

# TNS Infratest Trendletter

Ein Informationsdienst zum Meinungsbild in Deutschland



## „Made in Germany“ Die Deutschen und ihre Wirtschaft

**Juli 2009**

Redaktion:  
TNS Infratest Holding GmbH & Co. KG  
Martin Kögel  
Landsberger Straße 338  
80687 München  
t 089 5600-1406  
e [martin.koegel@tns-infratest.com](mailto:martin.koegel@tns-infratest.com)

Infratest dimap GmbH  
Roberto Heinrich  
Moosdorfstraße 7-9  
12435 Berlin  
t 030 533 22-7153  
e [roberto.heinrich@infratest-dimap.de](mailto:roberto.heinrich@infratest-dimap.de)

## **„Made in Germany“: Betrachtungen zu einem Schlagwort**

**Hartmut Scheffler, Mitglied des Management Boards von TNS Infratest**

Die Historie von "Made in Germany" ist interessant und schillernd: Zunächst im Ausland zur Abwehr eher qualitätsarmer deutscher Produkte ins Leben gerufen, wurde es dann aus Deutschland heraus zum Qualitätszeichen, um nicht zu sagen zum Mythos deutscher Produkte und damit zu einem Verkaufs- und Vertriebskonzept. Dem Phänomen kann man sich aus ganz unterschiedlichen Blickwinkeln nähern. Jeder Blickwinkel führt selbstverständlich zu verschiedenen Betrachtungsweisen und aktuellen Standpunkten. Die eine Betrachtungsweise ist die juristische Sicht, die andere Betrachtungsweise die Markensicht (Qualitätskriterium) und die dritte Sicht die der Menschen im In- und Ausland auf diese Aussage, dieses Label. Vertreter der drei Sichtweisen argumentieren in der Regel ohne Bezug, vielleicht sogar ohne Kenntnis und Verständnis der jeweils anderen Sichtweise. Im Folgenden soll einmal die "Menschensicht" in den Vordergrund gestellt werden und dies aus Sicht der Bevölkerung in Deutschland: Also die Binnensicht, die Inlandssicht.

Für die Menschen in Deutschland ist "Made in Germany" eine Kombination aus festem Bestandteil ihrer Sozialisation, aus Qualitätsaussage, aus (verblappendem?) Mythos. Juristische Fragen stehen für die Menschen nicht im Vordergrund wie umgekehrt Juristen wohl den Aspekt des Mythos außer Acht lassen (müssen). Auch Marken- und Vertriebsaspekte spielen eine zumindest nur nebensächliche Rolle.

Der Mythos "Made in Germany" ist mit Inhalten, Hoffnungen, Zweifeln erfüllt. Die psychologische Komponente hat dann natürlich auch gesellschaftspolitische und schließlich wirtschaftliche Konsequenzen: Im Endeffekt bis hin zur Einstellung zu Land und Produkten im Allgemeinen, zu Kaufentscheidungen und Kaufverhalten im Speziellen. Mit solchen Bezeichnungen wie "Made in Germany" ist es so eine Sache: Sie sind imagegetrieben und entfernen sich manchmal in Bewertungen und Veränderungen der Bewertung von einer scheinbar objektiven Wahrheit. Am Ende werden sich aber immer die Fakten im Sinne einer „Self Fulfilling Prophecy“ dem Image, den Meinungen annähern.

Insoweit ist es sehr wohl von großer Wichtigkeit, die Meinung der Menschen in Deutschland zu einem Begriff wie "Made in Germany" zu kennen und die Konsequenzen für Befindlichkeit wie Kaufverhalten zu betrachten. TNS Infratest hat dazu im Juni 2009 eine repräsentative Umfrage durchgeführt: Wie sehen die Menschen, wie sieht die bundesdeutsche Bevölkerung (nicht Juristen, nicht Markenführer) „Made in Germany 2009“?

## **„Made in Germany“ hat nach wie vor einen guten Klang**

Das Glas kann als halbvoll oder halbleer beschrieben werden, sagen doch 62 Prozent der Bundesbürger immer noch, dass Made in Germany für Spitzenqualität genauso wie früher stehen würde. Angesichts der vielen Diskussionen zu dieser Thematik sind es doch nur 36 Prozent, die eine unveränderte Spitzenqualität unter diesem Label anzweifeln. Alles in allem also ein halbvolles Glas, ein noch existierender Glaube an die Verbindung von Made in Germany und Qualität.

