

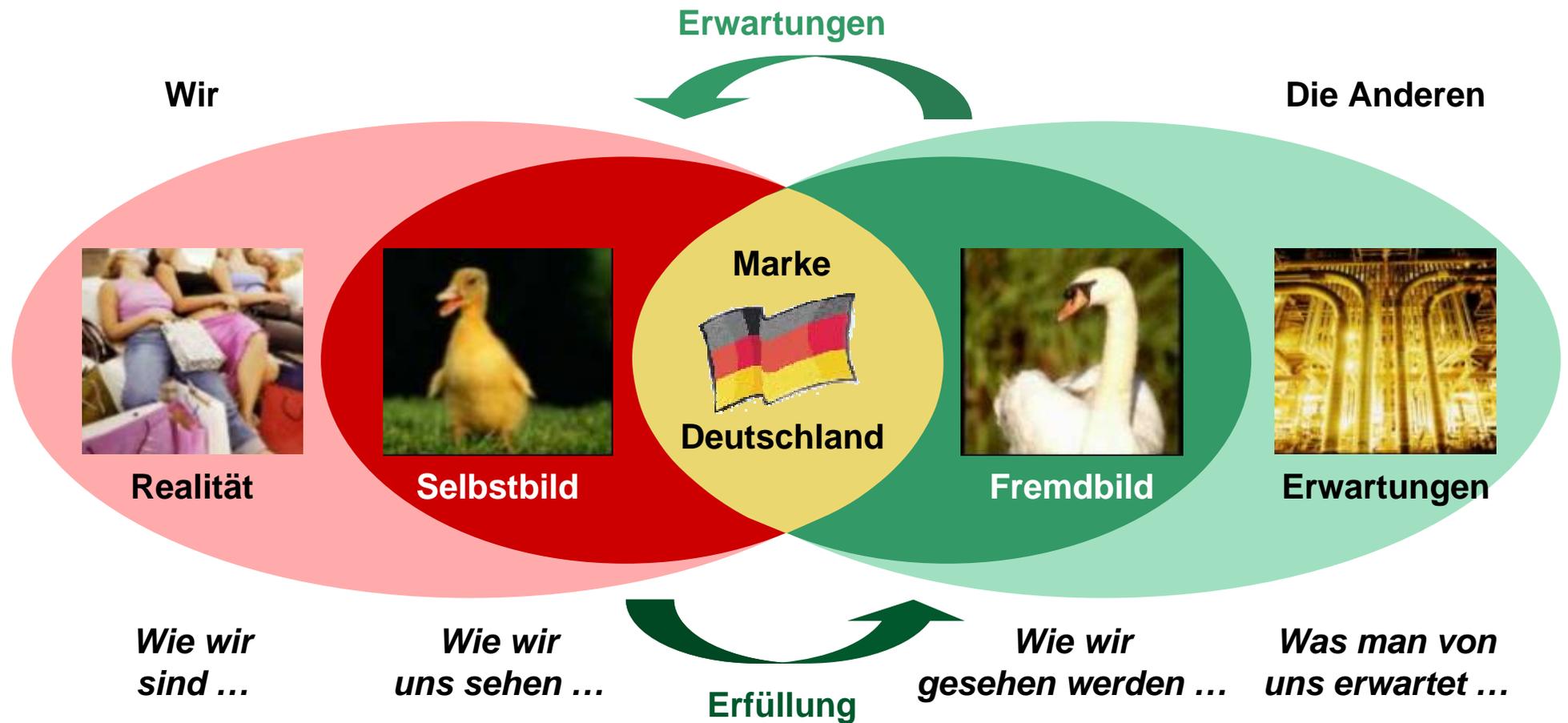


DEUTSCHLAND – EIN PERSPEKTIVENWECHSEL
Mit Leidenschaft für Veränderung

Wiebke Sokolowski
1. Februar 2005

The Boston Consulting Group
wiebke.sokolowski@bcg.com

DIE MARKE ALS BINDEGLIED ZWISCHEN REALITÄT UND WAHRNEHMUNG



ZUKUNFTSANGST STATT ZUKUNFTSOPTIMISMUS



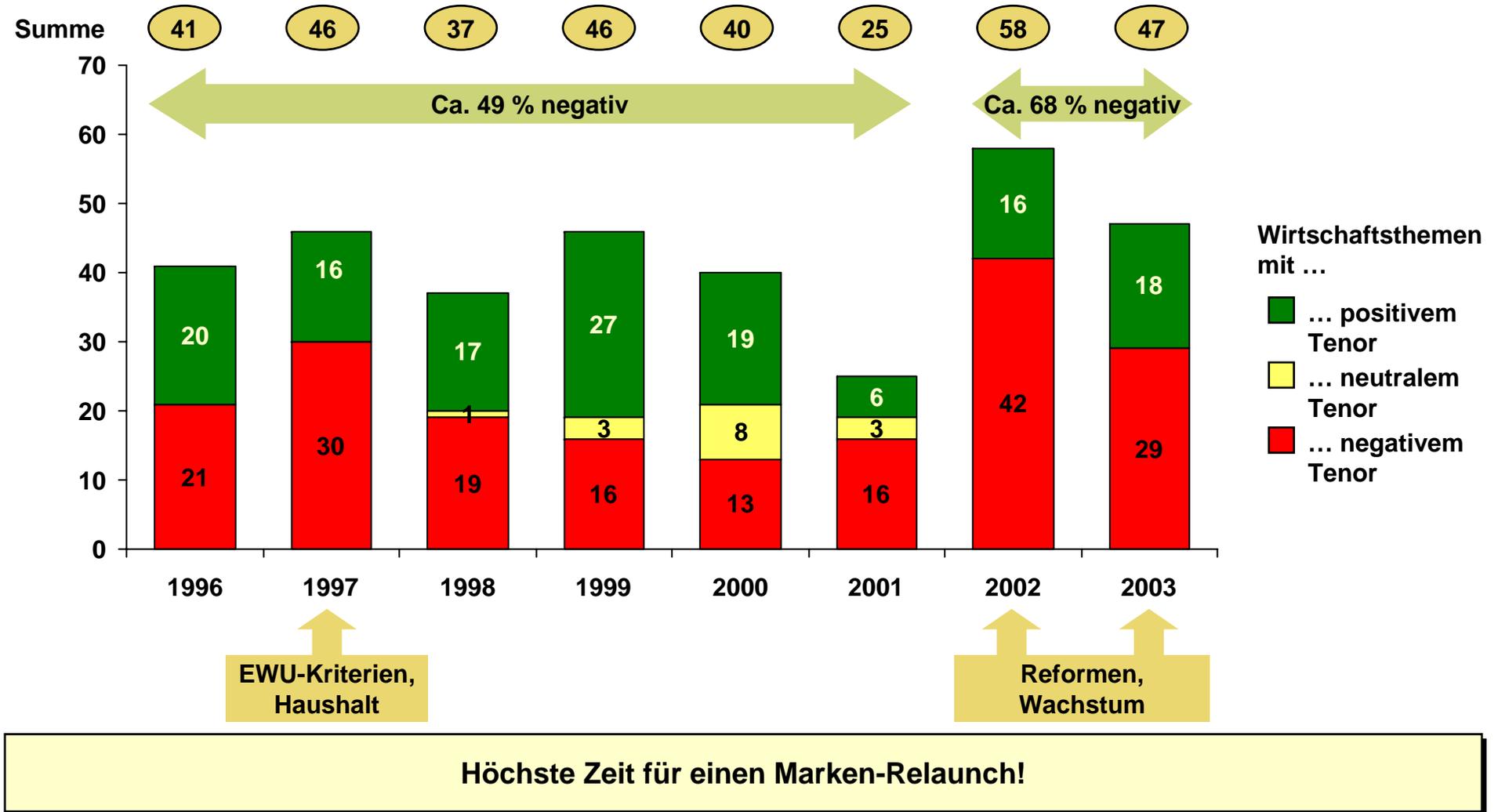
16. August 2004

*"Deutsche haben gerne **Angst**. Sie sorgen sich um die Umwelt. Sie sorgen sich um ihre nationale Identität und um ihr Image im Ausland. Sie machen sich Sorgen um die Wirtschaft. Sie machen sich sogar Sorgen darüber, dass sie so besorgt sind. Sie diskutieren ihre **Ängste** gerne. Mahnen und Klagen ist ihr nationales Hobby."*

Hyde Flippo in *The German Way*

DAS BILD KIPPT

Coverstories zu Deutschland in *Financial Times* und *Wall Street Journal*(1)



(1) Nur Wirtschaftsthemen berücksichtigt: wirtschaftliche Lage, Finanzmärkte, Wirtschaftspolitik, Rahmenbedingungen

Quellen: *Financial Times*; *WSJ*; BCG-Analyse

WIE SCHAFFEN WIR DEN EMOTIONALEN TURNAROUND?



