

# markets-Barometer: Ihre Chancen international

| Land                | Wirtschaftsentwicklung                         |                                      | Marktpotenzial ausgewählter Branchen <sup>2)</sup> |              |        |     |
|---------------------|--|--------------------------------------|--|--------------|--------|-----|
|                     | BIP <sup>1)</sup> 2014 <sup>2)</sup>           | BIP <sup>1)</sup> 2015 <sup>2)</sup> | KFZ  | MASCHINENBAU | CHEMIE | BAU |
|                     | (Veränderung gegenüber dem Vorjahr in Prozent) |                                      | (in den nächsten zwölf Monaten)                    |              |        |     |
| USA                 | + 2,2  | + 3,0                                | ↗  | ↗            | ↗      | ↗   |
| Japan <sup>3)</sup> | + 0,6  | + 1,3                                | →  | ↗            | →      | →   |
| Verein. Königreich  | + 3,0  | + 2,4                                | ↗  | ↗            | →      | ↗   |
| Frankreich          | + 0,4  | + 0,8                                | ↗  | ↗            | ↗      | →   |
| Russland            | + 0,5  | + 0,3                                | ↘  | ↘            | ↘      | ↘   |
| VR China            | + 7,4  | + 7,0                                | ↗  | ↗            | ↗      | →   |
| Brasilien           | + 0,3  | + 1,0                                | →  | ↘            | →      | ↗   |
| Indien              | + 5,6  | + 6,4                                | ↗  | ↗            | ↗      | ↗   |
| Israel              | + 2,2  | + 3,0                                | ↘  | ↘            | ↘      | ↗   |
| Costa Rica          | + 3,6  | + 3,6                                | →  | ↗            | →      | ↘   |
| Kenia               | + 5,0  | + 5,7                                | →  | →            | ↗      | ↗   |
| Thailand            | + 1,5  | + 4,5                                | ↗  | ↗            | ↗      | ↗   |

1) Bruttoinlandsprodukt; 2) Prognose; 3) Fiskaljahr (1.4.-31.3.) ↗ Starkes Wachstum ↘ Wachstum → Stagnation ↘ Rückgang ↘ Starkes Rückgang

Die Experten bei Germany Trade & Invest informieren auch über Marktchancen in weiteren Ländern und Branchen (Tel.: 0228/249 93-316).

# Marke Deutschland

**Marketing.** Deutsche Unternehmen profitieren von ihrer Herkunft und sind international respektiert. Text: Dr. Stephan Feige



Die Marke Bosch steht für "Made in Germany".

Ruf profitieren, indem sie höhere Preise erzielen oder größere Mengen absetzen. Im Ergebnis löst „Made in Germany“ bei Kunden eine höhere Zahlungsbereitschaft aus, die durchaus zehn bis 20 Prozent höher sein kann als bei Produkten ohne deklarierte Herkunft. Das gilt besonders stark bei Uhren und weniger bei Waren des täglichen Bedarfs. In der richtigen Verbindung des Images deutscher Produkte mit dem Profil der eigenen Marke liegt damit ein erhebliches Erfolgspotenzial für deutsche Unternehmen.

Die Studie kostet 190 Euro und kann auf [www.ifm.unisg.ch/de/institut/buchbestellungen](http://www.ifm.unisg.ch/de/institut/buchbestellungen) angefordert werden.



## markets-Quiz

Wie oft muss Teeseide gefärbt werden?

- zehnmal
- dreißigmal
- achtzigmal



Senden Sie die Antwort per Post oder E-Mail unter Angabe Ihrer Adresse an: Germany Trade & Invest, markets-Redaktion, Villemombler Straße 76, 53123 Bonn, [markets@gtai.de](mailto:markets@gtai.de), Stichwort: „Außenwirtschafts-quiz“. Die markets-Redaktion verlost unter allen richtigen Einsendungen **fünf Schuhputz-Sets** für Ihre nächste Geschäftsreise. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

**Einsendeschluss ist der 15. Januar 2015.**