

Kontakt: Markus Zeitzen - markus.zeitzen@reputationinstitute.com – +49 17 1991 5709

Reputation Institute Berlin: Export steigert Reputation – Reputation steigert Export, ausländische Direktinvestitionen und das Bruttoinlandsprodukt Country RepTrak™-Studie 2011 belegt direkten Zusammenhang für Deutschland

Berlin, 12. Oktober 2011

Trotz Weltwirtschaftskrise, Angst vor Euro-Instabilität und Vertrauensverlust in die Politik – Deutschlands Reputation verbesserte sich 2011 im weltweiten Ranking um fünf Plätze auf Platz 11 von 50 Ländern insgesamt. Zu diesem positiven Ergebnis kommt die aktuelle Country RepTrak™-Studie des Reputation Institutes (RI).

Es sind vor allem die anhaltenden Exporterfolge die Deutschlands Wirtschaft stabilisieren und das Ansehen des Landes positiv beeinflussen: *„Deutschlands Exportunternehmen knacken noch in diesem Jahr die magische Marke von einer Billion Euro Umsatz, davon bin ich überzeugt. Dieses so genannte „kleine Wirtschaftswunder“ bewirkt bereits jetzt eine verbesserte Reputation Deutschlands in der Welt. Eine verbesserte Reputation bedeutet wiederum mehr Export, mehr Tourismus, mehr ausländische Direktinvestitionen, mehr Bruttoinlandsprodukt, kurz mehr Geld für das Land“*, erläutert der Vorsitzende und Gründer des Reputation Institute, Dr. Charles Fombrun.

Jedes Land, das seine Reputation um 10 Prozent steigert, steigert zugleich seine Einkünfte im Tourismus um 11 Prozent, während Direktinvestitionen aus dem Ausland um 2 Prozent steigen, wie die Country RepTrak™ 2011 belegt. Für Deutschland bedeutet das: eine Steigerung um 10 Prozent bei der Reputation kann zusätzliche Einnahmen im Tourismus in Höhe von etwa 4 Milliarden Euro bringen und die Direktinvestitionen aus dem Ausland um knapp 2 Milliarden Euro erhöhen

Zwar werben viele Länder, so auch Deutschland und die einzelnen Bundesländer, bereits für sich, jedoch führt die Mehrzahl der getätigten Investitionen in Werbung und Public Relations nicht zum gewünschten Erfolg: *„Unsere Erfahrung und unser strategischer Ansatz ermöglicht den Entscheidern auf Bundes- und Landesebene ihre Ziele zu erreichen, in dem sie ihr Budget für Branding und reputationsbildende Maßnahmen wirkungsvoll und zielgenau einzusetzen. Außerdem gilt, wir sind zwar wirtschaftlich sehr erfolgreich aufgestellt, aber Lifestyle, Lebenslust und Gastfreundlichkeit sind durchaus ausbaufähig“*, erläutert Markus Zeitzen, Direktor des Reputation Institutes für Deutschland. *„Aus der Sicht des Auslandes liegt Deutschland nur auf Rang 22, wenn es um Gastfreundschaft im Vergleich zu anderen Ländern geht. Das können wir sicherlich besser!“*

Profitiert hat Deutschland außerdem vom Bild eines politisch und regulatorisch stabilen Landes, das als verlässlich wahrgenommen wird. Auch der positive Langzeit-Effekt der FIFA-Fußball-Weltmeisterschaft, die Deutschland 2006 ausrichtete, ist noch spürbar: der Stolz auf die landeseigene Fußballmannschaft auf Platz 3 sowie die internationale Anerkennung für die faire und sichere Ausrichtung der Spiele fördern ein positives Bild Deutschlands daheim und in der Welt.

Weitere Einzelheiten über die 2011 Country RepTrak™-Studie stehen zum Download auf [DOWNLOAD COUNTRY REPUTATION](#) zur Verfügung.

Über die Country RepTrak™-Studie 2011

Das Reputation Institute erhebt jährlich die Meinung von über 42.000 Personen weltweit zu 50 verschiedenen Ländern. Gefragt wurde zum einen bezüglich positiver Emotionen wie Vertrauen, Wertschätzung und Gefallen des jeweiligen Landes, zum anderen zu 16 verschiedenen Eigenschaften wie zum Beispiel der Lebensqualität, Stabilität und Sicherheit sowie zum dortigen Umweltbewusstsein.

Über das Reputation Institute

Das Reputation Institute ist das weltweit führende Beratungshaus im Bereich Corporate Reputation mit Sitz in Kopenhagen / New York. Als Pionier auf dem Gebiet des Marken- und Reputation-Management berät das Reputation Institute Unternehmen beim Aufbau der Beziehungen mit relevanten Stakeholdern, um den Wert der Corporate Reputation als Wettbewerbsvorteil nutzbar zu machen, wie auch im Management von Reputationsrisiken. Mit einer Präsenz in 30 Ländern verankert das Reputation Institute die Unternehmens-Reputation als strategisches Positionierungsinstrument, entwickelt Best Practices und treibt die Forschung im Feld der Reputation voran. Die akademische und professionelle Plattform umfasst Mitgliedschaften, Seminare, Konferenzen und Veröffentlichungen wie *Corporate Reputation Review* und *Reputation Intelligence*.

Über Survey Sampling International

Die Country RepTrak™-Studie 2011 wurde in Zusammenarbeit mit Survey Sampling International (SSI) durchgeführt. SSI ist der weltweit führende Anbieter von Lösungen für Umfragen. Mit Niederlassungen in 15 Ländern stellt SSI über 1.800 Kunden Datenerhebungsdienste zur Verfügung, darunter 48 der Top 50 Forschungseinrichtungen.

Über Toluna

Die Country RepTrak™-Studie 2011 wurde in Zusammenarbeit mit Toluna durchgeführt. Toluna ist der weltweit führende Anbieter im Bereich Online-Befragungen und Umfragesoftware. Das Unternehmen versorgt die weltweit größten Dienstleister im Bereich Forschung und Medien sowie Großunternehmen von seinen insgesamt 17 Standorten in Europa, Nordamerika und im asiatisch-pazifischen Raum.

###