



PRESSEMITTEILUNG

Werte und Marken in der Krise gefragt

Berlin, 12.02.2010: Verbraucher schätzt Werte in Markenprodukten - Nachhaltigkeit als wichtiges Unterscheidungsmerkmal

Die Wirtschafts- und Finanzkrise löst ein verstärktes Nachdenken beim Verbraucher aus: Produkte, die Werte und Verantwortung vermitteln, stehen wieder mehr im Vordergrund. Von diesem Trend profitieren insbesondere die Marken.

Die aktuelle Studie "Bedeutungswandel von Werten" der GfK-Gruppe macht deutlich, dass Verbraucher ihr bisheriges Konsumverhalten zunehmend kritisch reflektieren. Kaufentscheidungen treffen sie verstärkt nach Kriterien wie Nachhaltigkeit, Langlebigkeit oder heimischen Produktionsstätten. Der Trend geht von der Massenware zum wertigen Markenprodukt. Die zentralen Markenwerte sind Qualität, Innovation, Verantwortung und Nachhaltigkeit. Anhand vieler Beispiele belegt der Markenverband in seiner jetzt erschienenen Publikation *Marke: Label für Nachhaltigkeit*, dass Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft schon seit jeher zum Wesen der Marke zählt. Mit der Entscheidung für die Marke wird der Konsument selbst Gestalter einer immer verantwortungsvolleren Gesellschaft.

Die Publikation des Markenverbandes ist als Download abrufbar:

<http://www.markenverband.de/publikationen/Broschueren>

Ansprechpartner:

Dr. Dominik Klepper
Leiter Wirtschaftspolitik/Umwelt/Nachhaltigkeit
Tel.: 030/20 61 68 15
d.klepper@markenverband.de

Markenverband e.V.
Unter den Linden 42
10117 Berlin
<http://www.markenverband.de>