



Medienmitteilung, 24. Februar 2015

## «Swissness» punktet in Polen

Schweizer Unternehmen profitieren auch in Polen vom Image der Marke Schweiz

*«Swissness» bleibt ein wertvolles Markenzeichen - nicht nur in den Nachbarländern der Schweiz, sondern auch in Polen. Dies zeigt eine Studie, die das Institut für Marketing (IfM-HSG) und die htp St.Gallen Managementmentberatung AG zum zweiten Mal im Auftrag der Polnisch-Schweizerischen Wirtschaftskammer durchgeführt haben. Gut 1000 Verbraucher in Polen gaben an, die Schweiz und Schweizer Unternehmen als besonders zuverlässig und vertrauenswürdig einzuschätzen. Handlungsbedarf herrscht in Bezug auf die Kommunikation der Innovationskraft der Schweiz.*

Die Schweiz wird auch in Polen mehrheitlich klischeehaft für ihre Berge, Banken, Käse, Uhren und Schokolade wahrgenommen. Moderne Industrien wie die Maschinenindustrie, Lebensmittelherstellung und Pharma werden in der Schweiz deutlich weniger vermutet.

### Zuverlässigkeit wird geschätzt

Erstmalig wurde 2014 auch das Image von Schweizer Unternehmen als Geschäftspartner und Arbeitgeber abgefragt. Mit einer Note von 3.8 (bei einem Maximum von 5) schnitten diese gut ab. Sie werden als attraktive Arbeitgeber wahrgenommen. Das gute PreisLeistungsverhältnis, die hohe Flexibilität sowie die einfache und zuverlässige Zusammenarbeit bringt Schweizer Unternehmen grosse Sympathie bei den Studienteilnehmern in Polen ein.

Schweizer Produkte und Dienstleistungen gelten in Polen nach wie vor als zuverlässig, hochwertig und luxuriös. Für diese Qualität sind die Befragten gemäss der Untersuchung auch bereit, mehr zu bezahlen. Am Beispiel von Küchenspülen als ein Produkt das für Konsumenten eher mit geringen Emotionen verbunden ist, konnte eine Zahlungsbereitschaft für die isolierte Herkunftsangabe von 12% errechnet werden. Für Luxusprodukte ist die Zahlungsbereitschaft gemäss anderen Studien noch höher.

### Swissness hilft, Kostennachteile auszugleichen

Polen ist ein interessanter Wachstumsmarkt für Schweizer Unternehmen: Als einziges Transformationsland konnte Polen seit 1989 das Bruttoinlandsprodukt verdoppeln. Mit einem bilateralen Handelsvolumen von knapp 4 Milliarden Schweizer Franken und einer Wachstumsrate von über 5% liegt Polen vor den BRIC-Staaten Russland, Indien und Brasilien.

Mit Blick auf den Wechselkurs des polnischen Zloty zum Schweizerfranken zeigt sich, dass Swissness hilft, Kostennachteile auszugleichen. Ein plötzlicher Kursanstieg wie im Januar übersteigt jedoch die realisierbare «Swissness-Prämie» in den meisten Industrien. «Für viele Unternehmen wird daher die lokale Herstellung in Polen mit Schweizer Qualitätsstandards immer attraktiver», sagt htp St.Gallen-Projektleiter Stephan Feige. Ulrich Schwendimann, Direktor Polnisch-Schweizerischen Wirtschaftskammer ergänzt: «Schweizer Unternehmen müssen aufgrund der hohen Kosten noch mehr Wert auf Innovation legen oder sich auf Nischen konzentrieren».

«Die Schweiz wird ihre Position nur verteidigen, wenn sie einerseits die Schönheit von Natur und Landschaften schützt und andererseits Qualitätsbewusstsein, Innovationen und Forschung weiterhin in den Fokus rückt», so die Einschätzung von HSG-Marketing-Experte Sven Reinecke.

Die Untersuchung wurde in Zusammenarbeit mit der Schweizer Exportförderung Switzerland Global Enterprise und den polnischen Länderorganisationen der Unternehmen Franke, Jura und Roche durchgeführt.

