



WAS HAT DIE OCCUPY-BEWEGUNG MIT MÖBELN ZU TUN? SEHR VIEL! BEI OCCUPY GEHT ES UM BÜRGERRECHTE, ABER DANACH FOLGT IMMER DIREKT DIE KONSUMENTEN-DÄMMERUNG.

Mathias Haas, Trendbeobachter



EHRlichkeit UND TRANSPARENZ WERDEN SO LANGE IN DER DISKUSSION BLEIBEN, WIE KOMMUNIKATION SICH VOR ABLEHNUNG FÜRCHTET UND MEINT, DER ZUHÖRER KÖNNE NICHT MIT DER WAHRHEIT UMGEHEN.

Birgit Gebhardt, Geschäftsführerin Trendbüro

Jetzt mal

*ehrl*lich!

Vom Tahrir-Platz über die Wall Street bis nach Frankfurt – in der ganzen Welt gehen die Menschen auf die Straße, um gegen die bestehenden Verhältnisse zu demonstrieren. So unterschiedlich die Auslöser für die Proteste auch sind, so eint die Teilnehmer doch alle eins: der Wunsch nach mehr Ehrlichkeit, Transparenz und Integrität in Politik und Wirtschaft. Die Sehnsucht nach einer neuen Moral wächst – und verändert das Konsumentenverhalten nachhaltig. Wie können Unternehmen künftig das Vertrauen der Kunden gewinnen? Und was bedeutet das für die Möbelbranche? Eine Analyse der „möbel kultur“.

Brüderle bei Ehrlichkeit erappt“ – diese Überschrift, erschienen in der Berliner „taz“, wurde jüngst zur Schlagzeile des Jahres gekürt. Nicht zuletzt, weil sie die aktuelle Stimmung in der Bevölkerung auf den Punkt bringt. Im Strudel von Bankenkrise, Guttenberg-Skandal und Euro-Angst verlieren die Menschen ihr Vertrauen in die Instanzen. „Politiker wie auch die meisten Unternehmen haben es versäumt, den Nutzwert ihrer Aktivitäten abzubilden und für eine

langfristige Haltung glaubwürdig einzustehen“, so Birgit Gebhardt, Geschäftsführerin des Hamburger Trendbüros. Besonders Banken und Versicherungen haben in Deutschland an Glaubwürdigkeit eingebüßt. Laut des gerade veröffentlichten „Global Trust Reports“ der GfK vertrauen nur noch 36 Prozent der Menschen diesen beiden Branchen – der niedrigste Wert aller Wirtschaftszweige. Geadelt wurde dagegen das Handwerk. Mit 88 Prozent erzielt es den höchsten Wert (siehe Grafik Seite 21). Schlecht

schneidet auch die Politik ab. Nur 29 Prozent glauben der Regierung und lediglich 17 Prozent den Parteien.

Das gleiche Bild ergibt sich beim Thema Moral. Nur jeweils sechs Prozent der Deutschen sind überzeugt, dass Moral heute von der Politik oder der Wirtschaft vermittelt wird. Und nur elf Prozent trauen dies der Kirche zu, so das Ergebnis der Moral-Trendstudie, die vom Deutschen Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung in Auftrag gegeben wurde.