Auf die eigenen Stärken rückbesinnen



Das "Made in Germany" weiterentwickeln



Lust auf Wachstum wecken



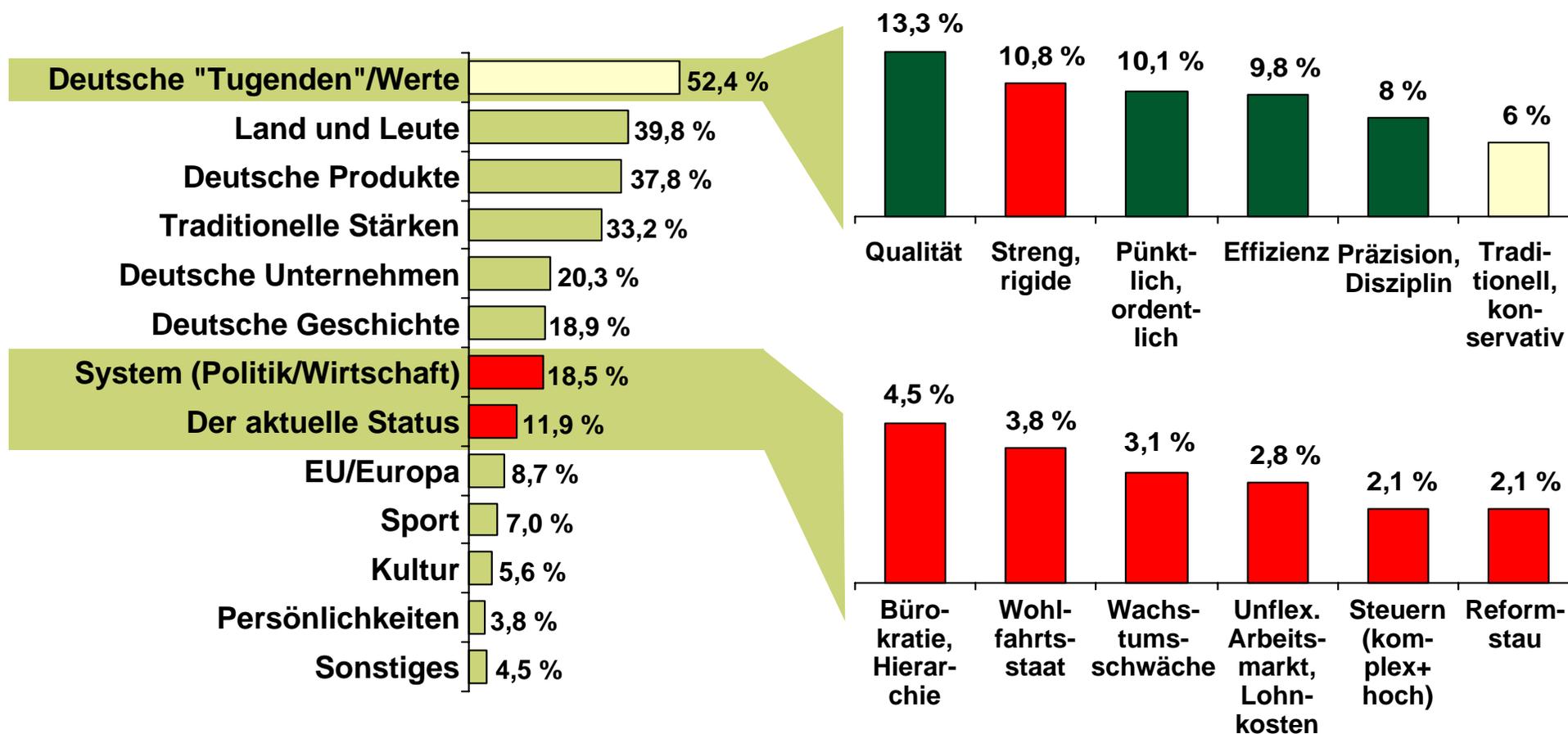
Die Menschen mobilisieren





DEUTSCHE TUGENDEN ALS STÄRKE

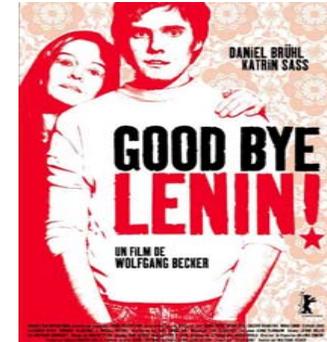
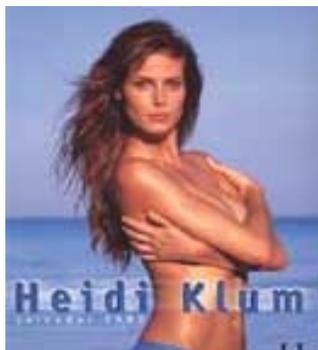
Spontane Assoziationen zu Deutschland (in % aller Befragten)



Quelle: BCG-Web Survey im Februar 2004 unter MBA-Studenten (Wharton, Stanford, LBS, INSEAD, IMD); n = 286