Die vollständige Studie erhalten Sie gerne vom Institut für Marketing (IfM-HSG):  
Tel: +41 (0)71 224 2820, E-Mail : ifmhsg@unisg.ch, [www.ifm.unisg.ch](http://www.ifm.unisg.ch)

**Kontakte für inhaltliche Fragen:**

Dr. Stephan Feige, htp St.Gallen, [sfeige@htp-sg.ch](mailto:sfeige@htp-sg.ch), +41 79 458 77 77

Prof. Dr. Sven Reinecke, Institut für Marketing, [sven.reinecke@unisg.ch](mailto:sven.reinecke@unisg.ch), +41 71 224 28 72

Ulrich Schwendimann, Polish-Swiss Chamber of Commerce, [us@swisschamber.pl](mailto:us@swisschamber.pl), +48 502 066 675

**Universität St.Gallen (HSG)**

Die Universität St.Gallen (HSG) ist die Universität des Kantons St.Gallen und die Wirtschaftsuniversität der Schweiz. Internationalität, Praxisnähe und eine integrative Sicht zeichnen die Ausbildung an der HSG seit ihrer Gründung im Jahr 1898 aus. Heute bildet die Universität rund 8000 Studierende aus 88 Nationen in Betriebswirtschaft, Volkswirtschaft, Rechts- und Sozialwissenschaften sowie in Internationalen Beziehungen aus. Mit Erfolg: Die HSG gehört zu den führenden Wirtschaftsuniversitäten Europas. Im European Business School Ranking der «Financial Times» 2014 belegt die HSG den Platz 6. Die «Financial Times» hat den Master in «Strategy and International Management» (SIM-HSG) 2014 zum vierten Mal in Folge als weltweit besten bewertet. Dies im jährlichen Ranking von Master-Programmen in Management. Für ihre ganzheitliche Ausbildung auf höchstem akademischem Niveau erhielt sie mit der EQUIS- und AACSB-Akkreditierung internationale Gütesiegel. Studienabschlüsse sind auf Bachelor-, Master- und Doktorats- bzw. Ph.D.-Stufe möglich. Zudem bietet die HSG erstklassige und umfassende Angebote zur Weiterbildung für jährlich rund 5000 Teilnehmende.

Besuchen Sie uns auf [facebook](#) [twitter](#) [youtube](#) und [www.unisg.ch](http://www.unisg.ch)

**htp St.Gallen**

htp St.Gallen ist der auf strategische Marketingberatung spezialisierte Spin-Off der Universität St.Gallen. Durch die enge Verbindung zur Universität und die über 15-jährige Beratungserfahrung mit mehr als 250 Marketingprojekten verbindet die htp St.Gallen neueste wissenschaftliche Erkenntnisse mit professionellen Beratungstools zu „Marketing Know-How aus St.Gallen“.

Die htp St.Gallen beschäftigt sich seit fast 10 Jahren mit dem Thema Swissness. Motivation ist die Frage, inwieweit die Schweizer Herkunft für die Positionierung einer Marke genutzt werden kann.

Die Erkenntnisse aus Studien und Projekten werden regelmässig in Fachartikeln und Vorträgen veröffentlicht.

[www.htp-sg.ch](http://www.htp-sg.ch)

**Polnisch-Schweizerische Wirtschaftskammer**

Mit aktuell über 180 Mitgliedsfirmen ist die Polnisch-Schweizerische Wirtschaftskammer die führende Plattform für Wirtschaftskontakte zwischen Polen und der Schweiz. Für ihre Mitglieder funktioniert die Kammer als Dienstleistungszentrum, welches branchenspezifische Projekte initiiert und durchführt und eine breite Palette von Networking- und Informationsveranstaltungen organisiert. Die Kammer stellt ihre Dienstleistungen auch schweizerischen und polnischen Firmen zur Verfügung, die auf dem jeweiligen Markt ihre Aktivitäten entfalten wollen.

Die Polnisch-Schweizerische Wirtschaftskammer mit Sitz in Warschau wurde 1998 gegründet. Sie ist eine freiwillige, sich selbst finanzierende Vereinigung nach polnischem Recht. Sie repräsentiert die grosse Mehrheit der in Polen tätigen Schweizer Firmen.

[www.swisschamber.pl](http://www.swisschamber.pl)