



Swissness Worldwide 2010 – Internationale Studie zur Wahrnehmung der Marke Schweiz

Die Schweizer Herkunftsbezeichnung ist nach wie vor äusserst wertvoll – nicht nur in der Schweiz, sondern auf der ganzen Welt.

Das zeigt die aktuelle Studie «Swissness Worldwide 2010» mit weltweit 3700 Befragten, die das Institut für Marketing an der Universität St.Gallen (HSG) und die htp St.Gallen Managementberatung AG in Zusammenarbeit mit der GfK Switzerland und McCann Erickson durchgeführt haben.

Wesentlicher Fokus dieser Studie ist das Positionierungspotenzial des Schweizer Absenders auf internationaler Ebene. Im Mittelpunkt stehen dabei vor allem vier Fragen:

1. Wie wird die Schweiz als Land in der Welt wahrgenommen?
2. Wie werden Schweizer Produkte und Dienstleistungen in verschiedenen Ländern beurteilt?
3. Inwieweit hat sich die Beurteilung in den letzten beiden Jahren verändert?
4. Wie hat sich speziell das Image der Schweizer Banken entwickelt?

Der Studienbericht zeigt die Ergebnisse einer Online-Befragung, die weltweit in zehn Sprachen durchgeführt wurde und an der sich knapp 4000 Personen aus 56 Ländern beteiligt haben.

Wichtigstes Fazit der Studie: Swissness bietet Unternehmen insbesondere aufgrund des weltweit nach wie vor exzellenten Rufs von Schweizer Produkten und Dienstleistungen einen überaus wertvollen Zusatznutzen. Trotz Wirtschaftskrise und Minarettinitiative erfreuen sich Schweizer Produkte und Dienstleistungen nach wie vor grosser Beliebtheit. Schweizer Banken kommen in der internationalen Wahrnehmung relativ unbeschadet durch die Krise. Handlungsbedarf besteht bezüglich der internationalen Kommunikation der Innovationskraft der Schweiz.

Stephan Feige, Peter M. Fischer,
Sven Reinecke
ISBN 978-3-905819-17-5, 28 Seiten
Swissness Worldwide 2010
CHF 100.–/EUR 70.–
zzgl. Versandkosten

**Das Kombiangebot: Studie
Swissness Worldwide 2008 und
2010 für CHF 250.–/EUR 160.–**
zzgl. Versandkosten

Bestellung

Ich/wir bestelle(n):

_____ Exemplar(e) **Studie Swissness Worldwide 2010**, 28 Seiten, CHF 100.–/EUR 70.–, zzgl. Versandkosten

_____ Exemplar(e) **Kombiangebot: Studie Swissness Worldwide 2008** (68 Seiten) **und Studie 2010** (28 Seiten)
CHF 250.–/EUR 160.–, zzgl. Versandkosten

Firma _____

Name _____ Vorname _____

Adresse _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____ E-Mail _____

Datum _____ Unterschrift _____

Bitte einsenden oder faxen an: Verlag Thexis, Institut für Marketing an der Universität St.Gallen, Dufourstrasse 40a, CH-9000 St.Gallen, Fax +41 (0)71 224 28 35, www.thexis.ch, ifmhsg@unisg.ch