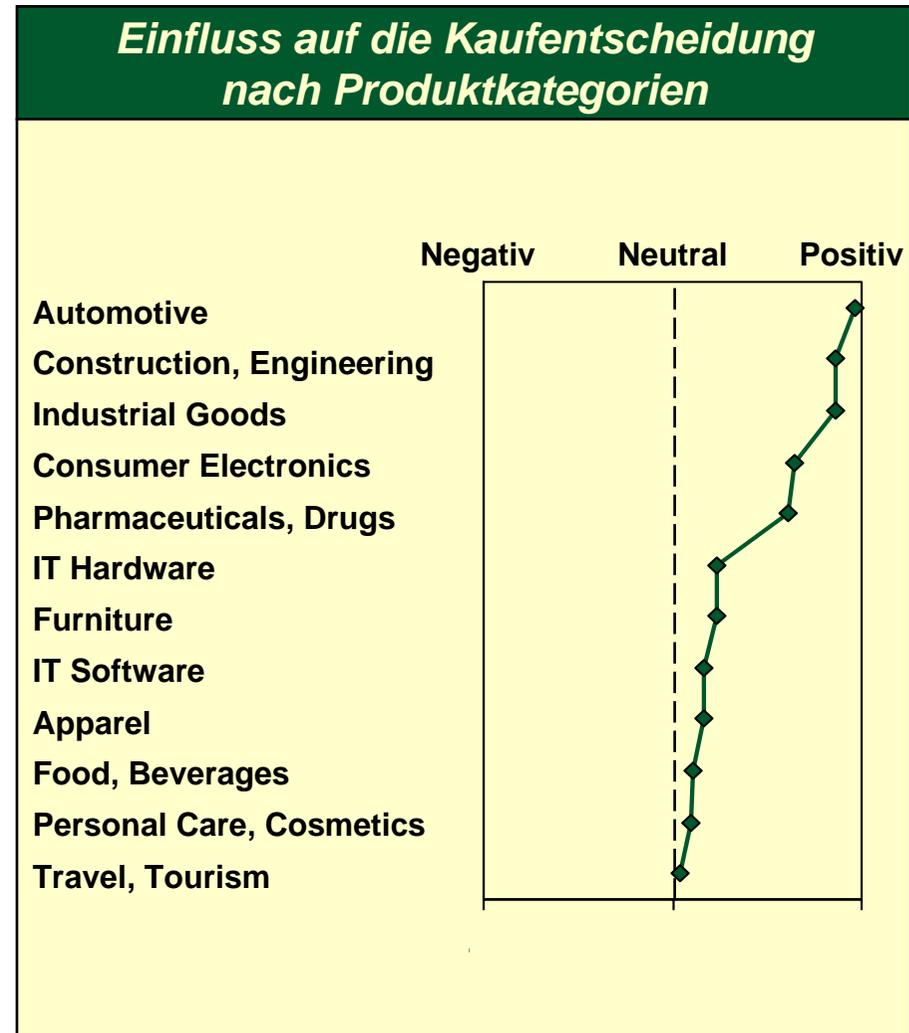
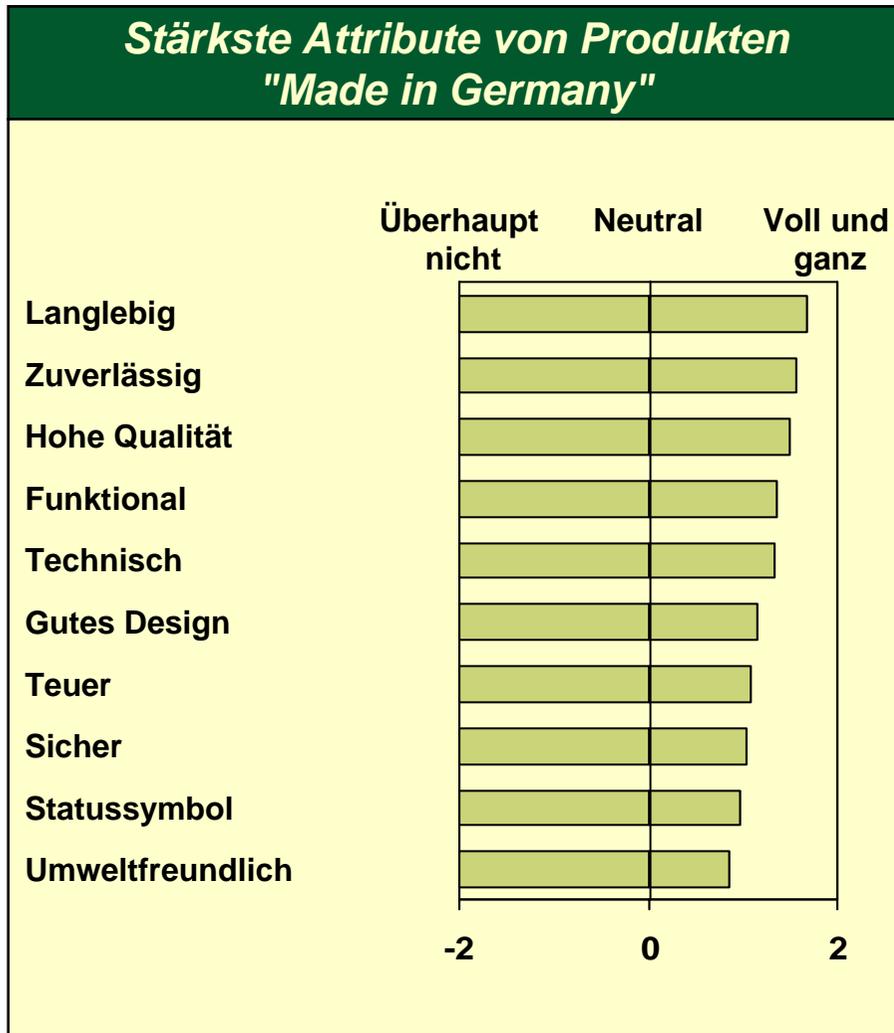


SPITZENLEISTUNGEN MIT SIGNALWIRKUNG





"MADE IN GERMANY": WERTBEGRIFF OHNE GRENZEN ...

