

"Made in Germany" klingt in rumänischen Ohren gut

13.08.2018

Beliebtheit der Marke spiegelt sich in den Importen wider / Von Michael Marks

Bukarest (GTAI) - "Made in Germany" braucht in Rumänien nicht erklärt zu werden, das Image ist historisch gewachsen und sehr gut. Das Label steht für hohe Qualität und Sicherheitsstandards sowie fortschrittliche Technik. Deutsche Firmen sind im Land stark vertreten und tragen so zum positiven Image deutscher Produkte bei. Vor allem in deutschen Traditionsbranchen, wie der Automobilindustrie oder dem Maschinenbau, zieht das Label Käufer an.

Deutschland ist mit Rumänien in vielfältiger Weise verbunden. Zu nennen sind die deutschen Minderheiten im Banat und Siebenbürgen, die Herrschaft der Dynastie Hohenzollern-Sigmaringen und die historischen Handelsbeziehungen zwischen Bukarest und Leipzig. Von letzteren zeugt die Lipscani Straße (deutsch: Leipziger Straße) im Herzen der rumänischen Hauptstadt. Deutschland ist heute der bedeutendste Wirtschaftspartner Rumäniens. Viele Rumänen arbeiten oder studieren in Deutschland.

"Produkte "made in Germany" sind in Rumänien sehr gut angesehen. Sie stehen für hohe Qualität und Langlebigkeit. "Made in Germany" hat einen hervorragenden Ruf. Das ist schon seit Langem so und daran wird sich in nächster Zukunft nichts ändern", so Sebastian Metz, Geschäftsführer der Deutsch-Rumänischen Industrie- und Handelskammer. Aufgrund des steigenden Konsums und einer lebhaften Investitionstätigkeit werden die Absatzmöglichkeiten für deutsche Produkte in Rumänien weiter gut bleiben.

Welche Begriffe werden in Rumänien mit dem Label "Made in Germany" assoziiert?

| | |
|---|-----------------|
| 1 | Qualität |
| 2 | Langlebigkeit |
| 3 | Statussymbol |
| 4 | Zuverlässigkeit |
| 5 | Teuer |

Quelle: Recherchen von Germany Trade & Invest

"Made in Germany" ist Statussymbol

"Made in Germany" spricht Bevölkerungsteile mit mittlerer bis hoher Kaufkraft an, so etwa bei Autos oder Hausgeräten. Das Label ermöglicht wirtschaftlichen Aufsteigern, sich durch den Kauf entsprechender Produkte von der Masse der ärmeren Mitbürger abzuheben. Personen mit geringem Einkommen und Vermögen sind hingegen weniger bereit und in der Lage, einen höheren Preis für deutsche Erzeugnisse zu zahlen.

Die Automobilindustrie, wahrgenommen unter dem Schlagwort "Deutsche Autos", gilt als wichtigster Markenbotschafter für "Made in Germany". Aber auch im Maschinenbau, bei Elektrotechnik und Elektronik, hierbei besonders bei weißer Ware, sowie bei Chemie und Pharma ist "Made in Germany" angesehen.

Die Bedeutung des Labels ist aber nicht in allen Branchen gleich. Beniamin Steau, Direktor eines Unternehmens aus der Kfz-Branche, meint: "Ich verbinde "Made in Germany" mit Technik, das heißt Automotive, Maschinen

"MADE IN GERMANY" KLINGT IN RUMÄNISCHEN OHREN GUT

und Anlagen. Für alles andere, wie Nahrungsmittel, Textilien oder Kosmetik, ist es für mich irrelevant, ob die Ware "made in Germany" ist oder nicht. Es ist kein Argument, weder zu kaufen, noch nicht zu kaufen."

