

„Made in Germany“ reicht nicht

Weltweite Umfrage von Germany Trade & Invest zum Qualitätssiegel

„Insgesamt konnten wir feststellen, dass das Label ‚Made in Germany‘ und deutsche Produkte allgemein in Zukunft besser vermarktet werden müssen. Dazu gehören zwangsläufig ein besserer Service und die Präsenz vor Ort.“

Dr. Benno Bunse, Geschäftsführer von Germany Trade & Invest

Die gute Nachricht ist, dass das Qualitätssiegel „Made in Germany“ weiterhin weltweit anerkannt ist. Die schlechte Nachricht: Es reicht nicht, um längerfristig erfolgreich zu sein.

Eine Optimierung des After-Sales-Service und eine gut durchdachte Lokalisierungsstrategie werden immer wichtiger für den Erfolg deutscher Unternehmen im Ausland: „Wir haben 15 Länder ausgewählt und unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor Ort untersuchen lassen, wie groß der Stellenwert des Labels „Made in Germany“ noch ist. Darunter waren klassische Märkte wie die USA, aber auch Handelspartner wie China, Russland oder Brasilien“, erklärt Ernst Leiste, Fachbereichsleiter Marktbeobachtung bei Germany Trade & Invest.

Gute Qualität, Präzision und Zuverlässigkeit: dafür steht „Made in Germany“ in den USA. Vor allem bei Investitions- und Technologiegütern wie beispielsweise Maschinen oder Autos zieht das Label als Verkaufsargument. Allerdings müssen die Produkte auch halten, was sie versprechen.

In China lässt die Strahlkraft von „Made in Germany“ nach. Die Konkurrenz schläft nicht: So abgedroschen der Satz ist, so wahr bleibt er, vor allem in China. Für den deutschen Maschinenbau ist China der wichtigste Exportmarkt, doch auch die Wettbewerber holen technologisch auf und die Gewinnspannen sinken. Um wirklich erfolgreich zu sein, müssen deutsche Firmen zwar vor Ort produzieren, trotzdem aber „beweisen“, dass die Produkte dem Gütesiegel „Made in Germany“ entsprechen.

Wohlhabende Brasilianer schätzen deutsche Produkte, die „neue Mittelklasse“ kennt sie nicht. Hinzu kommt, dass bei der Kaufentscheidung der Preis immer wichtiger wird und auch Kundennähe und der After-Sales-Service entscheidende Kaufkriterien sind.

In Russland ist „Made in Germany“ ein Top-Gütesiegel. Von Autos über Maschinen und Anlagen, von Arzneimitteln bis hin zu Lebensmitteln und Kleidung – Produkte aus Deutschland stehen hoch im Kurs. Einzig in der IKT-Branche ist das nicht der Fall.

Anzeige



Er ist das Gesicht der Dresdner WEITSICHT: Vor drei Jahren rief Gastronom Roland Hess die Unternehmerrmesse ins Leben. Foto: Weitsicht

Netzwerker gesucht

Die Unternehmerrmesse Dresdner WEITSICHT bietet am 15. und 16. Oktober 2014 erneut Plattform zum Netzwerken

Im Oktober findet nun bereits die 4. Auflage der erfolgreichen Unternehmerrmesse statt. „Energie, Kooperation und Synergie“ sind die Schlagworte der Dresdner WEITSICHT. Die Messe bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihre Geschäftsbeziehungen branchenübergreifend zu intensivieren und auszubauen. Wie in den Jahren zuvor ist der erste Messetag als Aussteller-Kunden-Tag konzipiert, der am Abend in einer großen Party mündet. Der zweite Messetag beginnt mit einem Ausstellerfrühstück und ist für den allgemeinen Besucherstrom geöffnet.

Bewährte Elemente werden auch diesmal wieder etabliert, wie zum Beispiel interessante Vorträge und Coachings, ein Mobilitätsbereich mit Neuigkeiten aus der Automobilindustrie und die avalu-Gründerlounge, in der Existenzgründer und alle, die noch etwas unentschieden sind, konkrete Informationen zum Gründungsgeschehen erhalten. Besonderes Augenmerk wird auf einen Karriere-Treffpunkt gelegt, auf dem Besucher alles zum Thema Mitarbeiter- und Fachkräftegewinnung erfahren und Kontakte

knüpfen können. Im Mittelpunkt steht die aktive und vermehrte Kommunikation zwischen den einzelnen Ausstellern selbst sowie den Messebesuchern mit dem Ziel, neue Synergien zu schaffen und bestehende Verbindungen zu vertiefen, um den unternehmerischen Erfolg weiter auszubauen.

Wer gern Aussteller werden möchte, kann das Rundum-Sorglos-Paket mit hochwertigem Messebau und einheitlichem Messedesign nutzen. Es umfasst den Druck der Präsentationsrückwand sowie den Auf- und Abbau, der komplett vom Messeveranstalter übernommen wird. Ergänzt wird das Paket durch moderate Standpreise, die zehn VIP-Tickets für die Party am 15. Oktober sowie eine unbegrenzte Anzahl Besuchertickets für den 16. Oktober beinhalten.

Für Kurzenschlossene stellt die Messeleitung noch bis zum 31. März den Frühbucherrabatt in Aussicht. Sollten Sie sich bis dahin zum Vertragsabschluss entschieden haben, erhalten Sie fünf Prozent Rabatt auf den Standpreis. Schnell sein lohnt sich!



Flair Gastronomie Dresden GmbH
Ansprechpartnerin: Stephanie Mai
Wilhelmine-Reichard-Ring 1
01109 Dresden
Telefon: 0351 88158-58
Telefax: 0351 88158-05
s.mai@dresdner-weitsicht.de
www.dresdner-weitsicht.de