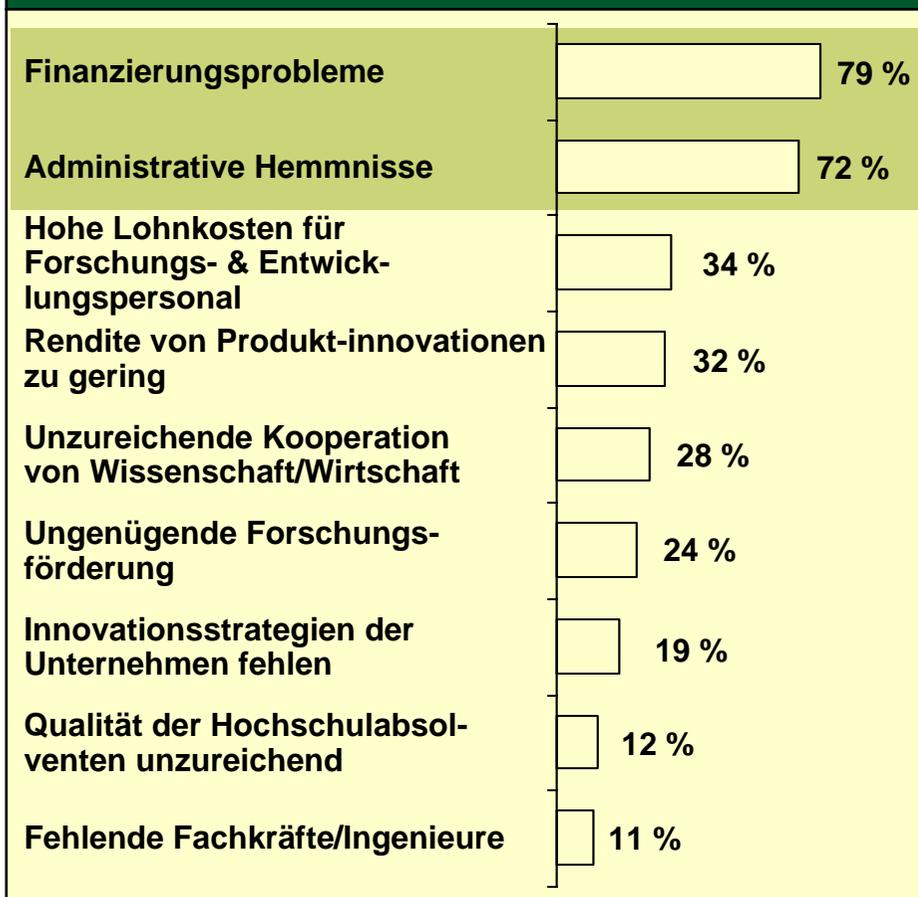


Quelle: BCG-Web Survey im Februar 2004 unter MBA-Studenten (Wharton, Stanford, LBS, INSEAD, IMD); n = 286

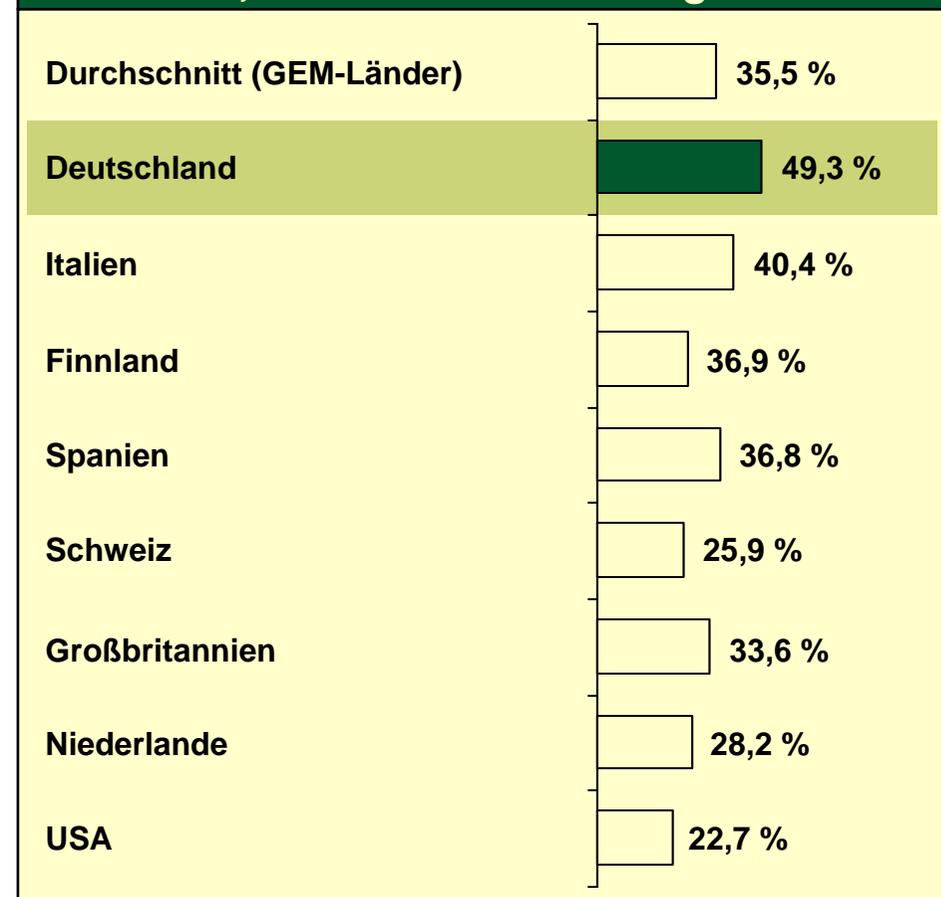


LUST AUF WACHSTUM WECKEN

"Was sind Ihrer Ansicht nach die größten Innovationsbarrieren in Deutschland?"



