

## **Security Land – Sicherheit als innovatives Geschäftsfeld**

Eine Studie des Instituts für Handel und Marketing in Kooperation mit Security Land zum Thema Sicherheitslösungen zeigt, dass der ideale Sicherheitsanbieter seinen Kund/inn/en ein Rundum-Service anbietet.

„Alles aus einer Hand“ bedeutet für Anbieter von Alarmanlagen, Sicherheitsschlössern etc., dass sie als Komplettanbieter auftreten müssen, die neben kompetenter Beratung und freundlichen Mitarbeiter/inne/n auch ein professionelles Montageservice bereitstellen sollen.

### **Was macht Sicherheitsanbieter erfolgreich?**

Laut Kriminalstatistik ist ein massiver Anstieg von Einbruchsdelikten in den letzten Jahren in Österreich zu verzeichnen. Damit geht auch ein Anstieg des Gesamtumsatzes der österreichischen Sicherheitsbranche einher, der im Jahr 2007 € 841 Millionen betrug. Zu den bekanntesten Sicherheitsanbietern zählen aonAlarmServices, Security Land und EVVA. Im Zuge der Erhebung interessierte die Frage, welche Eigenschaften Anbieter von Alarmanlagen haben müssen, damit sie am Markt erfolgreich sind. Außerdem wurde untersucht, welche Informationsquellen für die endgültige Kaufentscheidung von Sicherheitslösungen relevant sind.

Mitte Mai 2010 wurden insgesamt 184 potenzielle Kund/inn/en für Sicherheitsprodukte an zwei unterschiedlichen Standorten befragt. Bei der mündlichen Face-to-face Befragung mittels standardisiertem Fragebogen wurde zuerst nach dem allgemeinen Sicherheitsempfinden gefragt. Anschließend wurden die Kenntnisse über Sicherheitslösungen und Anbieter untersucht.

### **Beratung als wichtigstes Kriterium**

Die Ergebnisse der Konsument/Inn/enbefragung belegen, dass es Unterschiede in der Informationssuche gibt, je nachdem, ob man sich allgemein oder mit einer konkreten Kaufabsicht über Sicherheitslösungen informiert. Zwar sind die Sicherheitsanbieter selbst - in beiden Fällen - die am häufigsten genutzte Informationsquelle. Doch spielen im Falle einer Informationssuche mit konkreter Kaufabsicht, Informationen aus dem Internet eine wesentlich stärkere Rolle (45% der Befragten) als bei der Suche nach allgemeinen Informationen (38% der Befragten). Dies könnte auf die Funktion des Internets als Informationsquelle in Form von Erfahrungsberichten und Meinungen hinweisen: Im Gegensatz zur allgemeinen Informationssuche ist bei konkreter Kaufabsicht Word of Mouth (im Sinne von Erfahrungsberichten von Freund/inn/en, Verwandten etc.) ein bedeutender Faktor (von 22% der Befragten genannt). Bei der Suche nach allgemeinen Informationen sind vor allem öffentliche Beratungsstellen wie z.B. die polizeiliche Beratungsstelle (42% der Befragten) eine Möglichkeit, sich zu informieren. Generell kann angemerkt werden, dass dem Kunden/der Kundin eines Sicherheitsanbieters vor allem die stationäre und die Vorort-Beratung wichtig ist, wobei der ideale Sicherheitsanbieter ein absoluter Komplettanbieter sein sollte. Nur dann wird ihm das nötige Vertrauen entgegen gebracht.

Kontakt:

**Mag. Verena Harrauer**

Institut für Handel und Marketing

+43-1-31336 -5440

[verena.harrauer@wu.ac.at](mailto:verena.harrauer@wu.ac.at)

**Mag. Robert Zniva**

Institut für Handel und Marketing

+43-1-31336 – 4920

[robert.zniva@wu.ac.at](mailto:robert.zniva@wu.ac.at)

**o.Univ.Prof. Dr. Peter Schnedlitz**

Institut für Handel und Marketing (H&M)

+43-1-31336 - 4618

[peter.schnedlitz@wu.ac.at](mailto:peter.schnedlitz@wu.ac.at)

[www.wu.ac.at/retail](http://www.wu.ac.at/retail)