaufen, wenn ich die Fahrtkosten + Benzinkosten rechne. Kein guter Umgang mit einem Kunden, keine Entschuldigung, nix.

Die Firma Edeka bietet im Prospekt Schmand 200g statt angeblichen 99 Cent in der Werbung für 88 Cent an. Da ich noch weitere Produkte dort einkaufen will, fahre ich direkt morgens hin. Der Markt öffnet um 6.00 Uhr (kaum zu glauben) und ich bin gegen 8.45 Uhr vor Ort, also fast 3 Stunden nach Öffnung. Nachdem ich einige Produkte eingekauft habe, suche ich im Frischeregal den Schmand. Die Packung finde ich, davor ein Preisschild 69 Cent, aber keine 88 Cent Werbepreis. Ich frage eine Verkäuferin, die gerade am Auspacken von Frischeware ist, die Antwort: Ja, der steht hier, ich würde ja quasi direkt davorstehen. Ich erkläre ihr, das ich das weiß, aber der Preis würde nicht stimmen. Ja, sie hätte noch keine neuen Preisschilder bekommen.

Wenn sie die neuen Preisschilder hat, würde sie die an der Ware anbringen. Abgesehen davon, das der Markt bereits fast 3 Stunden für Kunden geöffnet hat, keine Info warum ein günstigerer Preis an der Ware steht, lt. Schild handelte es sich aber um Schmand 200g, und da kein anderer Schmand daneben stand kann es sich nur um diesen gehandelt haben. Wenige Regale weiter, Kalbsleberwurst für 99 Cent in der Werbung. Im Kühlregal, wo sich die Kalbsleberwurst befindet, kann ich keinen Preis von 99 Cent entdecken. Da ich das Prospekt nicht nur Hand habe und die Marke nicht kenne du damit nicht herausfinden kann, welches Schild vielleicht noch später gesenkt wird, frage ich eine Mitarbeiterin, die ca. 2m entfernt Käse sortiert. Ihre Antwort: Da drüben im Regal finden sie die Kalbsleberwurst, da müssen sie mal gucken. Die 2m waren für sie offensichtlich unüberbrückbar, weder hat sie sich zum Regal begeben noch mir die Marke genannt, die vielleicht ja später noch reduziert wird. Also kein Einkauf von mir.

**Redaktioneller Programmdienst:
European News Agency**

Annette-Kolb-Str. 16

D-85055 Ingolstadt den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660 der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich. Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661

Email: contact@european-news-agency.com

Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern

stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und

stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und



..... International Press Service.....

Aber es gibt auch ein positives Beispiel, wo der Kunde nicht als dumm hingestellt wird. Im Angebot: Milch für 99 Cent der Liter. Die Milch von diesem Anbieter gibt es als H-Milch und Frischmilch. Ansonsten sind die Packungen optisch identisch. Ich entscheide mich für die falsche Milch und gehe damit zu einer Mitarbeiterin und frage sie, warum das Preisschild einen zu hohen Preis anzeigt, die wäre doch in der Werbung.

Sie zückt ein Prospekt und stellt schnell fest, das ich statt der normalen Milch die H- Milch in der Hand halte, also mein Fehler. Das erklärt sie mir und stellt fest: Die Packungen sehen sehr ähnlich aus, da kann man sich schnell vertun. Richtig. Kann man als Kunde, und dafür muß man nicht dumm sein, was sie auch nicht zu verstehen gegeben hat. An einem anderen Tag. Ich kaufe für 1.79 Euro Ware ein und will diese an der Kasse mit einem Coupon, der zu Weihnachten in den Kalendern war und über 2.50 Euro lautet, bezahlen. Nun muß man wissen, das bei Gutscheinen die Restsumme auf den Gutschein verbleibt und für einen späteren Einkauf eingesetzt werden kann im Rahmen der angegebenen Zeitspanne.

