

Zusammenfassung der „Made-in-Germany-Umfrage“

Erhebungszeitraum : 28.04.2008 bis 20.08.2008

Teilnehmerzahl: 426

Inhalt

1. Einleitung.....	2
2. Ergebnisse der Umfrage.....	3
2.1 Teilnehmerstruktur.....	3
2.2 Ergebnisse.....	4-11
3. Fazit / Ausblick.....	12

1. Einleitung

Das Thema „Made-in-Germany“ ist immer wieder aktuell. Und immer wieder gibt es Unternehmen am Standort Deutschland, die in Ihrem Marketing nutzbringend damit arbeiten. Doch wie relevant ist diese Frage heute für die Entscheider in Deutschlands Chefetagen wirklich? Welcher Stellenwert wird dem Thema von Praktikern der Wirtschaft beigemessen?

Mit unserer großen Umfrage auf dem neu entstehenden Suchportal deutschlands-produkte.de wollen wir hierauf Antworten suchen. Die Befragung richtet sich an die Führung bzw. Marketingleitungen produzierender Unternehmen aller Branchen in Deutschland. Parallel dazu erheben wir die Einschätzung von Unternehmensberatern sowie Vertretern von Verbänden, Kommunen und Kammern.

Die wissenschaftliche Leitung der Erhebung liegt in den Händen von Herrn Dr. Bernd Schnurrenberger, der sich seit Mitte der Neunziger Jahre (Promotion: „Standortwahl und Standortmarketing“) am Lehrstuhl Prof. Balderjahn der Universität Potsdam intensiv mit diesem Thema befasst.

2. Ergebnisse der Umfrage

2.1 Teilnehmer Struktur

Infolge der Umfrage konnten in einem Zeitraum von 28.04.2008 bis 20.08.2008 - 426 Personen an der Befragung teilnehmen.

Aus den von den Teilnehmern dieser Befragung angegebenen Sozio-Demografischen Daten ergibt sich folgendes Bild:

Mehr als 40% der Teilnehmer sind nach eigenen Angaben im Bereich der Unternehmensberatung tätig und stellen somit den Großteil der Befragten dar. Mit 13,62% haben sich Mitarbeiter von Kommunen an der Umfrage beteiligt, gefolgt von den Beschäftigten in der Wirtschaftsförderung mit 12,91%.

9,39% geben an im produzierenden Gewerbe tätig zu sein. In dieser Gruppe stellt der Bereich „Metall“ den überwiegenden Anteil von 20%. Gefolgt von den Bereichen Maschinenbau (10%) und DV-Elektronik (10%)

Somit ist deutlich zu machen das es sich bei den Befragten um Personen handelt welche direkt oder indirekt mit dem Gütesiegel „Made-in-Germany“ beruflich in Verbindung stehen.

2. Ergebnisse der Umfrage

2.2 Ergebnisse

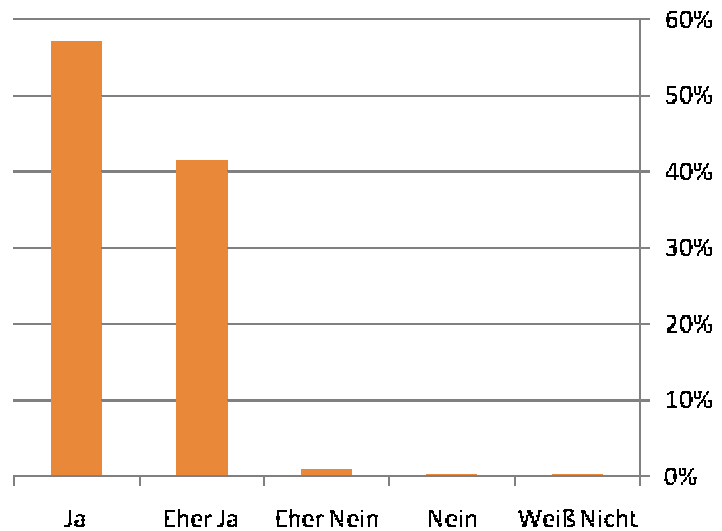
Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen die Ergebnisse der „Made-in-Germany-Umfrage“ vor.
Wir möchten uns an dieser Stelle noch einmal bei den Teilnehmern für Ihre Mitarbeit bedanken.

