"Seit Kriegsende 1945 gab's mit kleineren Rückschlägen unentwegte Wirtschaftsblüte..."

Autor(en): **Nenning, Günther**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Profil : sozialdemokratische Zeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur**

Band (Jahr): **53 (1974)**

Heft 9

PDF erstellt am: **01.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-338874

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

währte ältere Produkte häufig Mühe haben, beim Wachstum des Marktes einen genügenden Anteil zu halten, um preislich und konditionsmässig konkurrenzfähig zu bleiben. Aus diesem Grunde benötigen alle Produkte eine mehr oder weniger intensive ständige Bearbeitung des Marktes mittels der wohlbekannten Instrumente der Werbung, der sales promotion und der ständigen Kundenkontakte. Zudem ist der Konsument bei zahlreichen Produkten nur in grösseren zeitlichen Intervallen Nachfrager, so dass mögliche schlechte Erfahrungen erst mit Verzögerung auf das Produkt rückwirken und den Verkauf beeinträchtigen.

Welche Wege können die Konsumentenvertreter einschlagen, um qualitative Produktion zu fördern? Das soll in einem folgenden Artikel aufgezeigt werden.

Seit Kriegsende 1945 gab's mit kleineren Rückschlägen unentwegte Wirtschaftsblüte. Von innen gespeist durch Nachkriegsaufbau und märchenhafte Marktausweitung durch «moderne Konsumgesellschaft». Von aussen gespeist durch Ausplünderung der 3. Welt und die Kriege in Korea und Indochina. Seit dieser letztere Krieg verloren oder doch beendet wurde ohne die entsprechenden ökonomischen Vorteile für die kapitalistische Führungsmacht USA (wie diese sie z. B. aus dem Sieg 1945 zog) – seither ist die ewige Wirtschaftsblüte welk geworden. Daher

braucht die Sozialdemokratie eine ideologische Antwort auf schlechtere Zeiten in der Wirtschaft.

Günther Nenning in «Rot und realistisch»