Bei Coupons ist das in der Regel nicht möglich, es verbleibt nix auf dem Coupon, die Summe muß auf einmal genutzt werden oder der Rest verfällt. In meinem Fall nimmt die Kassiererin den Coupon, scannt ihn und bekommt eine Fehlermeldung, die sie mir so vorträgt, das die Kasse anzeigen würde, der Coupon sei ungültig. Offensichtlich war ihr die Einlösemöglichkeit des Coupons nicht bekannt, dabei steht das auf dem Coupon auf der Rückseite sogar drauf, Einlösung nur auf einmal, es gibt auch keine Verfallsmöglichkeit der Restsumme. Nachdem sie den Coupon also mehrfach gescannt hat kommt ihr erst die Lösung, der sei schon abgelaufen.

Als ich sie darauf hinweise das der ja erst vor 4 Wochen in den Weihnachtskalendern war und wohl kaum abgelaufen sein kann, zumal die Einlösefrist auf dem Coupon ja bis Ende 2025 angegeben war, und sie frage, ob das an der Kaufsumme liegen könnte, ja da dämmert ihr etwas, nur leider nicht die Lösung. Ja, also bei Coupons wäre es so, da könne die Restsumme nicht ausgezahlt werden. Wie jetzt, davon war doch nie die Rede. Da das Ganze zu diesem Zeitpunkt schon mehrere Minuten gedauert hat und die Kundenschlange zugenommen hatte, erlöste ich die Kassenkraft und erklärte ihr, das läge wohl an der zu geringen Kaufsumme, die müsse den Couponwert gleichsein oder übersteigen und ich würde jetzt bar bezahlen.

Das schien ihr dann auch recht und ich erhielt den Coupon zurück. Schulungen der Kassenkräfte oder Informationen übe die Einlösung von Coupons, gerade zu Weihnachtszeiten, wo diese über die Kalender hundertfach verkauft worden sind, scheinen nicht gemacht worden sein. Es geht zu Kaufland. Im Gepäck – 25 Pfanddosen aus dem Jahr 2004. Die haben zwar das Pfandlabel, sind aber seit länger als 15 Jahren aus dem Sortiment, weil die zur WM mit Fußballern von Coca Cola eine Sonderanfertigung sind.

**Redaktioneller Programmdienst:
European News Agency**

Annette-Kolb-Str. 16

D-85055 Ingolstadt den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660 der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich. Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661

Email: contact@european-news-agency.com

Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern

stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und

der allein jeweilige Autor verantwortlich. Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660 der Meldung ist



..... International Press Service.....

Mein Verdacht geht auf: Der Pfandautomat verweigert die Annahme mit dem Hinweis, keine Marke aus dem Sortiment von Kaufland. Ich gehe an die Information, stelle eine Dose auf den Thresen, anwesend die Infodame und ein Herr.

Ich erkläre das Problem und die Fehlermeldung und sie entgegnet mir, die Dosen hätte Kaufland nicht im Sortiment gehabt deshalb nehme der Pfandautomat die nicht an. Als ich entgegne, das das Pfandlogo doch aber das von heute sei, wiederholt der Mann die Erklärung. Nichts desto trotz liegen plötzlich 25 Cent auf dem Thresen und die Dame erklärt, aus Kulanz würde sie die Dose an der Info annehmen, was sie eigentlich nicht müsste. Jetzt zeige ich ihr meine Tüte, wo ja noch weitere 24 Dosen gleicher Art drin waren, sie schaut etwas irritiert, fragt nach der Menge, wiederholt ihre Kulanz und zahlt mir auch die 6 Euro weiteres Pfand an der Info aus. Ich reiche ihr meine Tüte, bedanke mich und gehe einkaufen.

Abgesehen davon das sie unrecht damit hat, die Dosen nicht annehmen zu müssen, weil das Pfandlogo eben die Abgabe in jedem Geschäft oder Kiosk garantiert, ausser die haben überhaupt keine Dosen, hat sie aber positiv reagiert und das Problem reibungslos geklärt. Wo wir gerade bei den Pfandautomaten sind. Bei dem Kaufland Markt, den ich besucht habe, befinden sich 4 Pfandautomaten in einer extra Räumlichkeit, den man unabhängig von den Eingangstüren zum Hauptmarkt betreten kann. Hier werden morgens die Flächen mit einem Reinigungsautomaten befahren. Der Markt öffnet um 8.00 Uhr. Um 8.20 Uhr betrat ich mit einem Einkaufswagen und Pfandflaschen den Raum, wo eine Frau mit dem Reinigungswagen zugegen war.

