Die Welt liebt "Made in Germany": Deutsche Waren auf Platz eins im Statista Made-in-Country-Index

- Statista bringt jährlichen Index der "Made in"-Qualitätssiegel
- Weltweites Länderranking für den Außenhandel
- Mehr als 43.000 Verbraucher aus 52 Ländern befragt
- Deutschland führend, Schweiz auf Platz zwei
- USA nur auf Position 8 Trump-Präsidentschaft belastet "Made in USA"
- Bronze für "Made in EU": Überraschend hohes Ansehen für Gemeinschaftslabel auch außerhalb Europas

Nie wurden so viele Waren exportiert wie in diesem Jahrzehnt. Das Volumen der weltweiten Produktausfuhren hat sich seit 1990 verfünffacht. Statista, eine der weltweit führenden Datenbanken für wirtschaftsrelevante Fakten und Informationen, wollte wissen, welche Länder rund um den Globus das beste Image als Hersteller und Exporteur haben und befragte dazu rund 43.000 Verbraucher zu Labels wie "Made in Germany" oder "Made in USA". Das Ergebnis ist der Made-in-Country-Index 2017 – ein weltweites Länderranking und Gradmesser der Markenstärke einzelner Nationen.

Hamburg, 27. März 2017 – Das Label "Made in Germany" ist das weltweit stärkste Qualitätslabel für Waren und Dienstleistungen. Es lässt damit Vertrauenssiegel anderer globaler Exportnationen wie "Made in USA" oder "Made in UK" zum Teil deutlich hinter sich. Das geht aus dem Made-in-Country-Index (MICI) von Statista hervor. Das weltweite Länderranking lässt zahlreiche aufschlussreiche Analysen über das Image von Produkten in den Ländern der Welt zu.

Statista befragte in Zusammenarbeit mit Dalia Research Anfang 2017 mehr als 43.000 Konsumenten in 52 Ländern – einer der weltweit größten und umfassendsten Studien zum Thema Außenhandel. Damit schafft Statista einen

verlässlichen und vergleichbaren Standard für die Bewertung von Länder-Qualitätssiegeln, der in den kommenden Jahren fortgeschrieben wird.

Die Idee hinter dem Index: Wie bewerten Verbraucher weltweit Produkte aus aller Herren Länder? Welches "Made-in"-Siegel schneidet bei den globalen Konsumenten am besten ab? Und welche Länder liegen in einzelnen Kriterien wie Design, Nachhaltigkeit oder Preis-/Leistungsverhältnis vorn?

Deutschland ist "Made-in"-Weltmeister

Das Ergebnis: Auf Platz eins und damit weltweit führendes Qualitätslabel ist "Made in Germany". Einst vor 130 Jahren in Großbritannien eingeführt, um den Markt vor Billigimporten zu schützen und Verbraucher vor Plagiaten aus Deutschland zu warnen, hat "Made in Germany" eine Geschichte des Aufschwungs erlebt. Heute ist es stärker denn je. Auf den ersten Platz im Ranking bringen das Label vor allem die positiven Bewertungen in den Produktkategorien "Qualität" und "Sicherheitsstandards" sowie die große Beliebtheit von "Made in Germany" über viele Ländergrenzen der Welt hinweg: Deutschland ist die Nummer Eins in 13 Ländern.

Auf Platz zwei kommt die Schweiz, die vor allem in den Kategorien "Statussymbol" und "Authentizität" weltweit sehr hoch bewertet wurde. Italien punktet beim Design, während Japan für das Attribut "Spitzentechnologie" den höchsten Wert aller Länder erhält. China sticht beim Merkmal "Preis-/Leistungsverhältnis" heraus.

Rank	Country	Index
1	Germany	100
2	Switzerland	98
3	European Union	92
4	💥 United Kingdom	91
5	Sweden	90
6	◆ Canada	85
7	ltaly	84
8	Japan	81
8	France	81
8	USA	81
11	┿ Finland	77
11	Norway	77
13	Netherlands	76
14	👫 Australia	75
15	New Zealand	73
15	Denmark	73
20	Spain ()	64
30	Argentina , ,	42
42	India ()	36
49	China	28

"Made in EU" weltweit hoch angesehen

Bemerkenswert ist das Abschneiden des Labels "Made in EU", das erst 2003 von der EU-Kommission ins Leben gerufen wurde. Es landet im weltweiten Ranking auf Platz drei. Seine positive Reputation verdankt "Made in EU" vor allem durchgängig hohen Werten in der ganzen Welt. So vertrauen nicht nur Verbraucher in Ländern der europäischen Gemeinschaft dem Label stark, zum Beispiel in Schweden und Großbritannien. Auch außerhalb der EU genießt es hohes Ansehen. So belegt "Made in EU" in fast allen Ländern Südamerikas, zum Beispiel in Argentinien und Kolumbien, vordere Plätze. Insgesamt landet die Marke acht Mal in den Top 3, vor allem aufgrund hoher Bewertungen in den Kategorien "Qualität" und "Technologie". Die vielen hohen Platzierungen gleichen aus, dass das Label nur in einem Land (Algerien) von Verbrauchern auf Platz eins gerankt wird.

USA: Negativer Trump-Effekt beim Außenhandel

Anders dagegen das Hochtechnologieland USA: Die größte Volkswirtschaft der Welt steht allein für rund zehn Prozent des globalen Außenhandels. Die jüngsten Nachrichten über die Verhandlungen von Freihandelsabkommen, Zöllen oder Grenzkontrollen wurden daher kontrovers diskutiert. Und Projekte aus Zeiten der Obama-Regierung wie NAFTA und TTIP stehen auf dem Prüfstand. Das mag ein Grund dafür sein, dass die Vereinigten Staaten von Amerika beim Made-in-Country-Index nicht in der Top-Gruppe auftauchen. Insgesamt landen die USA auf Platz acht und damit etwa hinter Großbritannien, Schweden und Kanada.