Angesichts der täglichen Erfahrungen mit Produkten und Produktherkunft überrascht es nicht, dass bei Kaufentscheidungen "Made in Germany" je nach Produktkategorie unterschiedlich wichtig ist: Bei Lebensmitteln für 80 Prozent (sehr) wichtig, beim Autokauf noch für 56 Prozent, bei Unterhaltungselektronik nur für 39 Prozent. Andere Kategorien liegen dazwischen. In der Bevölkerung besteht sehr wohl ein differenziertes Meinungsbild dazu, wie sehr in Einzelkategorien Made in Germany Qualitätskriterium und Kaufkriterium sein sollte. Wodurch ist die alles in allem noch recht hohe Verbindung zwischen Made in Germany und Qualität begründet? Immerhin 80 Prozent halten Deutschland im internationalen Vergleich für eine starke oder sehr starke Volkswirtschaft, begründet vor allem in qualitativ hochwertigen Produkten, Exportorientierung, Wettbewerbsfähigkeit und – allerdings schon abgeschwächt – innovativem Verhalten.

## **Unterschiedliches Zutrauen in die eigene Wettbewerbsfähigkeit**

Interessant wird es, wenn einzelne Wirtschaftsbereiche bzw. Branchen mit anderen Industrienationen verglichen werden. Liegt Deutschland dann aus Sicht seiner Bürger eher an der Spitze, eher im Mittelfeld oder am Ende? Aktuell sehen 65 Prozent Maschinen- und Anlagenbau eher an der Spitze (nur 2 Prozent eher am Ende), 55 Prozent (versus 3 Prozent) sehen dies so bei Umwelttechnologien, 45 Prozent (versus 6 Prozent) bei Energiesparlösungen, nur 44 Prozent (versus 7 Prozent) bei der so stark vermuteten Automobilindustrie, ebenfalls nur 40 Prozent (versus 4 Prozent) in der Chemieindustrie und gar nur 19 Prozent (versus 8 Prozent) in Kommunikationstechnologien. Besonders kritisch: Bei der Entwicklung neuer und innovativer Produkte sehen nur 26 Prozent Deutschland an der Spitze, 67 Prozent als Mitläufer im Mittelfeld, 4 Prozent eher am Ende.

So sehr also aktuell "Made in Germany" noch durchaus häufig auch als kauf-relevantes Qualitätskriterium bewertet wird: Die aktuelle Wunde, auf die der Finger auch bei anderen Fragen gelegt wird, heißt "Innovationsstärke" oder vielleicht auch "Innovationsimage".

Und wie sieht es bezogen auf diese Branche wohl in 10 Jahren aus? Umwelttechnologien legen im Vergleich mit 1 Prozent leicht und Energiesparlösungen mit 8 Prozent stark zu, aber bei Maschinenbau mit -13 Prozent, Automobilindustrie mit -10 Prozent und Chemieindustrie mit -10 Prozent erwarten die Bundesbürger in den nächsten 10 Jahren einen deutlichen Bedeutungsverlust im internationalen Vergleich. Da auch bei der Entwicklung neuer und innovativer Produkte nur ein minimaler Anstieg zu verzeichnen ist, ist die implizite Begründung offensichtlich: Fehlende Innovationskraft führt an vielen Stellen zu einer Reduzierung der starken Position im internationalen Vergleich. Made in Germany ist als Qualitätszeichen und Mythos für viele Branchen in Gefahr. Made in Germany kann und wird in dieser Funktion nur funktionieren über Innovationen und über innovative Branchen wie Energie und Umwelt. Diese sind die Hoffnungsträger: Ein Signal an die Wirtschaftspolitik.

## Was heißt denn „Made in Germany“?

85 Prozent der Deutschen halten es für wichtig, dass die Produkte in Deutschland entwickelt und produziert werden. Oder anders formuliert: Wo "Made in Germany" draufsteht, sollte auch "Made in Germany" drin sein. Andere Untersuchungen zeigen sehr wohl, dass bei Nachfrage bekannt ist oder erinnert wird, in wie hohem Maße auch "deutsche" Produkte im Ausland produziert werden. Wird dann weiter differenziert, so ist erkennbar, dass unter "Made in Germany" weniger die tatsächlich komplette Entwicklung und Fertigung verstanden wird als vielmehr die Verantwortung für den gesamten Prozess, also so etwas wie „in oder aus Deutschland heraus verantwortet“.

