

Tisková zpráva

Německo znovu dobývá první příčku v průzkumu nejlepší "národní značky", zatímco USA se propadají na šesté místo

11.1.2018

Andrea Patočková
Marcom
T +420 737 263 113
Andrea.patochkova@gfk.com

- Francie se poprvé dostává na druhé místo, zatímco Spojené království se drží na místě třetím a Japonsko se ocitá se v první pětce
- USA jsou jedinou zemí, která v roce 2017 vykazuje celkový pokles
- Německo získává nejvíce bodů v kategoriích správa země, lidé a kultura

Praha, 11. ledna 2018 – Těsně poté, kdy došlo k výraznému snížení globální percepce Spojených států, Německo v posledním průzkumu Anholt-GfK Nation Brands IndexSM (NBISM) znovu zaujímá první místo a Francie se dostává na místo druhé. Spojenému království se podařilo získat zpět pozici ztracenou po hlasování o brexitu a udržuje si třetí místo, zatímco Japonsko se poprvé dostává mezi nejlepšími pět zemí a je na tom stejně jako Kanada.

Země	Pořadí v r. 2017	Pořadí v r. 2016	Rozdíl ve skóre 2016 vs. 2017
Německo	1	2	+0.99
Francie	2	5	+1.56
Spojené království	3	3	+1.27
Kanada	4	4	+0.96
Japonsko	4	7	+2.12
Spojené státy	6	1	-0.63
Itálie	7	6	+0.74
Švýcarsko	8	8	+1.34
Austrálie	9	9	+0.76
Švédsko	10	10	+1.30
Česká republika	31	30	+1,13

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Management Board:
Peter Feld (CEO)
Christian Bigatà Joseph (CFO)

Supervisory Board Chairman:
Ralf Klein-Bölting

Commercial register:
Nuremberg HRB 25014

Rozdíly ve skóre NBISM: malý rozdíl: +/-0.26-0.50; střední: +/-0.51-1.00; velký: > +/-1.00

USA ztrácejí pozice v globální percepci správy země

Spojené státy jsou jedinou zemí z 50, jež byly zahrnuty do tohoto průzkumu, kde byl v roce 2017 zaznamenán pokles celkového skóre NBI. Stále však patří mezi pět nejlepších států z hlediska tří ze šesti kategorií indexu NBI. Konkrétně jde o kulturu (kde USA zaujaly druhé místo, export (rovněž druhé místo) a imigraci – investice (páté místo). V kategorii správa země však poklesly z 19. na 23. příčku, což je pro jednu z vedoucích zemí světa skutečně špatný výsledek.

Profesor Simon Anholt, který průzkum NBI v roce 2005 zavedl, říká: „Pokles hodnocení USA v kategorii správa země ukazuje na to, že jsme svědky ‘Trumpova efektu’, který se dostavil poté, kdy prezident Trump neustále zdůrazňoval heslo ‘Amerika na prvním místě’. Sami Američané však hodnotí rok 2017 lépe než v roce 2016. Podobný propad globálního vnímání USA nastal i po zvolení George W. Bushe, kdy se tato země propadla na sedmé místo. Doposud Amerika zůstala mimo nejvýše hodnocené země maximálně jeden rok a bude zajímavé vidět, zda to bude platit i při hodnocení v roce 2018.“

Německo získalo vyšší hodnocení v kategoriích správa země, lidé a kultura

Německo, na rozdíl od USA, má velmi vyrovnanou image ve všech šesti kategoriích tohoto indexu, přičemž k výraznému zlepšení globální percepce došlo u kultury (+1,07), správy země (+1,28) a u kategorie lidé (+1,34). V pěti kategoriích ze šesti se umístilo mezi pěti nejlepšími zeměmi, tou jedinou hůře hodnocenou je cestovní ruch, kde si udržuje svou pozici, byť ne mezi pěti prvními.

Celkové zvýšení skóre Německa je výsledkem toho, že tato země je výrazně lépe vnímána Egypťany (+5,92), jakož i Rusy (+2,26), Číňany (+2,17) a Italy (+2,06). Američané hodnotí Německo jinak, podle nich se nenachází značka této země mezi první desítkou, dávají Německo až na jedenácté místo.