Die Ergebnisse bleiben von uns unkommentiert, wir sind der Ansicht, dass das Bild, welches sich aus dieser Umfrage ergibt, von jedem persönlich, im Hinblick auf seine eigenen Erfahrungen und Ziele, interpretiert werden kann und soll.

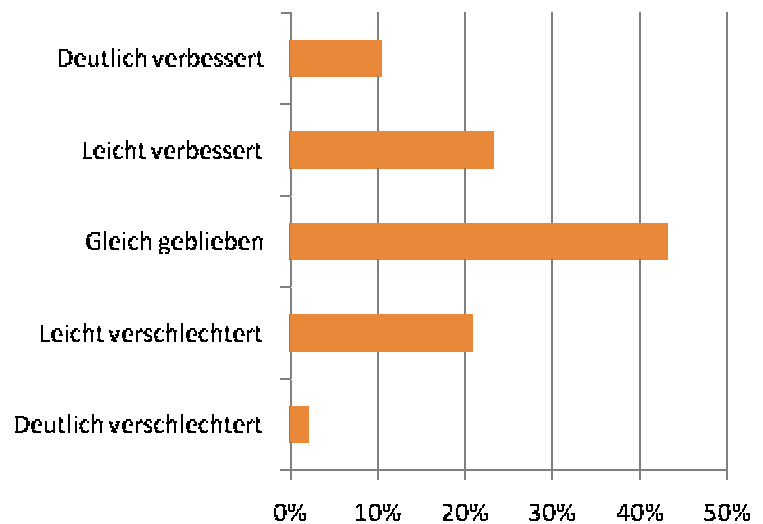
Ihr „Made-in-Germany-Umfrage“-Team

Allgemeine Fragen zum Thema „Made-in-Germany“!

Verbindet man Ihrer Meinung nach mit dem Begriff „Made in Germany“ hohe Qualität und Seriosität?

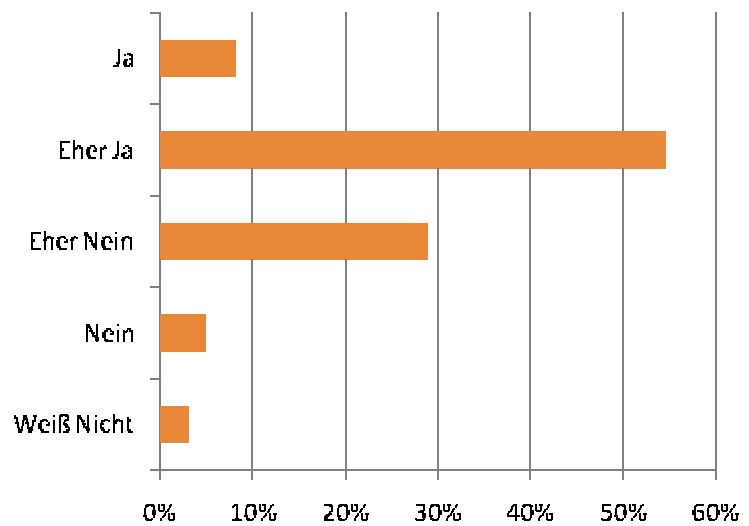


Wie hat sich das Qualitätsmerkmal „Made in Germany“ in den letzten drei Jahren Ihrer Meinung nach entwickelt?