Als sie mich beim Anfahren eines Pfandautomaten sah, bewegt sie ihren Reinigungswagen auch dorthin um mich zu blockieren. Ihre Ansage: Nein, jetzt könne ich keine Pfandflaschen abgeben, sie müsse erst den Bereich reinigen. Als ich den nächsten Pfandautomaten ansteuere, kommt sie mir hinterher und will mich wieder blockieren. Ich mache ihr eine klare Ansage, erbot ließ sie mich dann gewähren. Da gibt es nicht viel zu sagen, allerdings scheint die Frau keine Mitarbeiterin von Kaufland, sondern von einer externen Reinigungsfirma zu sein. Ein anderer Tag, ein anderes Erlebnis. Im ersten Stock bietet Kaufland an einer Frischetteke belegte Thüringer Mettbrötchen für 1 Euro an. Ein sensationeller Preis, wie ich finde, und schmecken tun die auch.

Leider ist die Sauberkeit an dieser Theke nicht die Beste. Eigentlich stehen den Mitarbeitern blaue Gummihandschuhe zur Verfügung. Die werden aber nicht immer benutzt. Erlebnis 1. Die Dame ist gerade dabei, eine Kiste mit Konserven vor der Frischeabteilung auszupacken, als ich den Thresenbereich betrete. Sie sieht mich, unterbricht ihre Arbeit und packt mir mit ihren Händen, ohne diese zu waschen oder Handschuhe anzuziehen, auf meinen Wunsch hin 3 Mettbrötchen in eine Tüte.

Redaktioneller Programmdienst:
European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16

D-85055 Ingolstadt den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660 der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich. Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661

Email: contact@european-news-agency.com

Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern

stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und

stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und

- Seite 6 von 9 -



..... International Press Service.....

Das Erlebnis ohne Händewaschen oder Handschuhe ist mir in diesem Kaufland – Geschäft leider schon öfters aufgefallen, die Arbeit wird unterbrochen, die Brötchen per Hand in die Tüte gepackt. Thema Brötchen bleibt, allerdings welche zum Aufbacken.

Werbeware. Leider kann ich die Brötchen im Regal, wo die ganzen aufzubackende Ware liegt, nicht finden. Eine Mitarbeiterin, die gerade das Brötchenaufbackgerät bedient, darauf angesprochen: Tja, die sind noch nicht geliefert werden. Sind noch nicht da. Ein zweiter Herr mischt sich ein, sucht ebenfalls diese Brötchen.

Nein, nicht da. Kommen noch. Das ist schön, aber ich kann ja nicht vor Ort Stunden warten, bis die kommen. Also verzichte ich, gehe zur Kasse und danach zur Info. Dort erkläre ich, das ich und ein anderer Herr eigentlich die Brötchen aus der Werbung kaufen wollten die aber nicht da seine. Die Dame nimmt das Prospekt, liest kurz und fragt dann, ob ich denn im Kühlbereich oder Regal geschaut habe.

Ich erkläre, im Regal, und die dortige Mitarbeiterin habe mir dann gesagt, die seien noch nicht geliefert. Sie klärt mich auf: Es handele sich um Tiefkühlbrötchen, die woanders gelagert sind, bei Pizzen, Kuchen und so. Dann ruft sie eine Mitarbeiterin aus der Abteilung an die ihr bestätigt, das die Brötchen da seien aber eben an einem anderen Platz. Okay, ich danke ihr aber gehe natürlich nicht nochmals in den Markt. Auf dem Parkplatz treffe ich den Mann wieder und erkläre ihm, das die Brötchen da seien aber in der Kühlzone. Auch er hatte kein Bock darauf, nochmals in den Markt zu gehen.

