

Niemiecka jakość – to produkt lepszy czy gorszy?

24 czerwca 2019

Nieraz w reklamach spotykamy określenie „Niemiecka jakość”, szerzące tę propagandę firmy uważają, iż określenie to podnosi wartość produktu, niestety część Polaków się na to łąpie.

Za każdym razem, gdy w sklepie znajdę produkt, którego opisy reklamowe podkreślają „Niemiecka jakość”, pytam sprzedawcy, „a coś wyższej jakości to może Pan mi zaoferować”? Ilu z was czytelnicy po przeczytaniu tych słów pomyśli, że jestem germanofobem? No cóż, postaram się moją tezę obronić.

Polska późno wkroczyła w obszar reklamy produktów, gdyż gospodarka socjalistyczna oparta na bazie, obywatele mają dużo pieniędzy, a podaż produktów reguluje obrót towarowy co dość dobrze ilustruje ówczesny dowcip „Co to jest łada? To miejsce w którym się dowiesz się, że łada godzina, dzień, coś będzie”. Taka gospodarka nie potrzebowała reklamy, zaś reklama produktów raczej graniczyła z niegospodarnością przedsiębiorstwa, a plakat reklamowy bardziej spełniał rolę obrazu w muzeum niż reklamy mającej zachęcić do kupna. Reklamy pojawiły się u nas w latach 1990. a jedną z pierwszych był „Prusakolep”, czy też jakby wpisana w naszą kulturę, choć nie za dobrze odebrana „Ojciec prac Pollena 2000”.

W obszar agresywnej reklamy wchodziliśmy z dużym opóźnieniem, stąd określenie najbliższego nam państwa stosującego agresywną reklamę, czyli Niemiec „Niemiecka jakość”, „Made in Germany” wpisało się w naszą świadomość jako określenie produktu lepszego, tego poszukiwanego, podczas gdy określenia te powstały w diametralnie odmiennym znaczeniu.

Etykietę „Made in Germany” wprowadzono ustawą Merchandise Marks Act z roku 1887 i wymuszono jej stosowanie na importerach produktów niemieckich do Wielkiej Brytanii, gdyż

importerzy produktów niższej jakości oznaczali swoje produkty etykietami renomowanych firm brytyjskich. Made in Germany znaczyło produkt niższej jakości, który winien być znacząco tańszy. Tak, Brytyjczycy bronili swój rynek przed zalewem niższej jakości, tańszymi produktami niemieckimi.

Powiesz czytelniku iż odległe to czasy, dziś produkty niemieckie spełniają najwyższe standardy światowe. Uśmiechnę się do Ciebie i powiem, może sarkastycznie, silniki wysokoprężne VW spełniały wysokie standardy niemieckie, miały wszystkie wymagane ku temu niemieckie atesty i co?

Ale dobrze, wróćmy do realiów dnia dzisiejszego. Od dawna krąży plotka iż środki czystości kupowane w Niemczech piorą lepiej, trzeba ich mniej dla właściwego wyprania i pachną ładniej. Domorośli przedsiębiorcy przywożą metodami wydawałoby się już archaicznymi proszki z Niemiec i innych krajów Europy Zachodniej, sprzedając je w sklepach przydrożnych z wielkimi szyldami „Chemia z Niemiec”. Sprawę tę postanowiła sprawdzić Słowacka Federacja Konsumencka zakupując w tych samych sieciach w Niemczech i na Słowacji te same produkty konsumpcyjne dnia codziennego. Poza środkami do prania kupiono produkty spożywcze. Testy wykazały jednoznacznie iż produkty firm zachodnich kierowane na rynek krajów środkowej europy to produkty gat. II. Wykonane z użyciem gorszych składników, w napojach poza cukrem stosowane są chemiczne słodziki, zamiast oleju rzepakowego stosowany jest znacznie gorszy zdrowotnie olej palmowy, ziarna kawy nie spełniają tak rygorystycznych warunków selekcji jak ziarna kaw sprzedawanych na zachodzie europy, zaś środki do prania zawierają znacznie więcej wypełniaczy. Producenci bronią się mówiąc o innych preferencjach konsumentów. Z pewnością Polak, Czech, Słowak, Węgier woli by jego ubrania po upraniu mniej pachniały, by więcej wypełniaczy spłynęło po praniu do naszych oczyszczalni, by produkty spożywcze były wykonywane z gorszej jakości surowców, było ich mniej w podobnym opakowaniu. A może jednak powinniśmy wreszcie jak Anglicy zrozumieć iż określenie

„Niemiecka jakość”, „Made in Germany” oznacza produkt niższej jakości, który można kupić tylko pod warunkiem iż sprzedawca zaoferuje znacznie niższą cenę?

Zwróćmy uwagę na tendencje reklamowe a drugą stronę. Tradycyjne polskie produkty żywnościowe wyprodukowane na rynek Niemiecki określane są tam, jako produkty wykonane zgodnie ze starymi recepturami niemieckimi. Czy to weźmiemy kiełbasę Krakowską, czy też ogórki konserwowe (o tym było głośno jakiś czas temu) czy też inne produkty.

Traktujmy wreszcie tak oznaczone produkty zgodnie z przynależną im wartością, jeśli na półce stoi produkt firmy polskiej i produkt korporacji zachodniej, w podobnej cenie, wybierzmy produkt polski. Z produktów regionalnych państw Europy Zachodniej korzystajmy tylko wtedy, gdy jest to produkt w jakiejś formie unikalny, o cechach nam niezbędnych. Póki prawo nie wymusi jednakowej jakości produktów kierowanych na rynki wszystkich krajów UE, wzorem Anglików slogan „Niemiecka jakość” traktujmy to tylko znak niższej jakości oferowanych produktów. A jeśli ceną nie zrekompensują, niech swoje produkty sprzedają konsumentom w swoich krajach. Mówiąc zwrotnie, „widocznie takie są preferencje konsumentów w ich krajach”. Bez zrozumienia tej sprawy zawsze będziemy klientem niższej kategorii, a czy tego chcemy?

Od dawna stosuję tę zasadę i obserwuję, iż nie jestem w tym odosobniony. Wystarczy wejść do hipermarketu w poniedziałek rano po wolnej niedzieli lub po świętach. Półki z produktami renomowanych producentów polskich świecą pustkami, a na półkach produktów „II gatunku” wiele towaru zalega.

Autorstwo: Zawisza Niebieski

Źródło: WolneMedia.net