

22.01.2008 – 07:55 Uhr

**Gottlieb Duttweiler Institut - GDI IMPULS: Qualität, Transparenz, Anstand, Vertrauen***Rüschlikon (ots) -*

Die neueste Ausgabe des renommierten Wissensmagazins GDI IMPULS untersucht die Renaissance der Produktqualität - wie die Sehnsucht nach klassischen Werten neue Märkte schafft. Was sind die Hintergründe und Konsequenzen dieses Konsumententrends?

Jahrelang galt nur die Marke und die Ökonomie des Unsichtbaren. Statt auf Funktionalität trimmten die Anbieter ihre Produkte auf "emotionale Aufladung". Dabei haben sie den Bogen offensichtlich überspannt. Die Kunden verlangen wieder nach einer fassbaren Qualität.

Mit Rückrufaktionen in sensiblen Produktkategorien sorgte China gerade im Weihnachtseinkauf dafür, dass mit der Produktqualität eine vermeintliche Selbstverständlichkeit wieder ins kritische Bewusstsein der Konsumenten gerückt ist. Die jahrelange Dominanz von Konzepten wie Erlebnisökonomie und emotionale Aufladung führte dazu, dass die Kernfunktionalität der Produkte in Vergessenheit geriet. Jetzt werden westliche Unternehmen von unschönen Schlagzeilen eingeholt. Dabei geht es aber gar nicht um die Produktion in Fernost. Es geht darum, dass Management-Hausaufgaben eingefordert werden und dass jetzt die Kehrseiten des Billigtrends für alle deutlich sichtbar werden.

Immer mehr Konsumenten sehnen sich nach Qualität und Werten wie Transparenz, Anstand und Vertrauen, die mit Qualität assoziiert sind. Sie wollen für ihr Geld wieder einen realen Gegenwert. Sie legen aber auch Wert darauf, "bewusst" zu konsumieren; sie wollen wissen, woher Lebensmittel, Kleider und andere Konsumgüter stammen und unter welchen Bedingungen sie hergestellt werden. Damit bringen sie ein generelles Unwohlsein mit dem Zustand unserer Wirtschaft zum Ausdruck.

Die Autoren von GDI Impuls beleuchten die Hintergründe und Konsequenzen der Qualitätsfrage und geben einen kompetenten Überblick zu den wichtigsten Trends der "neuen Qualität". Sie zeigen aber auch, auf welchen Wegen man wieder in Herz und Hirn der zunehmend aufmerksamen Konsumenten gelangt.

Zusammenfassung aller Beiträge und Bestellung des GDI IMPULS unter: [www.gdi-impuls.ch](http://www.gdi-impuls.ch)

Kontakt und Rezensionsexemplare:

Alain Egli

PR & Communications

Gottlieb Duttweiler Institut

Tel.: +41/44/724'62'78

E-Mail: [alain.egli@gdi.ch](mailto:alain.egli@gdi.ch)

Internet: <http://www.gdi.ch>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100002688/100553182> abgerufen werden.