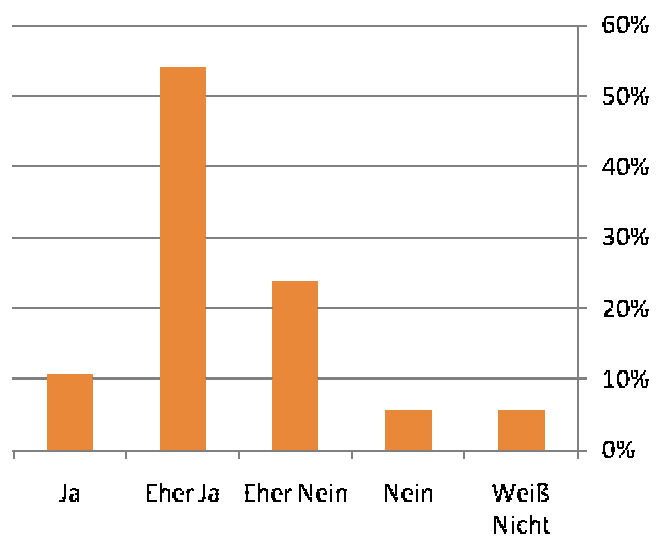


Made-in-Germany
Umfrage

Sind Konsumenten (B2C-Geschäft)
bereit, für Produkte „Made in Germany“
Geld „draufzulegen“?!



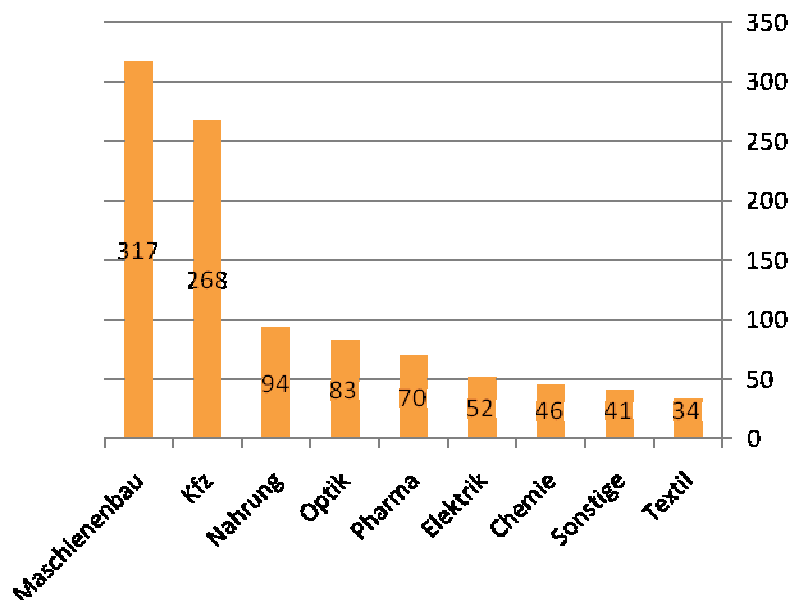
Sind andere Unternehmen (B2B-Geschäft)
bereit, für Produkte „Made in Germany“
Geld „draufzulegen“?!



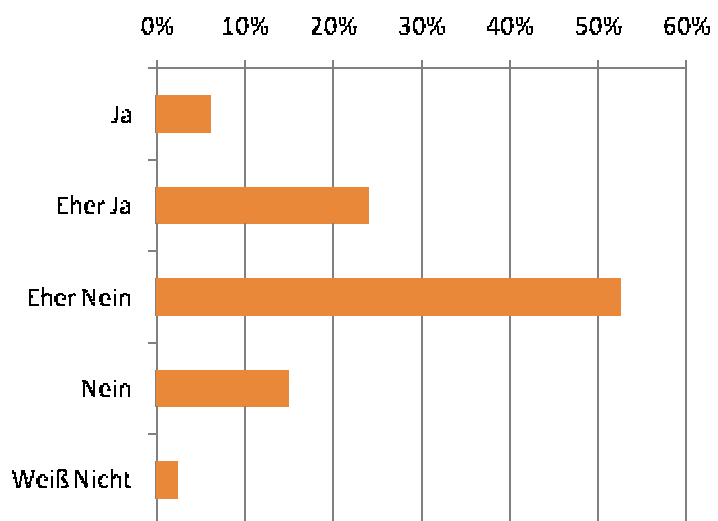
Made-in-Germany
Umfrage

www.Made-in-Germany-Umfrage.de

In welchen Branchen/Produktbereichen ist dies Ihrer Meinung nach am ehesten der Fall?

