

03.07.2012 - 14:00 Uhr

Neue GDI-Studie: Wie Konsumenten in Zukunft essen wollen

Rüschlikon (ots) -

Was ist den KonsumentInnen beim Essen wichtig? Und wie verändern sich ihre Wünsche im Laufe der Zeit? Diesen Fragen ist das GDI Gottlieb Duttweiler Institute in seinem Consumer Value Monitor zum dritten Mal nachgegangen - mit teilweise beunruhigenden Ergebnissen.

Konsumenten nehmen das Lebensmittelangebot verglichen mit früheren Erhebungen negativer war. Skepsis und Pessimismus überwiegen, schlimmer noch: Die SchweizerInnen bezweifeln immer mehr, dass sich das Angebot in absehbarer Zeit verbessern werde.

Klar ist auch, dass der Preiskampf der vergangenen Jahre die Zufriedenheit und das Vertrauen verringert hat. Trotz tieferen Preisen glauben immer mehr Konsumenten, Lebensmittel würden zu teuer verkauft.

Kritischer sind sie zudem hinsichtlich der Wertschöpfungskette. Waren ihnen «regional» und «bio» bereits früher wichtig, so hat jetzt zusätzlich der Wunsch nach fairen Arbeitsbedingungen in der globalen Lebensmittelproduktion zugenommen. Auch ein Verzicht auf tierische Produkte wird immer häufiger zur Option.

Der moralische Druck, beim Konsum das Richtige zu tun, beeinträchtigt die Freude am Essen. Hinzu kommt die Sorge ums körperliche Wohlergehen. Gesundheit ist denn auch seit Jahren ein zentraler Wert beim Thema Food.

Was braucht es, damit die KonsumentInnen wieder ein entspannteres Verhältnis zum Essen bekommen? Keine weiteren Labels und Pseudo-Neuerungen, sondern einen kräftigen Ruck: Disruptive Innovationen in jedem Sektor des Lebensmittelmarktes. Solche, die scheinbare Widersprüche überwinden und Genuss ohne Reue erlauben.

Die Anbieter sind gefragt, die gute Nachricht ist: Wer sich jetzt etwas Kluges einfallen lässt, wird die Herzen der KonsumentInnen im Sturm erobern. Der neue Wertemonitor des GDI soll dazu Inspiration liefern.

Weitere Informationen zur Studie (inkl. PDF-Zusammenfassung) <https://www.gdi.ch/de/Think-Tank/Studien/Product-Detail/106>

Interview mit Studien-Autorin Mirjam Hauser zum freien Abdruck <https://www.gdi.ch/de/Think-Tank/Trend-News/Detail-Page/Die-Konsumenten-misstrauen-dem-Essen-immer-mehr>

Bilder von Mirjam Hauser <https://www.gdi.ch/Medien-Bilder>

Artikel zum «Wertemonitor Food» aus «GDI Impuls» <https://www.gdi.ch/de/Think-Tank/Trend-News/Detail-Page/Beim-Essen-herrscht-Wechselstimmung>

Kontakt:

Alain Egli
Head Communications
GDI Gottlieb Duttweiler Institute
Langhaldenstrasse 21
CH-8803 Rüschlikon/Zurich
+41 44 724 62 78
<mailto:alain.egli@gdi.ch>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100002688/100721266> abgerufen werden.