Spojené království získává znovu pozici ztracenou v roce 2016

Globální percepce Spojeného království se po výrazném poklesu po hlasování o brexitu v roce 2016 opět zlepšila. Celkové skóre podle NBI dosáhlo téměř stejné úrovně jako v roce 2015 a ke zlepšení došlo u všech šesti kategorií. Díky tomu se Británie vrátila mezi pět nejlepších zemí v kategoriích kultura, export, cestovní ruch a imigrace-investice. K největšímu zisku bodů došlo u kategorie správa země (téměř dva body) a lidé, což ukazuje na to, že většina zemí se smířila s výsledkem hlasování o odchodu z EU a po prvotním šoku se vrátilo pozitivní vnímání této země.

Francie a Japonsko si v globální percepci svých národních značek zajistily lepší pozici

Jak Francie, tak i Japonsko si polepšily díky vlastnímu zvýšenému skóre, a rovněž díky poklesu Spojených států; obě země se v celkovém hodnocení posunuly dopředu. Poprvé od zavedení NBI se Francie dostala na druhé místo z loňského pátého díky vyššímu hodnocení u všech pěti kategorií. Nejvíce to platí pro kategorii správa země, kde je zlepšené skóre Francie dvakrát vyšší než průměr a také pro kategorii imigrace-investice. Na prvním místě je v globálním vnímání kultury, na druhém u cestovního ruchu a na pátém u exportu.

Rok 2017 byl výjimečně dobrý i pro Japonsko, které nyní zaujímá čtvrté místo společně s Kanadou poté, kdy dosáhlo nejvyššího celkového skóre téměř za deset let. Japonsko je nejlépe vnímáno v kategorii export, kde předstihlo všechny ostatní země, a dosahuje dobrého hodnocení v kategoriích imigrace-investice, kultura a správa země.

Vadim Volos, senior vice president GfK pro veřejné záležitosti a poradenství, dodává: „Průzkum NBI klientům ukazuje, jak si jejich země stojí z hlediska image, rozvoje i svého potenciálu a pomáhá jim nalézt nejlepší cestu k úspěchu: vytvořit silnou značku své země. Změna globální percepce značky určité země není jednoduchá a probíhá pomalu, ale každá země může ovlivňovat neobjektivní nebo zastaralé vnímání tím, že negativní názory pochopí a aktivně komunikuje navenek jednotlivá opatření a kroky, jež by je měly pozměnit.“

Česká republika

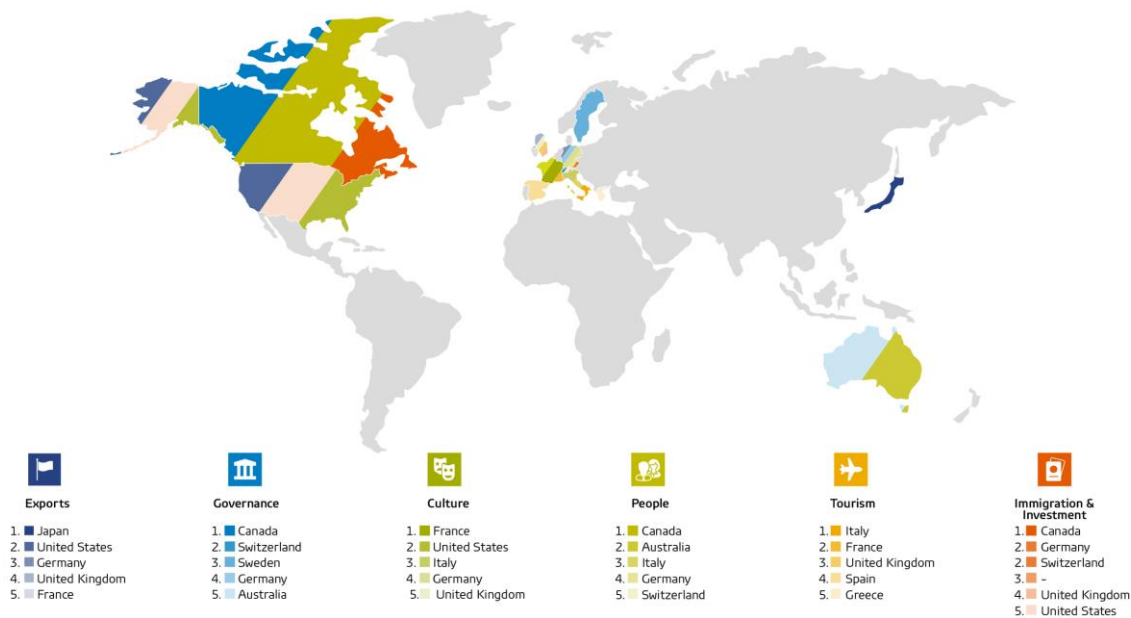
Česká republika se z hlediska globální percepce své image umístila v roce 2017 celkově na 31. místě. V porovnání s rokem 2016 si vylepšila hodnocení ve všech šesti kategoriích, jež dohromady tvoří celkový index (export, správa země, kultura, lidé, cestovní ruch, imigrace-investice), přičemž nejlepšího hodnocení dosáhla v oblasti globální percepce správy země, které vzrostlo o 1,41 bodu.