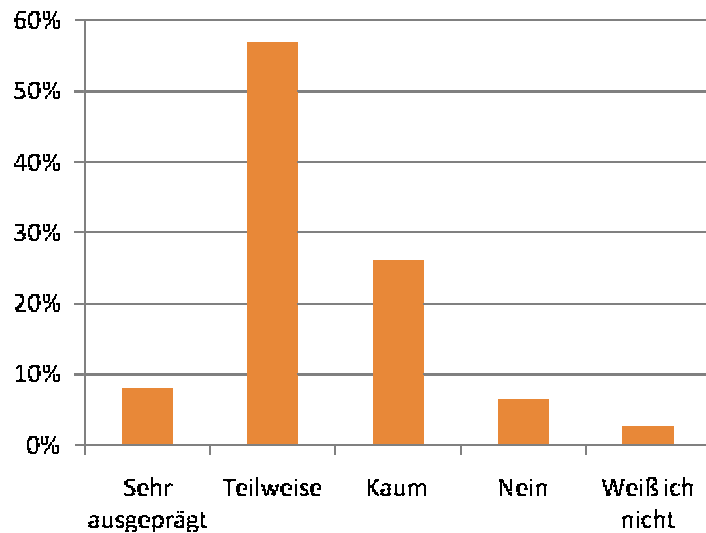


Denken Sie – ganz allgemein - in Deutschland produzierende Unternehmen nutzen „Made-in-Germany“ hinreichend in Ihrem Marketing?



Made-in-Germany
Umfrage

Nutzt Ihr (mindestens ein Ihnen persönlich bekanntes) Unternehmen bisher „Made-in-Germany-Argumente“ im Marketing?



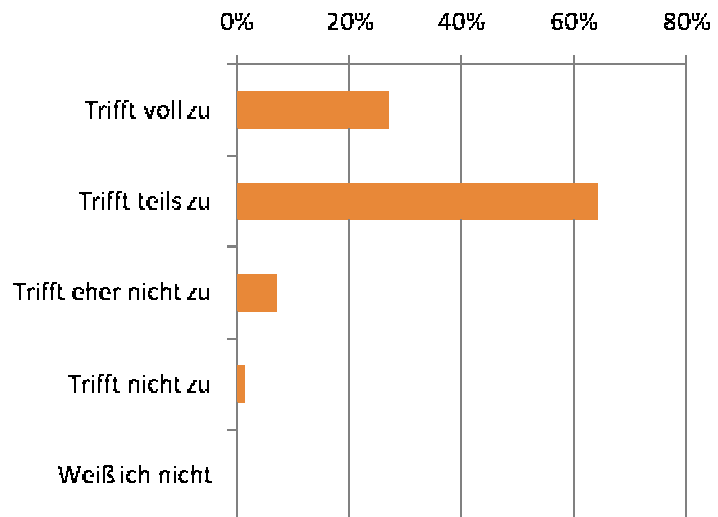
Welche „Made-in-Germany-Argumente“ werden von Ihrem (diesem) Unternehmen kommuniziert?