Abgasskandal führt zu günstigeren Importen

Industrieskandale, aber auch Probleme mit Großprojekten wie Stuttgart 21 oder dem Berliner Flughafen sind dem Image des Labels "Made in Germany" nicht unbedingt förderlich. Im Fall der Dieselfaffäre gibt es eine Besonderheit. Da Rumänen beim Fahrzeugkauf größtenteils preissensibel sind, bot der Skandal bereits 2017 die Möglichkeit, gebrauchte Dieselfahrzeuge aus Deutschland günstiger zu erwerben. Das Umweltbewusstsein ist in Rumänien ohnehin deutlich schwächer entwickelt als in Deutschland.

Wie werden deutsche Produkte und Dienstleistungen in Rumänien wahrgenommen?

| Deutsche Produkte und Dienstleistungen? | Trifft vollkommen zu | Trifft teilweise zu | Trifft weniger zu | Trifft nicht zu |
|--|----------------------|---------------------|-------------------|-----------------|
| haben eine überdurchschnittlich hohe Qualität. | X | | | |
| sind innovativ. | X | | | |
| sind vergleichsweise günstig. | | X | | |
| sind besonders vertrauenswürdig. | X | | | |
| repräsentieren einen hohen Status. | X | | | |
| sind bekannt/werden gut vermarktet. | | X | | |
| sind ein gutes Gesamtpaket im Vergleich zu anderen Produkten/Dienstleistungen. | | X | | |
| sind leicht beschaffbar. | | X | | |
| haben ein attraktives Design. | | X | | |

Quelle: Recherchen von Germany Trade & Invest

Deutschland ist führender Handelspartner

Die Beliebtheit von "Made in Germany" spiegelt sich im Außenhandel eindrucksvoll wider. Deutschland war 2017 mit Abstand wichtigster Handelspartner, mit einem Anteil von 20 Prozent bei den Einfuhren und 23 Prozent bei den Ausfuhren. Nach Rumänien geliefert wurden vor allem Erzeugnisse des Maschinenbaus, der Elektrotechnik und des Fahrzeugbaus.

Deutsche Unternehmen tragen in einer Vielzahl von Bereichen zu einem positiven Image Deutschlands und damit auch des Labels "Made in Germany" bei. Dies gilt in der Produktion, beim Handel, bei Dienstleistungen, aber auch bei Forschung und Entwicklung sowie beruflicher Bildung.

Deutsche Unternehmen sollten mehr Lösungskompetenz zeigen

Zwar ist die deutsche Präsenz in Rumänien stark. Im Vergleich zu anderen Ländern erscheinen dennoch Werbung sowie Förderaktivitäten für deutsche Produkte weniger ausgeprägt. Vermehrt übergreifende Konzepte

"MADE IN GERMANY" KLINGT IN RUMÄNISCHEN OHREN GUT

und Lösungen zu präsentieren - etwa bei Digitalisierung, E-Mobilität oder Energiewende - könnte für deutsche Unternehmen sinnvoll sein. Eine stärkere Präsenz bei Tagungen und Konferenzen sowie eine bessere Öffentlichkeitsarbeit wären wünschenswert.

Auch bei öffentlichen Ausschreibungen scheint es noch Potenzial zu geben. "Deutsche Dienstleistungsunternehmen aus Bereichen wie Architektur, Ingenieurwesen, Energie, Umwelt oder Gesundheit sollten ihre Fähigkeit verbessern, sich an öffentlichen Ausschreibungen zu beteiligen, entweder direkt oder im Konsortium. Im Bereich Infrastruktur sind die Italiener und Österreicher im Moment besser vertreten", so Barbu Mihaescu, Berater bei der Schweizer Mattig-Gruppe. Das mangelnde Interesse, sich mit den meist durch die Europäische Union finanzierten Großinfrastrukturprojekten zu befassen, liegt aber auch an der rumänischen Seite, die sich mit Konzeption und Realisierung öffentlicher Vorhaben teilweise schwer tut.

