

29.09.2010 - 08:00 Uhr

Neue GDI-Studie: «European Food Trends Report»

Rüschlikon (ots) -

Die Ernährungsmärkte befinden sich in einem rasanten Umbruch: Immer neuen Angeboten steht ein wachsendes Misstrauen der Konsumenten gegenüber. Diese hegen zunehmend Sehnsüchte nach Einfachheit und Echtheit - anders gesagt: Die Industrie bietet «Science», die Menschen wollen «Romance». Die zweite Ausgabe des «European Food Trends Report» des Gottlieb Duttweiler Instituts (GDI) beschreibt und analysiert diese Entwicklung und ihre Folgen.

Im Zentrum des Reports steht die Frage, wie das Vertrauen der Konsumenten wieder zurückgewonnen werden kann. Denn der Druck, sich «korrekt» zu verhalten, ist weiter gestiegen. Masslosigkeit und Entfremdung - die zentralen Entwicklungen der vergangenen Jahrzehnte - werden abgelöst von einem neuen Bewusstsein für Essen und Nahrung. Die Konsumenten fordern nicht nur von sich selber Konsequenz, sondern auch von den Anbietern: Nur wer die «schlechten» Produkte streicht, bleibt glaubwürdig.

Einzelhändler und Gastronomen sind gut beraten, gesundes, massvolles, ethisches, nachhaltiges und lokales Essen zu fördern - sonst werden sich alternative Konzepte etablieren. So zeugt in verschiedenen OECD-Ländern schon heute eine wachsende Bewegung von «Community Supported Agriculture» vom Streben nach autonomen Lösungen. Wer kann, wird radikal.

Bereits vereinen einige innovative Unternehmen die neuen Konsumentenbedürfnisse mit dem Machbaren, zum Beispiel mit neuen mobilen Nahrungsangeboten. Beim gehobenen «Fine Dining» vermittelt «Bistronomy» den neuen Luxus des Einfachen und Authentischen. Und verschiedene Supermärkte positionieren sich gerade als neue Generation des «Laden um die Ecke».

Sicher ist: Der Konsument wird erst zufrieden sein, wenn er guten Gewissens «Ja» sagen kann. Dazu braucht es auf allen Stufen der Wertschöpfungskette Renovationen - ja Revolutionen, um «Science» und «Romance» zu verbinden und so die direkte Verbindung der Konsumenten zur Produktion wieder herzustellen.

Der «European Food Trends Report - Science versus Romance» ist zu beziehen auf der Website des Gottlieb Duttweiler Instituts unter <http://gdi.ch/eftr2>

Kontakt:

Alain Egli
PR & Communications
+41 44 724 62 78
alain.egli@gdi.ch