Die Angst zu scheitern würde Sie davon abhalten, ein Unternehmen zu gründen?"



Quellen: Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Länderbericht Deutschland 2003; Wirtschaftswoche vom 25.03.2004

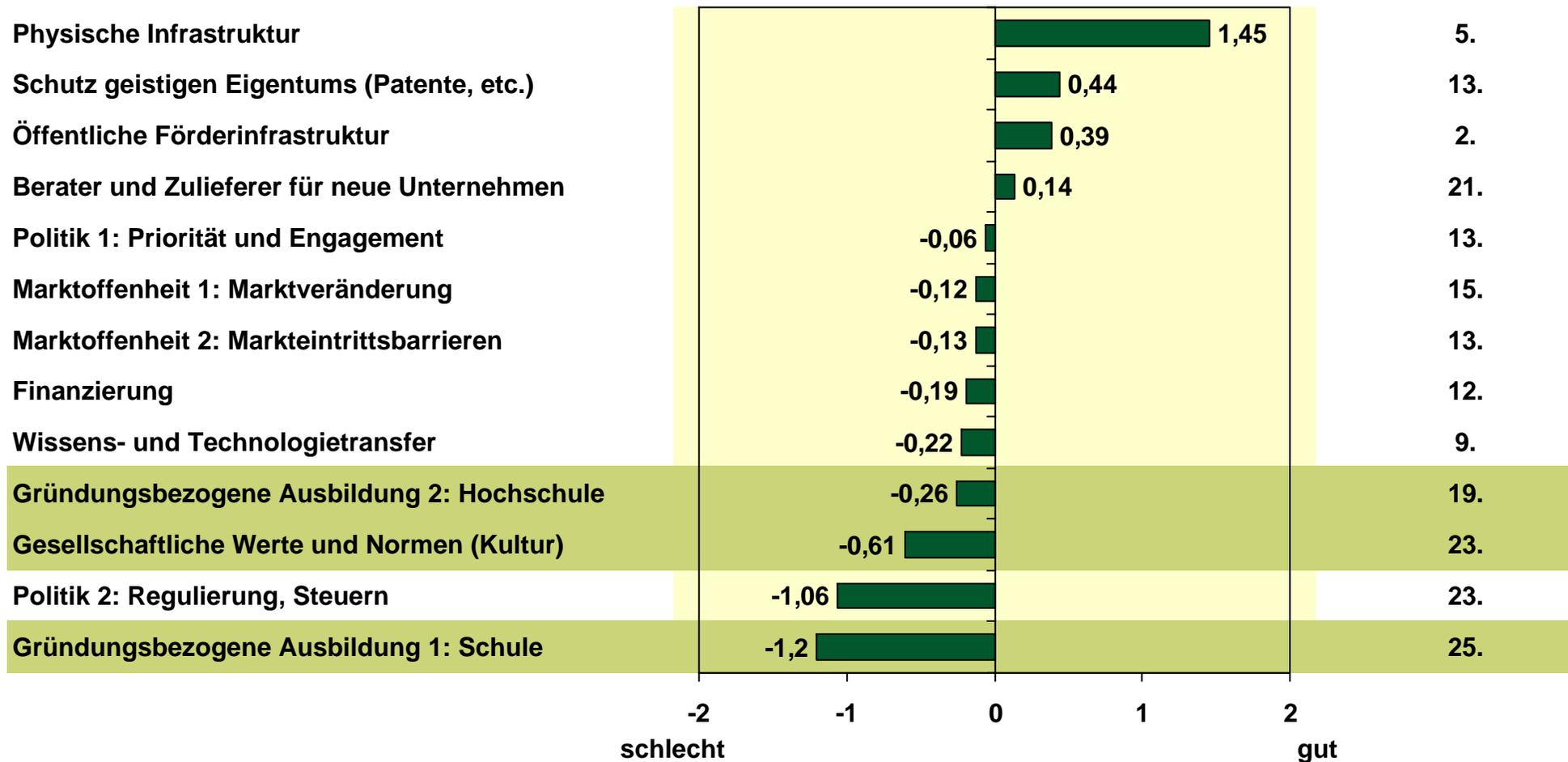


BEREITS IM BILDUNGSSYSTEM ANSETZEN

Der Weg zum Gründertum führt über Pisa

Rahmenbedingungen für Gründungen

Rangplatz

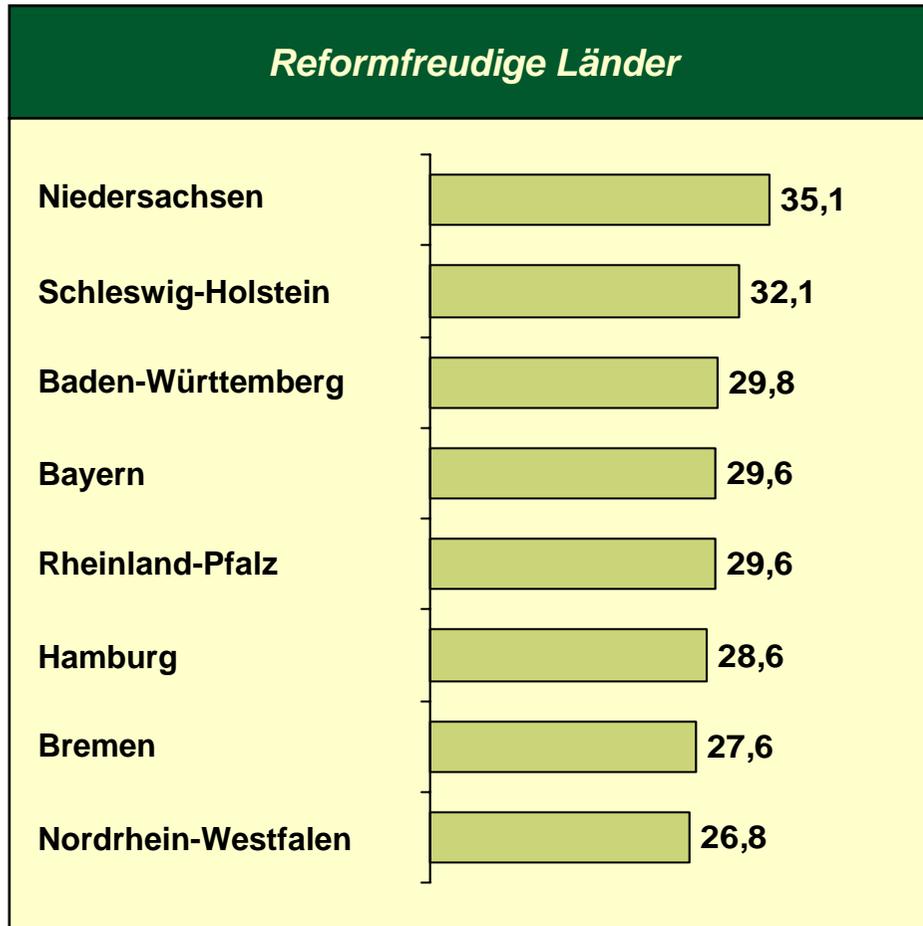


Quellen: Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Länderbericht Deutschland 2003; Wirtschaftswoche vom 25.03.2004



DIE MENSCHEN DIFFERENZIERT MOBILISIEREN

Anteil der Reformwilligen an der Bevölkerung



Quellen: IfD Allensbach; impulse 10/2003



MOBILISIERUNG ALS GEMEINSAME AUFGABE

Politik als Signalgeber



"Es gibt gute Gründe, uns etwas zuzutrauen."

Medien als Verstärker



Marken als Motor



Quellen: IfD Allensbach; impulse 10/2003

ES GIBT NICHTS GUTES, AUSSER WIR TUN ES!

- Erich Kästner



***"Nicht: 'Ich kann wenn ich will',
sondern: 'ich will denn ich kann'."***
- Albert Bandura

"DIE MARKE DEUTSCHLAND"