Nejvyššího hodnocení dosáhla Česká republika v kategorii správa země (24. místo) a v kategorii imigrace-investice (25. místo), nejnižší byla naopak hodnocena v kategorii cestovní ruch (36. místo). V roce 2016 Česku patřilo 30. místo. Ve srovnání s rokem 2016 se celkové skóre Česka zvýšilo o +1,13 bodu, což označujeme za 'velký' rozdíl.

Jediný důvod, proč Česká republika klesla z 30. místa v roce 2016 na 31. místo v roce 2017 je to, že průzkumu NBI se v roce 2017 opět zúčastnilo Norsko (poté, kdy v letech 2015 a 2016 do něj nebylo zařazeno) a ihned se umístilo na 13. místě; tím všechny ostatní země následující za ním posunulo o jedno místo níže.

Obrázek 1: Umístění 5 nejlepších zemí v jednotlivých kategoriích

THE ANHOLT-GfK NATION BRANDS INDEXSM TOP COUNTRY FOR EACH INDEX



Source: The Anholt-GfK Nation Brands IndexSM (NBISM) - 20,185 online interviews (ages 18+) in 20 countries. Data are weighted to reflect key demographic characteristics including age, gender and education of the 2017 online population in that country. Race/ethnicity has been used for sample balancing in the USA, UK, South Africa, India, and Brazil. Fieldwork was conducted from 7-25 July 2017.

© GfK 2017

Podrobnější informace o průzkumu Anholt-GfK Nation Brands Index naleznete na nation-brands.gfk.com

O průzkumu

GfK uskutečnilo ve 20 zemích světa 20 185 online rozhovorů, v nichž se dotazovala dospělých osob starších 18 let. Data jsou vážena tak, aby v každé zemi odrážela klíčové demografické charakteristiky online populace jako je věk, pohlaví a vzdělání platné pro rok 2017. Ve Spojených státech, Velké Británii, Jižní Africe, Indii a Brazílii se navíc rovnovážnost vzorku zajišťuje zařazením faktoru rasy/etnicity. Samotné dotazování proběhlo od 7. do 25. července 2017. Níže uvádíme padesát zemí seřazených podle regionů, v nichž byl průzkum proveden:

Severní Amerika: Kanada, USA

Západní Evropa: Rakousko, Belgie, Dánsko, Finsko, Francie, Německo, Řecko, Holandsko, Irsko, Itálie, Severní Irsko, Norsko*, Skotsko, Španělsko, Švédsko, Švýcarsko, Spojené království

Střední/východní Evropa: Česká republika, Maďarsko, Polsko, Rusko, Turecko, Ukrajina*

Asie/Pacifik: Austrálie, Čína, Indie, Indonésie, Japonsko, Nový Zéland, Singapur, Jižní Korea, Tchaj-wan, Thajsko

Latinská Amerika: Argentina, Brazílie, Chile, Kolumbie, Ekvádor, Mexiko, Peru

Střední východ/Afrika: Botswana*, Egypt, Keňa, Nigérie, Katar, Saudská Arábie, Jižní Afrika, Spojené arabské emiráty

¹ Čínští respondenti hodnotili všechny země kromě své vlastní

* Takto jsou označeny země, jež byly do průzkumu NBISM nově zařazeny v roce 2017. Dále - Kuba, Írán a Kazachstán byly hodnoceny v roce 2016, ale v roce 2017 nikoli.

Kdo je Simon Anholt

Simon Anholt je přední uznávanou světovou autoritou pro oblast zjišťování reputace a identity jednotlivých zemí. Profesor Anholt byl místopředsedou UK Government's Public Diplomacy Board a nyní pracuje jako nezávislý politický poradce šéfů vlád více než 50 zemí. Anholt vypracoval v roce 2005 metodiku Nation Brands IndexSM a City Brands IndexSM.

Podrobnější informace naleznete na našem webu www.GfK.com/cz nebo nás můžete sledovat na Twitteru: https://twitter.com/GfK_Czech