Wer die Menschensicht auf "Made in Germany" einnimmt, findet einen realistischen Blick auf ein starkes und sowohl funktional wie emotional besetztes Label. Man sieht Schwächen, man sieht deutliche Chancen, man bezieht differenziert Stellung. Diese Sichtweise mit ihren Konsequenzen auf Befindlichkeit wie (Kauf-)Verhalten gilt es zu kennen und – auch als Chance – ernst zu nehmen.

### Hintergrundinformationen

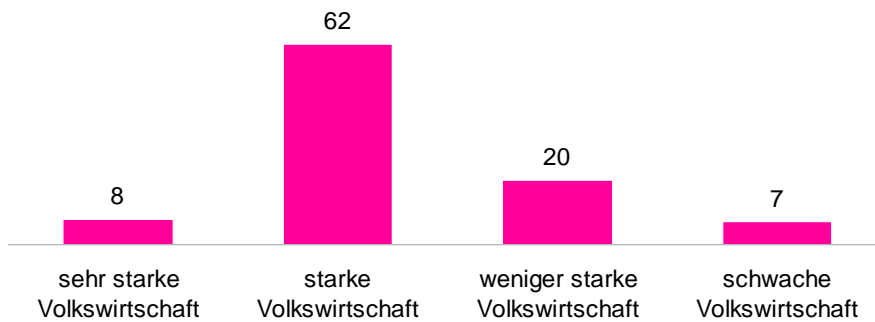
Für die repräsentative Untersuchung hat TNS Infratest am 2. und 3. Juni 1.000 Bürger in Deutschland befragt. Die Befragung wurde als computergestützte Telefonerhebung (CATI) angelegt. Die Auswahl der Zielpersonen erfolgte als repräsentative Zufallsauswahl. Bei der Auswahl der Zielhaushalte kam das Random-digit-dialing-Verfahren zur Anwendung, bei der Auswahl der Zielpersonen im Haushalt der so genannte Schwedenschlüssel. Diese Vorgehensweise ermöglicht eine Verallgemeinerung der ermittelten Befunde auf die Gesamtheit aller Wahlberechtigten bei einer Fehlermarge von plus/minus 1,4 bis 3,1 Prozentpunkten.

TNS Infratest ist das deutsche Mitglied von TNS und Mitglied der Kantar Group, und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. Für unsere Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Investitionsgüterindustrie, Pharmamarkt, IT/(Tele-) Kommunikation und Neuen Medien, Finanzforschung, Konsumgüter sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest "Beratung durch Forschung" und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter [www.tns-infratest.com](http://www.tns-infratest.com)

## TNS Infratest Trendletter – „Made in Germany“

### Die Stärke der deutschen Volkswirtschaft

Würden Sie sagen, Deutschland hat im internationalen Vergleich insgesamt eine ...

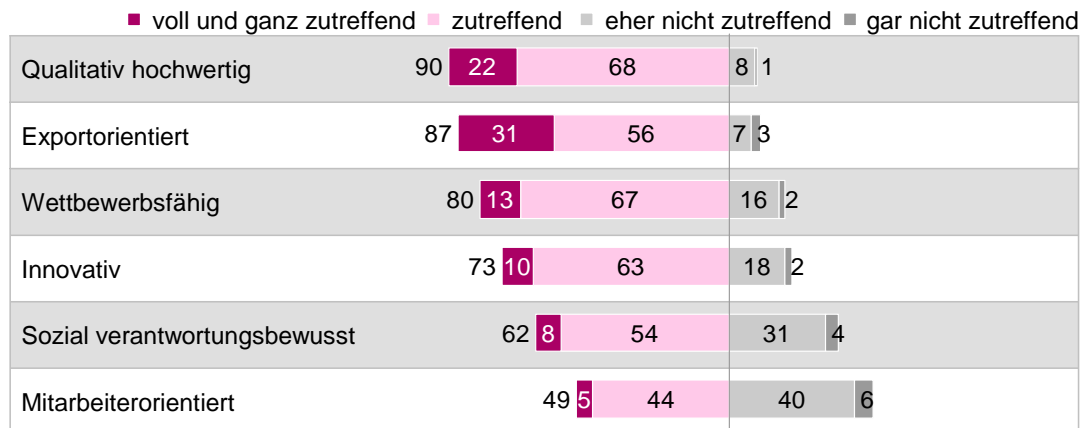


Angaben in Prozent  
 Weiß nicht/keine Angabe: 4  
 Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 18 Jahren

## TNS Infratest Trendletter – „Made in Germany“

### Merkmale der deutschen Wirtschaft

Ist das Merkmal [...] insgesamt für die deutsche Wirtschaft und deren Produkte voll und ganz zutreffend, zutreffend, eher nicht zutreffend oder gar nicht zutreffend?