Kommen wir zu Penny. Zumindest findet man schonmal die Ware dort, wo man sie auch vermutet. Warum ich das hier betone, werden sie im Anschluß lesen können. Es geht um eine Garantie, die Penny seit einigen Monaten oder vielleicht auch länger anbietet, damit auch im TV Werbung gemacht hat und die nach wie vor gültig ist: Die Frischegarantie. Die wird im Internet so erklärt: Alle 90 Minuten Frischecheck bei Obst und Gemüse. Alles frisch bei Penny. Uupps, da muß jemand im Markt die Werbung nicht kennen. Nicht selten ist bei extrem preiswerter Werbeware schon am Morgen in der „zweiten“, Ebene Ware dabei, die schon matschig ist, bei Weintrauben schon mal Fruchtfliegen zeigt oder anderweitig wenig frisch ist.

Da aber diese Mißstände nicht innerhalb von 90 Minuten entstehen kann es nur so sein, das diese Kontrolle schlichtweg nicht stattfindet oder nur oberflächlich. Kommen wir zu Jawoll, einem Markt, der so allerlei bietet, im Prinzip von alles etwas, viel Postenware, Sonderware, Saisonware. Das besondere: Die Ware findet offensichtlich bei Neuankunft da Platz, wo eben gerade Platz ist. Da steht schonmal die Bihunsuppe im Baumarktbereich, Wurst Dosen neben dem Ausverkauf von Stollen und anderen Weihnachtsartikeln, und das noch am 23.1.2023, oder es gibt gleich 3 Bereiche im Markt, da findet man Kleidung. Das besondere daran, das die Mitarbeiter dann auch oft nicht wissen, wo sich welche Ware befindet.

Redaktioneller Programmdienst:
European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16

D-85055 Ingolstadt den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660 der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich. Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661

Email: contact@european-news-agency.com

Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern

stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und

stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und

- Seite 7 von 9 -



..... International Press Service.....

Kauf 1, Werbung von Herrenhemden Flanell für 14.99 Euro. Die finde ich nicht, eine Mitarbeiterin schickt mich zu einer Sonderpostenfläche mit Gitterboxen, doch dort angekommen, keine Hemden zu sehen. Schließlich wende ich mich an eine Dame in einem Büro, vermeintlich Filialleiterin und erkläre mein Problem. Die seien dort, wo auch die anderen Hemden im Regal liegen, so die Auskunft, aber immerhin begleitet sie mich zu dem Regal und zeigt mir die Ware. Ich erkläre, das eine andere Mitarbeiterin mich woanders hingeschickt habe. 2. Fall. Werbung von Plastikboxen. Zwischen 4.99 Euro und 9.99 Euro. Auf einer Sonderfläche finde ich hochgestapelt diverse Plastikboxen, aber nicht die, die ich eigentlich kaufen will.

Auch nachdem ich die Preise verglichen habe, meine Preisklasse lt. Prospekt ist nicht dabei. Ich finde aber eine günstigere Box für 3.99 Euro und entschieße mich, diese zu nehmen. Später gehe ich zur Kasse und plötzlich wird mir ein Preis von 6.99 Euro genannt. Ich stutze und erkläre der Frau, das die Ware doch mit sogar 2 Etiketten ausgezeichnet sei, was sie ja sehen könne, und zwar mit 3.99 Euro. Sie schaut und erklärt dann, da habe jemand wohl falsch ausgezeichnet, ob denn auf dem Podest noch mehr davon wären zu diesem Preis. Das habe ich nicht kontrolliert, erkläre ich und sage zudem, die eigentliche Box, die ich wollte, hätte ich auch nicht gefunden.

Daraufhin verweist sie mich auf einen anderen Boxenaufbau im Markt, da könne sie auch sein. Wohlgermerkt, könne sie sein. Die andere Box bekomme ich nicht wie handausgezeichnet für 3.99 Euro, also verlasse ich das Geschäft ohne Box. Zwei kurze Erlebnisse habe ich dann noch bei Netto zu vermelden, beide an verschiedenen Tagen. Kurz nach Geschäftsöffnung betrete ich mit Pfandflaschen den Markt. Da ich bei netto verschiedene Artikel einkaufen wollte, habe ich auch gleich die vorhandenen Pfandflaschen mitgenommen. Das Behältnis wo die Flaschen drin waren brauchte ich später zum Einkauf. Doch am Pfandautomat im Markt angekommen, ein Schild am ausgeschalteten Automaten:

