

# Schlecker setzt vermehrt auf türkische Kunden



Die Drogeriemarktkette Schlecker will die Masseneinwanderung des Landes zur Neukundengewinnung nutzen. Sie gibt am kommenden Wochenende erstmals eine Publikation in türkischer Sprache heraus (Foto), bei der es sich um eine Mischung aus Magazin und Prospekt handeln soll. Zunächst soll auf türkisch geworben werden, später folgen dann die Produkte aus dem Orient. Welche Stadt wäre für diesen Versuchsballon besser geeignet als das türkisch besetzte bereicherte Duisburg!

Die WAZ schreibt dazu:

*Duisburg. Die Drogeriemarktkette Schlecker will auf ihre Kunden zugehen – auch auf Türkisch. Ab Samstag werden im Stadtteil Hochfeld 10.000 türkischsprachige Werbe-Prospekte verteilt. Wenn die Aktion Erfolg hat, soll es das bald in ganz Deutschland geben. Auch türkische Produkte sind denkbar, heißt es von Schlecker.*

*Neben Shampoo, Toilettenpapier und Kaugummi könnte die Schlecker-Filiale an der Wanheimer Straße in Hochfeld bald „Halal-Produkte“, also Nahrungsmittel, die den Vorschriften des islamischen Rechts entsprechen, anbieten. Aber noch ist das Zukunftsmusik. Zunächst einmal will Schlecker die*

*Migranten durch eine gezielte Ansprache für sich gewinnen. In Duisburg-Hochfeld wirbt die Drogerie-Kette bei türkischsprachigen Kunden ab Samstag mit einem Kundenmagazin in ihrer Muttersprache – erstmalig in Deutschland.*

*Wenn das Angebot gut angenommen wird, sollen die türkischen Kundenmagazine bald regelmäßig und auch in anderen Städten zu finden sein. Auch türkische Produkte seien nicht ausgeschlossen. Man wolle „ein Zeichen setzen, dass wir unsere türkischen Kunden schätzen“, heißt es von Schlecker.*

### ***„Wenn es irgendwo klappt, dann in Duisburg-Hochfeld“***

*Patrick Hacker, Sprecher des Unternehmens, hält Duisburg-Hochfeld für ein ideales Testgebiet. Im Duisburger Ortsteil Hochfeld beträgt der Anteil der Migranten fast 65 Prozent, die türkischstämmigen Menschen stellen dabei bei weitem die größte Gruppe. Rund um die Wanheimer Straße ist dieser Wert noch höher, vermutet Hacker; „dort lebt ein außergewöhnlich hoher Anteil von Menschen mit türkischen Wurzeln auf kleinem Raum zusammen.“ 10.000 Prospekte sollen in den Haushalten rund um die Filiale verteilt werden. „Wenn es irgendwo klappt, dann dort“ erklärt Hacker. Er hofft, dass so mehr türkische Kunden bei Schlecker einkaufen wollen.*

Generell arbeite Schlecker daran, seine Kunden in einer Sprache anzusprechen, die sie verstehen, so Patrick Hacker, Sprecher des Unternehmens.

Weiter berichtet die WAZ:

### ***Auch türkische Produkte bei Schlecker denkbar***

*In der vergangenen Woche hatte das Unternehmen mit einem Brief, in dem die Kunden des Unternehmens als Menschen mit „niedерem bis mittlerem Bildungsniveau“ bezeichnet wurden, für Spott gesorgt. Anlass der Debatte war der Slogan „For You. Vor Ort“ gewesen, mit dem die Drogerie-Kette seit*

*einigen Monaten wirbt. Dieser sei auf die wenig gebildeten Kunden zugeschnitten, ließ Florian Baum, Leiter der Unternehmenskommunikation, in einem Brief an den Verein für Sprachpflege wissen. Nachdem viele, die den Brief im Netz gelesen hatten, empört reagierten, erklärte Schlecker online: „Wir stehen zu unserer Zielgruppe“. Und zu der gehörten eben auch Migranten.*

*„In Zukunft könne man das noch „viel weiter denken““, gab der Unternehmenssprecher abschließend zum Besten. [...]*

Die Drogeriemarktkette Schlecker unterstützt im vollen Umfang die Selbstaufgabe des Abendlandes. Die Türken werden von deutschen Biedermännern, die sich zweifelsohne für die Kundschaft mit dem niederen Bildungsniveau entschieden haben, geradezu ermutigt und bestätigt, die Integration zu verweigern.

- » [service@de.schlecker.net](mailto:service@de.schlecker.net)
- » [f.baum@de.schlecker.net](mailto:f.baum@de.schlecker.net)