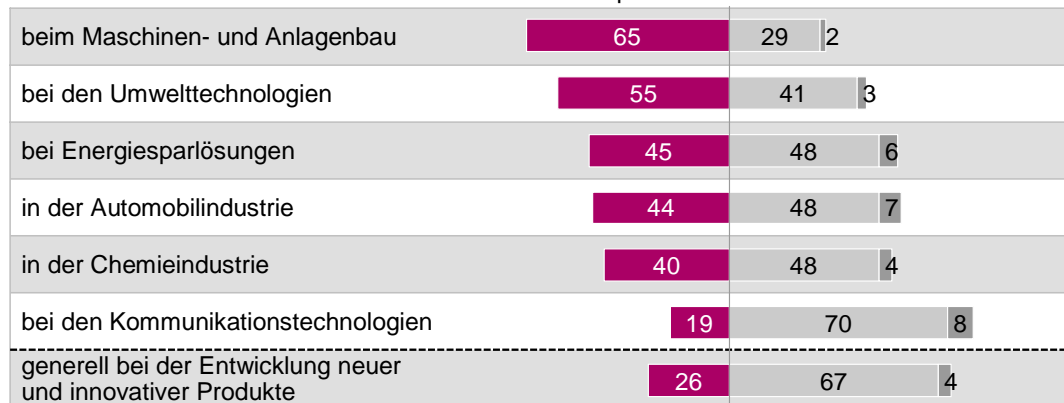
Angaben in Prozent  
 Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht/keine Angabe  
 Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 18 Jahren

## TNS Infratest Trendletter – „Made in Germany“

### Derzeitige wirtschaftliche Stärke deutscher Wirtschaftsbereiche

Ich nenne Ihnen nun einige Wirtschaftsbereiche. Sagen Sie mir bitte für jeden Bereich, wie Sie Deutschland da im Vergleich zu anderen Industrienationen einordnen: Liegt die deutsche Industrie international mit ihren Produkten [...] eher an der Spitze, eher im Mittelfeld oder eher am Ende?

■ eher an der Spitze ■ eher im Mittelfeld ■ eher am Ende



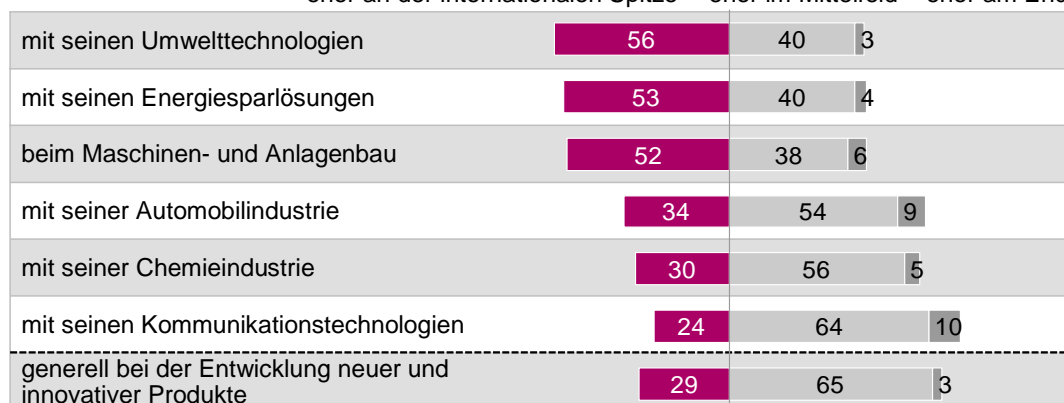
Angaben in Prozent  
 Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht/keine Angabe  
 Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 18 Jahren

## TNS Infratest Trendletter – „Made in Germany“

### Zukünftige wirtschaftliche Stärke deutscher Wirtschaftsbereiche

Und wo sehen Sie Deutschland [...] in zehn Jahren? Eher an der internationalen Spitze, eher im Mittelfeld oder eher am Ende?