Dieser sei defekt und daher könne man im Moment im Markt keine Pfandflaschen abgeben. Was in manchen anderen Geschäften dann per Hand angenommen wird, hier Fehlanzeige. Auch auf Nachfrage an der Kasse keine Möglichkeit, Pfandflaschen abzugeben. Pech gehabt, keine Behältnis, kein Einkauf. Einige Zeit später: Wieder eine Werbung, es geht um DB Gutscheine, die statt 30 Euro nur 25 Euro kosten. Da ist super, denn die kann man länger aufbewahren. Also kurz nach Öffnung zum Netto – Markt, wo die Gutscheine in der Kassenzone an einem Ständer hängen. Doch soweit ich auch schaue, ich finde – gerade mal eine Karte, die einsam an einem Haken hängt. Auf meine Frage an der Kasse, das die Karten doch kurze Zeit nach Öffnung nicht ausverkauft sein könnten:

Nee, wir hatten nicht viel, die sind halt weg. Aber ich könne es ja in der Innenstadt in anderen Filialen versuchen, die hätten ja auch welche.

Redaktioneller Programmdienst:
European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16

D-85055 Ingolstadt den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660 der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich. Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661

Email: contact@european-news-agency.com

Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern

stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und

stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und

- Seite 8 von 9 -



..... International Press Service.....

Das ist ja toll, ich soll also rumfahren um überall festzustellen, keine Karten mehr da. Ein Anruf einer Filiale, um dann vielleicht 3 -4 Karten zu reservieren, Fehlanzeige. Ich könnte hier noch weitere Erlebnisse bei Einkäufen vor Ort schildern, aber ich glaube eines ist klar geworden. Die Serviceorientierung gegenüber Kunden ist bei einigen Mitarbeitern nicht besonders ausgeprägt, auch nicht nach Coronazeiten. Das mag an schlechter Bezahlung, Stress im Job oder anderen Widrigkeiten am Arbeitsplatz liegen, doch alles Beispiele, die allesamt echt und nicht erfunden sind.

Diese Beispiele zeigen, das es keine Einzelfälle sind. Bewußt habe ich aber auch positive Beispiele genannt, es soll ja nicht der Eindruck entstehen, alles wäre im deutschen Einzelhandel schlecht. Aber die Wertschätzung von Kunden ist hier und da nicht besonders hoch, und wenn ich einen markanten Spruch einer Einzelhandelskette in Sinn habe, der da lautet „ Wir lieben Lebensmittel „, dann glaube ich dem Unternehmen das, aber „ Wir lieben Kunden „, würde ich weniger glauben. Und das ist das A und O eines Geschäftes, der Kunde, der ein positives Erlebnis hat und das weitererzählt oder in den sozialen Medien weiterverbreitet.

Da helfen irgendwelche Urkunden, Zertifikate, Awards von angeblich unabhängigen Institutionen, die wegen besonderer Kundenfreundlichkeit, Service, Frische, Leistung und ich weiß nicht was Auszeichnungen präsentieren können. Ja, mag ja sein, das die Testkäufe allesamt positiv waren. Das die Waren allesamt da waren, alle frisch waren. Aber hat nicht in der heutigen Zeit JEDER Kunde das Recht, Top behandelt zu werden, und nicht nur jeder dritte oder so ? Wie hat mal mein ehemaliger Chef zu der Belegschaft gesagt:

Die Kunden, die unser Geschäft betreten, wollen ihr SAUER verdientes Geld in Luxusprodukten anlegen und wir sind dazu da, dieses zu ermöglichen und ein positives Einkaufserlebnis zu schaffen. Da hat er Recht. Wobei SAUER verdientes Geld nicht auf alle Kunden zutrifft, wenn ich z.B. an Politiker denke.

Bericht online lesen: https://www.european-newsagency.de/lokale_nachrichten/testkaeufer_einzelhandel_teilweise_erschreckend_25012023-85605/

Redaktion und Verantwortlichkeit:
V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDSStV: Uwe Hildebrandt

Redaktioneller Programmdienst:
European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660 der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich. Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern

stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und