"Made in Germany" kann zum Teil auch zu technischen Überforderungen auf rumänischer Seite führen, etwa im Agrar- und Umweltbereich. Das Label steht dann für einen möglichen technischen Overkill zu hohen Kosten. Produzierende Unternehmen nutzen deutsche Technik zunächst einmal für Abläufe und Qualitätssicherung an kritischen Punkten, während der Rest durch günstigere Anbieter beziehungsweise Maschinen gedeckt wird. Anders mag dies bei Unternehmen mit ausländischer Kapitalbeteiligung aussehen, die den Richtlinien der ausländischen Anteilseigner folgen.

Viele Unternehmen setzen eher auf Markennamen

Für kleine und mittelständische Unternehmen, deren Markenname noch nicht so bekannt ist, bietet sich die weitere Nutzung des Labels als Verkaufsargument an, unter Umständen in Kombination mit dem Firmennamen. Produkte, die zur Gänze "Made in Germany" sind, werden allerdings seltener. Das Vertrauen in das Label basiert darauf, dass entscheidende Wertschöpfungsprozesse in Deutschland stattfinden. Andernfalls sind abweichende Charakterisierungen wie "Designed/Engineered in Germany" oder "German Engineering" zu verwenden.

Viele Unternehmen setzen auf ihre Marke anstatt auf das Ländersiegel. Damit steht der Hersteller- oder Markenname letztlich für Qualität, egal wo produziert wird. So lassen deutsche Markenhersteller auch in Rumänien produzieren und exportieren nach Deutschland unter dem Label "Made in Romania". Die Etablierung branchenspezifischer Unternehmensbrands "Made by ?" plus Länderkennzeichnung stellt eine weitere Alternative im Industriebereich dar.

Nationale Tendenzen auch in Rumänien

Auch Rumänien ist nicht frei vom zunehmenden Nationalismus, der sich vielerorts beobachten lässt. Zu gesetzlicher Instabilität, Bürokratie und Korruption gesellt sich ein Klima der Abwehr des Fremden unter Betonung des Nationalen. Die starke Bezugnahme auf ein Länderlabel ist daher von Zeit zu Zeit zu überprüfen, zumal auch das Handels- und Leistungsbilanzdefizit Rumäniens als Vorwand für Diskussionen genommen werden könnte.

"MADE IN GERMANY" KLINGT IN RUMÄNISCHEN OHREN GUT

Wie hilfreich ist das Label "Made in Germany" in Rumänien?

| Branche | Bewertung*) | Begründung |
|---|-------------|---|
| Maschinenbau | 3 | Das Label steht für Kompetenz, Innovation und Verlässlichkeit bei gutem Service. Für kritische Produktionsabschnitte werden deutsche Maschinen besonders geschätzt. |
| Umwelttechnik | 1 | Lösungen deutscher Unternehmen gehen oft weit über rumänische Ansprüche hinaus. Favorisiert werden meist einfache und billige Lösungen. Bei öffentlichen Projekten zählen Ausschreibungsbedingungen, nicht "Made in Germany". |
| Informations- und Kommunikationstechnik | 1 | Deutsche Anbieter sind mit wenigen Ausnahmen angesichts der starken internationalen Konkurrenz ohne großes Profil. Entwicklungspotenzial besteht bei Technologienutzung im Unternehmenssektor, etwa Industrie 4.0. |
| Energietechnik | 2 | Aufgrund der Energiewende in Deutschland ist "Made in Germany" am ehesten noch bei erneuerbaren Energien von Vorteil; Rumänien setzt aber auch weiter auf Kohle- und Atomkraftwerke. |
| Gesundheitswesen | 3 | Bei Medizintechnik ist Deutschland gut positioniert. Deutsche innovative Hightech- und medizinische Dienstleistungen wie Krankenhausmanagement sind gefragt. Auch im Pharmabereich wirkt das Label positiv. |
| Consulting (Architektur- und Ingenieurdienstleistungen) | 1 | Deutsche Anbieter sind weniger bekannt. Geringe Beteiligung an Ausschreibungen. Deutsche Anbieter haben einen mäßigen Ruf und gelten als teuer. Rumäniens Niedrigpreisprinzip begünstigt den Rückzug seriöser Wettbewerber. |
| Kfz | 2 | Mit deutschen Automarken wird ein hoher Status verknüpft. |
| Möbel | 1 | Deutsche Möbel haben kein besonderes Image und gelten als zu teuer. Highendprodukte aus Deutschland haben Chancen bei Büro- und Küchenmöbeln. |
| Nahrungsmittel | 1 | Produkte "made in Germany" haben kein besonderes Image, ausgenommen Nischenprodukte, etwa Bio oder für Diabetiker, sowie Schokolade. |
| Körperpflegemittel/ Kosmetik | 1 | Im Bereich der Körperpflege überstrahlen die wenigen starken Marken die Herkunft und die heterogenen Produktionsstandorte. |
| Einzelhandel | 1 | Deutschland ist gut vertreten, die Herkunft ist aber eher unwichtig, Name und Konzept zählen. Konsumenten suchen ordentliche Qualität zu günstigen Preisen an guten Standorten. |