Folgende „Made-in-Germany-Argumente“ standen zur Auswahl und wurden dementsprechend ausgewählt:

•Qualitätsfaktor	64,53% (274 Stimmen)
•Arbeitsplätze vor Ort schaffen	37,32% (159 Stimmen)
•Regionale Wirtschaft stärken	30,99% (132 Stimmen)
•Allgemein: „Wir Produzieren hier“	27,70% (118 Stimmen)
•Standort Deutschland stärken	25,12% (107 Stimmen)
•Region allg. stärken	15,73% (67 Stimmen)
•Preis-Leistungsverhältnis	13,15% (56 Stimmen)

Made-in-Germany
Umfrage

„Nach unserer Erfahrung ist der Hinweis auf „Made-in-Germany“ zugkräftig und wirksam!“

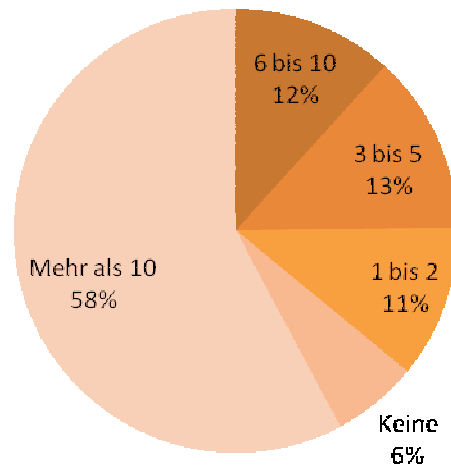


Auf welchen Kanälen kommuniziert Ihr (dieses) Unternehmen die Made-in-Germany Argumente?

•Presse- / Öffentlichkeitsarbeit	49,30% (210 Stimmen)
•Im persönlichen Verkaufsgespräch	48,83% (208 Stimmen)
•Informationsbroschüren (Flyer)	46,71% (199 Stimmen)
•Eigene Internetseite / Onlinemarketing	44,60% (190 Stimmen)
•Printanzeigen	20,42% (87 Stimmen)
•Sonstige	8,92% (38 Stimmen)
•Internet-Suchkataloge / Verzeichnisse	8,45% (36 Stimmen)
•TV-/Radiowerbung	7,75% (33 Stimmen)
•Plakatwerbung	5,40% (23 Stimmen)

Made-in-Germany
Umfrage

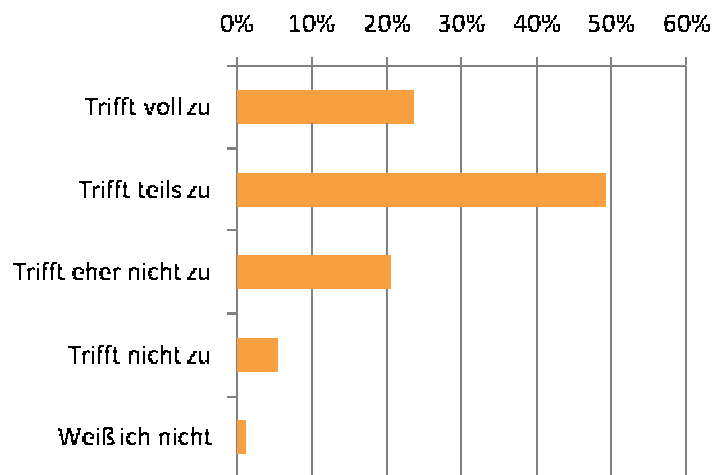
Wieviele Firmen kennen Sie insgesamt persönlich, die überwiegend in Deutschland produzieren?



Bitte bewerten Sie zum Abschluß folgende Aussagen:

