



ECD INTERNATIONAL

PRESSEMITTEILUNG

LUXUS IM WANDEL

HIN ZU MEHR WERTEN UND INDIVIDUELLER QUALITÄT.

Luxus ist heute ein oft beliebig und zudem gedankenlos verwendeter Begriff. Luxus unterliegt eher einer ganz persönlichen Interpretation. Für den Einen ist es vielleicht ein Bordeaux Chateau Latour, für den Anderen beginnt Luxus erst in den kaum vorstellbaren Sphären der eigenen Bombardier BD-770 Global Express - jenseits der allgemeinen Vorstellungskraft. Und wieder andere sehen Luxus als all das an, was in Zeiten der weltweiten Hochindustrialisierung noch „fatto a mano“ aus Manufakturen kommt. Unserer festen Überzeugung nach sind alle in dem Einen vereint: Menschen suchen nach erstklassigen Erlebnissen und Emotionen. Luxus ist eine Form, schöne Erinnerungen sammeln zu können. Luxus kann mehr Lebensqualität bieten und vornehmlich der Selbstverwirklichung dienen. Für die meisten Menschen sind ideelle Werte wie Zeit, Ruhe, Frieden und Verbindlichkeit das Kostbarste auf der Welt.

Grundbedürfnisse, welche immer schwerer zu stillen sind. Und wer die freie Auswahl leben will, muss

einen hohen Aufwand treiben. So kann es eben genauso Luxus sein, sich allem entziehen zu können.

Ganz gleich wie ein jeder von uns Luxus für sich ganz persönlich begreift, unübersehbar ist: Luxus ist im Wandel und konzentriert sich auch auf das Wertvolle jenseits materieller Freuden. Es gibt im Konsum und Lifestyle eine greifbare Verschiebung hin zum Angemessenen. Neuer Luxus sieht anders aus. Nicht der vordergründige Überfluss, nicht Verschwendung, nicht Dekadenz – Qualität steht im Mittelpunkt. Lebensqualität, Lebenskunst, immaterieller Luxus eben. Nicht das unauffälliger Luxus luxuriösen Lifestyle verdrängt hätte, aber die Veränderung geht zu mehr Umsichtigkeit, Kultiviertheit, zu etwas, was für uns natürlich viel besser ist. Immaterieller Luxus macht uns unabhängig vom Urteil unserer Umwelt. Zeit, Aufmerksamkeit, Konzentration, Sinn und Ethik, Freude, Selbstverwirklichung und Verantwortung bestimmen das Luxusverständnis von heute.

Über die rein existenziellen Bedürfnisse hinaus entwickeln sich verstärkt kulturelle, soziale und intellektuelle Bedürfnisse. Wir erkennen, dass sich heutzutage Luxus nicht ausschließlich über den Preis definiert, sondern zunehmend auch über nichtmaterielle Einflüsse. Wenn, dann liegt die Zukunft des Luxus nicht wie bisher in der Vermehrung, sondern in der Verminderung, nicht in der Anhäufung, sondern in der Vermeidung. Denn die Menschen verstehen unter Luxus auch ein Mehr an Lebensqualität - Emotionen und Erlebbares, wozu erstklassige Dienstleistungen und Plattformen können beitragen.

Und so könnte das Streben nach immateriellen Werten die globale Luxus-Gemeinde bald ähnlich prägen wie einst „die Zurschaustellung der Dinge, die man zum Leben hat“. Immaterielle Werte sind individuell und universell. Das verbindet. Und das zeigt sich in besonderen, außergewöhnlichen Momenten – wahrhaft wertvollen Erlebnissen voll Emotionen und Erinnerungen, die das Herz erreichen. Werte, die bleiben, an die wir, ECD International, glauben, für die wir mit unserem unternehmerischen Ansatz stehen und, die wir praktizieren. Unsere Arbeiten für unsere Kunden sind hierfür der schönste Beweis.

ÜBER ECD-INTERNATIONAL:

Weniger Nachmachen, mehr Talent, mehr Einfühlungsvermögen ist notwendig und nicht immer die scheinbar kalkulierte Berechnung von Situationen. ECD International steht für Emotion, Communication & Design International und ermöglicht Zugänge zur inhaltlichen Auseinandersetzung und zum „Erleben“. Denn Erlebnisse sind von entscheidender Bedeutung und diese können nicht dem Zufall überlassen werden. Sensibilität, Erlebnisse und Mut zu Visionen lassen sich durch nichts ersetzen. ECD International ist mehr als eine Agentur: ECD ist Forum für den Interessierten und Interessanten, Ansprechpartner für Privatpersonen ebenso wie für Organisationen und Unternehmen. Ein idealistischer Anspruch, der offenbar Früchte trägt. Neben Mercedes-Benz SLR McLaren, AMG, Maybach, Chanel, Novilor, Althoff Collection und Marken des Richemont-Konzerns gehören weltbekannte Persönlichkeiten wie der Bestseller-Autor Paulo Coelho, Ausnahme-Künstler Julian Schnabel und der Starfotograf David LaChapelle zu den langjährigen Kunden und Partnern der Agentur.

PRESSEKONTAKT

EMAIL: presse@ecd-international.com

TEL: +49 711 21842 0

FAX: +49 711 21842 100

ECD Emotion Communication Design GmbH & Co. KG

Tübinger Strasse 12-16

70178 Stuttgart

www.ecd-international.com