*) 0 = kontraproduktiv, 1 = neutral (keine Wirkung), 2 = bedingt hilfreich, 3 = sehr hilfreich

Quelle: Recherchen von Germany Trade & Invest

"MADE IN GERMANY" KLINGT IN RUMÄNISCHEN OHREN GUT

Deutschlands wichtigste ausländische Konkurrenten auf dem rumänischen Markt

| Branche | Wichtigste Konkurrenten | Begründung/Erläuterung |
|---|----------------------------------|---|
| Maschinenbau | Italien, Frankreich, Asien | Europäer bieten vergleichbares Angebot (High- bis Midtech). Asiatische Firmen (Low- bis Midtech) sind günstiger. |
| Umwelttechnik | Österreich, Niederlande, Italien | Firmen aus den genannten Ländern sind bei öffentlichen Ausschreibungen besser vertreten. |
| Informations- und Kommunikationstechnik | USA, China, Südkorea | Konkurrenten bieten innovative Hightech und zum Teil einen günstigen Preis. |
| Energietechnik | Italien, Tschechien | Die genannten Länder sind traditionell im Markt als Lieferant und Dienstleister aktiv. |
| Gesundheitswesen | USA, Japan, Schweiz | Intensiver Wettbewerb um Innovationen. |
| Consulting (Architektur- und Ingenieurdienstleistungen) | Italien, Österreich, Türkei | Konkurrenzunternehmen sind anpassungsfähig, geduldig und relativ günstig. |
| Kfz | Frankreich, Japan | Die Konkurrenz bietet zum Teil ein attraktives Design, Langlebigkeit und preisliche Wettbewerbsfähigkeit. |
| Möbel | Schweden, Italien | Anbieter aus den genannten Ländern bieten günstige und haltbare Massenware. Italienisches Design trifft rumänischen Geschmack. Auch rumänische Hersteller sind stark. |
| Nahrungsmittel | Polen, Ungarn | Hersteller aus den genannten Ländern treffen mit ihrem Warenkorb den rumänischen Geschmack. Auch rumänische Anbieter haben eine gute Marktposition. |
| Körperpflegemittel/Kosmetik | Frankreich | Französische Hersteller punkten mit international bekannten Marken und guter preislicher Segmentierung. |
| Einzelhandel | Frankreich, Belgien, Niederlande | Konkurrenzländer sind stark in Bezug auf Sortiment, Qualität und Preis. |

Quelle: Recherchen von Germany Trade & Invest

Germany Trade & Invest hat 2018 seine Auslandsmitarbeiter in 43 Ländern gefragt, wie das Label "Made in Germany" in ihrem Standortland wahrgenommen wird. Die vollständigen Texte zu allen untersuchten Ländern finden Sie unter www.gtai.de/made-in-germany ▶

Weitere Informationen zu Rumänien finden Sie unter www.gtai.de/rumaenien ▶

KONTAKT

Christian Overhoff

☎ +49 228 24 993 321

✉ [Ihre Frage an uns](#)

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2018 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.