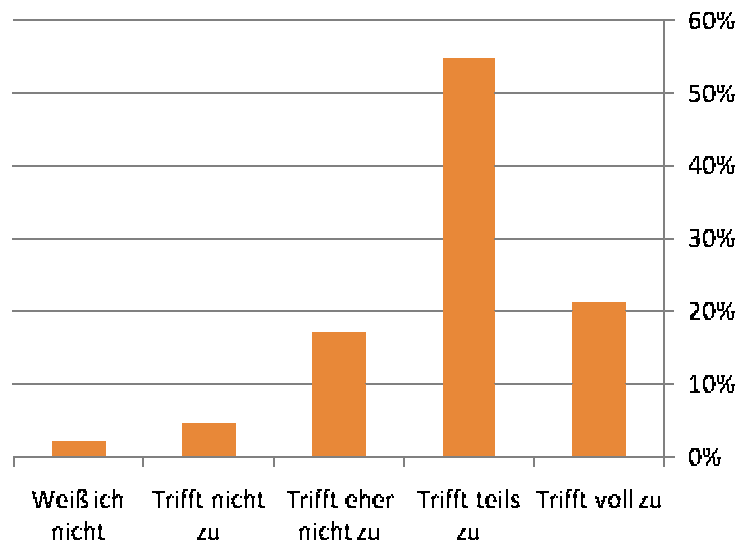
„Made-in-Germany“ bzw. der Hinweis auf den Produktionsstandort Deutschland ...

... wird zukünftig aus Konsumentensicht (B2C-Geschäft) wichtiger!“

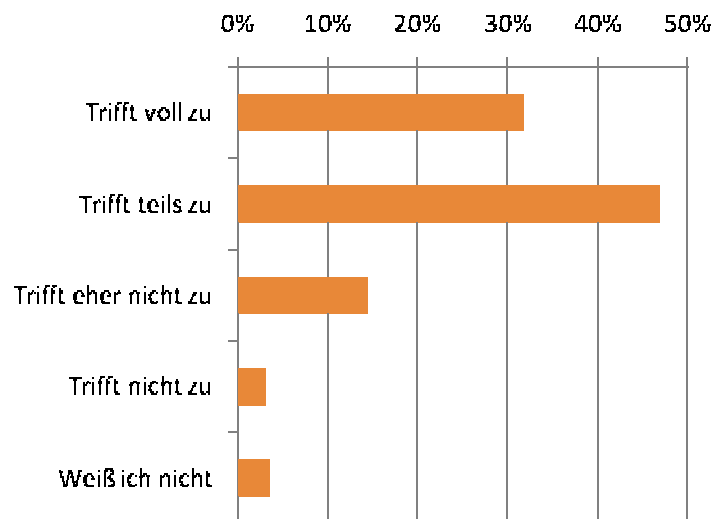


Made-in-Germany
Umfrage

*... wird zukünftig aus
Unternehmenskundensicht (B2B-
Geschäft) wichtiger!“*



*... wird zukünftig im Marketing hier
produzierender Unternehmen eine
größere Rolle spielen!“*



Made-in-Germany
Umfrage

3. Fazit / Ausblick

Zusammenfassend kann gesagt werden das „Made-in-Germany“ weiterhin funktioniert. Firmen nutzen dieses Siegel um dadurch Qualität und Verbundenheit mit der Region zu kommunizieren.

Es herrscht die Meinung vor das Kunden, sowohl im B2C als auch im B2B Bereich, bereit sind für Produkte „Made-in-Germany“ mehr Geld zu bezahlen als für vergleichbare Produkten.

Es hat sich jedoch gezeigt das gerade Unternehmen die Produkte mit dem Siegel „Made-in-Germany“ besitzen diese noch nicht in dem Umfang in Ihre Marketing Aktivitäten eingebunden haben.

Gerade in einer schnelllebigen und globalisierten Welt sind es die kleinen Dinge die den Unterschied ausmachen, genau hier ist es von Vorteil diese auch kommunizieren zu können. Hierbei kann das Gütesiegel „Made-in-Germany“ einen entscheidenden Vorteil darstellen.

Arbeitsgruppe Made-in-Germany-Umfrage.de
c/o BS-CONSULT und Partner
Rudolf-Breitscheid-Str. 162
14482 Potsdam
Tel: 0331 / 73 08 215
Mail: [info\(aet\)made-in-germany-umfrage.de](mailto:info(aet)made-in-germany-umfrage.de)
Netz: www.bs-consult.de