Die Vereinigten Staaten finden sich außerdem unter den zehn Ländern, deren Image sich in den vergangenen zwölf Monaten am negativsten entwickelt hat. Doch nicht nur für die USA gilt, dass aktuelle politische Umwälzungen einen nachweisbaren Effekt auf das Image einzelner Produzentenländer haben. Auch die Werte der Türkei oder Griechenlands künden von den jüngsten politischen Entwicklungen und dem damit zusammenhängenden Reputationsschaden für diese Länder.



Die Weltkarte der Made-in-Champions: Die Flaggen zeigen die Made-in-Siegel, die im jeweiligen Land von den Verbrauchern im Gesamtranking am besten bewertet werden.

Produkte von zu Hause werden oft am meisten geschätzt

Zudem belegt der MICI 2017 die Annahme, dass Länder sich selbst positiv bewerten. Beispiele hierfür sind Deutschland, die USA und Großbritannien, wo die Befragten das eigene Land auf Platz eins wählen (siehe Weltkarte). Im Gegenzug dazu werden Nachbarn oft kritisch bewertet: Beispiele niedriger Punktzahlen für "Made in Nachbarland" sind die Bewertungen von französischen Produkten in Deutschland und den Niederlanden. Und "Made in China" steht in Hongkong auf dem letzten Platz.

"Ein intaktes 'Made-in'-Qualitätssiegel ist ein Schutzwall. Im Gegenzug kann die Marke eines Landes durch politische und wirtschaftliche Ereignisse Schaden nehmen. Das hat dann umgehend wirtschaftliche Folgen", kommentiert Statista-CEO Friedrich Schwandt die Ergebnisse des Made-in-Country-Index 2017. "Unser Index zeigt: 'Made-in' ist eine Marke, die wie jede Marke gepflegt und aktiv gefördert werden muss. Viele Nationen erhalten mit unseren Index einen Beweis für ihre erfolgreiche Außenhandelsunterstützung – anderen verdeutlicht er die Hausaufgaben, die zu erledigen sind."

Ein Kurz-Report zum Made in Country Index 2017 kann unter https://de.statista.com/page/Made-In-Country-Index (ab 27.3.) heruntergeladen werden. Sie finden auf dieser Website auch ein zitierfähiges Interview mit dem Studienleiter sowie Infografiken zu den einzelnen Länder-Rankings. Bei Interesse senden wir Journalisten per Mail auch gern die gesamte Präsentation zu (Mail an: thorsten.wiese@statista.com).

Über den Made-in-Country Index von Statista

In Zusammenarbeit mit Dalia Research befragte Statista Anfang 2017 rund 43.000 Konsumenten in 52 Ländern nach ihrem Urteil zu 50 "Made-in"-Labels (49 Länder plus "Made in EU"). Dabei wurden die Daten in der anschließenden Auswertung nach Importvolumen gewichtet: So floss das Urteil US-amerikanischer Verbraucher zum Beispiel stärker ein als das von Befragten in Peru. Die Befragten repräsentieren 90 Prozent der weltweiten Bevölkerung. Alle Ergebnisse finden sich auch auf Statista.com (https://de.statista.com/page/Made-In-Country-Index, ab 27.3.).

Über Statista

Statista GmbH betreibt mit Statista.com ein führendes Daten- und Business Intelligence-Portal. Statista ermöglicht seinen Kunden deutliche Effizienz- und Kostenvorteile für das Auffinden von businessrelevanten Informationen vor allem in Form von Statistiken auf einer einzigen, hochrelevanten Plattform. Das Portal bietet einen umfangreichen Datenbestand in deutscher, englischer, französischer und spanischer Sprache, der nach Kundenbedürfnissen erhoben und täglich erweitert wird. Die Plattform erlaubt bereits heute den Zugriff auf rund eine Million Statistiken aus mehr als 18.000 Quellen zu mehr als 600 Branchen und bietet jeweils zu einem Drittel selbsterhobene Daten, Daten von Partnern und Daten aus öffentlich zugänglichen Quellen an. Auf Basis dieser Daten entwickelt Statista kontinuierlich neue, innovative datenbasierte Produkte wie z.B. nationale Rankings (u.a. "Bester Arbeitgeber", "Beste Anwaltskanzlei" etc.). Zudem bietet Statista tagesaktuelle und nach Kundenbedürfnissen erstellte Infografiken. Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie auf www.statista.com.

Über Dalia Research

Dalia Research wurde 2013 in Berlin gegründet und ist heute ein weltweit führender Anbieter von Markt- und Meinungsforschung über Smartphones. Dalia nutzt ein globales Netzwerk von Apps und mobilen Webseiten, um durch Millionen von Mikro-Umfragen in über 90 Ländern Echtzeit-Daten für die Markt- und Meinungsforschung zu erzeugen. Hinter Dalia Research stehen einige der größten und renommiertesten Venture Capital Investoren Europas, unter anderem Balderton Capital und Wellington Partners. In den vergangenen Jahren hat Dalia

mehr als eine Milliarde Antworten aus 96 Ländern gesammelt; die daraus resultierenden Daten wurden weltweit in über 2.000 Artikeln zitiert (www.daliaresearch.com).

Pressekontakt:

Thorsten Wiese
Director Content Marketing
Statista GmbH
Telefon +49 40 284 841 555
Mobil 0175 93 25 697
thorsten.wiese@statista.com