■ eher an der internationalen Spitze ■ eher im Mittelfeld ■ eher am Ende

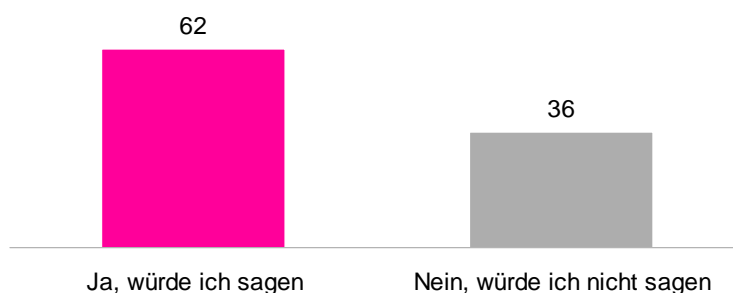


Angaben in Prozent  
 Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht/keine Angabe  
 Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 18 Jahren

## TNS Infratest Trendletter – „Made in Germany“

### Das Ansehen von „Made in Germany“

Würden Sie sagen ‚Made in Germany‘ steht heute noch genauso für Spitzenqualität wie früher?



Angaben in Prozent  
 Weiß nicht/keine Angabe: 2  
 Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 18 Jahren

## TNS Infratest Trendletter – „Made in Germany“

### Aussagen zum Entwicklungs- und Fertigungsstandort von Produkten

Heute werden ja viele Produkte nicht mehr im selben Land gefertigt, in welchem sie auch entwickelt wurden. Ich nenne Ihnen hierzu einige Aussagen und Sie sagen mir bitte, ob Sie ihnen voll und ganz zustimmen, zustimmen, weniger zustimmen oder gar nicht zustimmen.

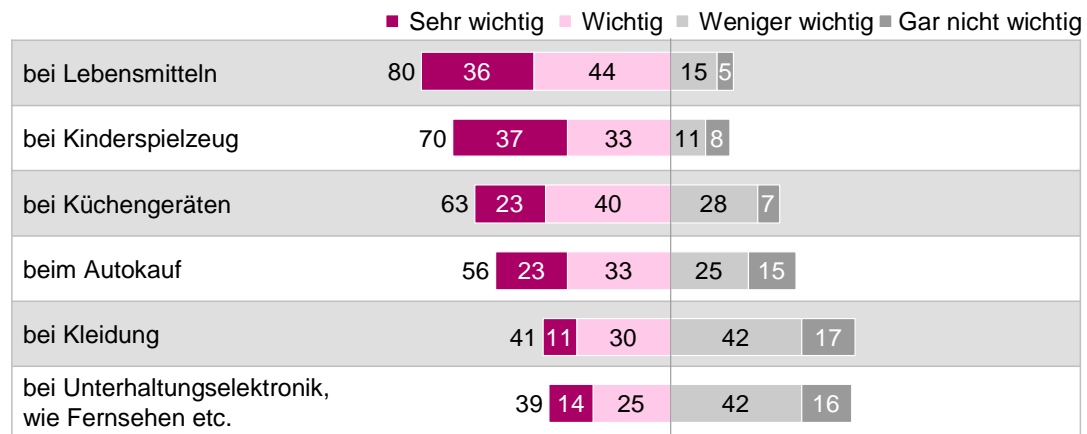
Für die Qualität von Produkten...	stimme voll und ganz zu	stimme zu	stimme weniger zu	stimme gar nicht zu
...ist es wichtig, dass sie in Deutschland entwickelt und produziert werden.	85	54	31	12 3
...ist die Entwicklung in Deutschland wichtiger als ihr Fertigungsstandort.	44	13	31	39 15
...ist die Fertigung in Deutschland wichtiger als ihr Entwicklungsstandort.	44	10	34	36 19
...sind der Entwicklungs- und der Fertigungsstandort unwichtig.	40	13	27	40 18
In die Qualität von Produkten habe ich sogar mehr Zutrauen, wenn sie NICHT in Deutschland entwickelt und produziert wurden.		9	36	36 54

Angaben in Prozent  
 Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht/keine Angabe  
 Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 18 Jahren

## TNS Infratest Trendletter – „Made in Germany“

### Die Wichtigkeit von „Made in Germany“ für eine Kaufentscheidung

Ich würde nun gerne von Ihnen wissen, wie wichtig für Sie persönlich bei Kaufentscheidungen ‚Made in Germany‘ ist, d.h. dass das Produkt aus Deutschland kommt. Wie ist das ...?



Angaben in Prozent  
 Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht/keine Angabe  
 Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 18 Jahren