

Nederland behoudt sterke reputatie in het buitenland

Gastvrijheid cruciaal voor reputatie, toerisme en export

Rotterdam, 7 september 2012 – Nederland staat in de top 10 van landen met de beste reputatie. Dit blijkt uit de 2012 Country RepTrak™ van het Reputation Institute, een jaarlijks onderzoek naar de reputatie van 50 landen. Met een score van 69.52 (van de 100) staat Nederland op de 10^e plaats en daarmee houden we onze buurlanden Duitsland en België en de populaire Europese vakantiebestemmingen als Frankrijk, Italië en Spanje achter ons. Voor het tweede opeenvolgende jaar eindigt Canada op de eerste plaats met een score van 77.77, gevolgd door Australië en Zweden.

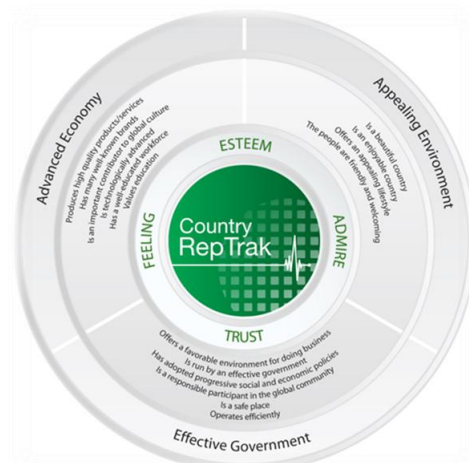
Meer dan 36.000 mensen in de G8 landen zijn gevraagd in welke mate ze affiniteit hebben met een land, een land vertrouwen, bewonderen en waarderen. Daarnaast is hen gevraagd om landen te beoordelen op 16 aspecten, die bepalend zijn voor een hoge of lage reputatie. Deze aspecten hebben betrekking op de fysieke schoonheid van een land, maar ook het ondernemingsklimaat en hoe effectief het land bestuurd wordt.

Nederland blijkt een goede reputatie te hebben in de G8 landen. Net als in 2011 houdt Nederland de 10^e positie op de ranglijst. Vooral de Britten blijken positief te zijn over Nederland. Goed voor onze handelspositie en toerisme is dat onze Duitse burens Nederland ook een mooi land vinden en zeer positief zijn over ons economische klimaat en bestuur. Onder Japanners heeft Nederland een minder goede reputatie.

Nederland blijkt een goed en vooral breed reputatieplatform te hebben. De G8 landen vinden Nederland niet alleen een mooi en veilig land met een aantrekkelijke levensstijl en vriendelijke en goedopgeleide mensen, maar ook een land dat effectief bestuurd wordt, bijdraagt aan de wereldwijde gemeenschap en een goed economische klimaat heeft. “Een breed reputatieplatform is cruciaal” volgens Professor Cees van Riel, oprichter en partner van het Reputation Institute. “Even een mindere presentatie op een van de aspecten vormt dan geen groot risico voor de reputatie van ons land”.

De goede reputatie en een breed reputatieplatform zorgen er ook voor dat Nederland in de top 10 staat van de meest populaire landen die men wil bezoeken, waar men wil wonen en werken of in wil investeren. “En dat is natuurlijk het uiteindelijke doel”, aldus Van Riel. “Reputatie is uiteraard geen doel op zich. Het gaat erom wat het oplevert. De studie toont aan dat landen een aanzienlijk rendement kunnen halen als ze systematisch werken aan hun reputatie.”

Van de 16 aspecten blijken de vriendelijkheid en gastvrijheid van mensen en de veiligheid van een land de belangrijkste aanjagers te zijn voor de reputatie van een land. En hier scoort Nederland goed op (9^e plaats). Opvallend is dat de factor “vriendelijkheid en gastvrijheid” niet alleen bepalend is voor de reputatie en het aantrekken van toeristen, maar ook een grote invloed heeft op de bereidheid van mensen om producten van een land te kopen. Dus het creëren van een gastvrije omgeving voor buitenlanders doet meer dan toeristen aantrekken; het verhoogt ook het exportpotentieel van een land. Van Riel’s advies aan Nederland is dan ook om de reputatie als gastvrij land hoog te houden.



Voor het tweede jaar op een rij, is Canada met de beste reputatie als winnaar uit het onderzoek gekomen. Canada's triomf kan worden toegeschreven aan de robuuste scores op alle aspecten. Zo wordt het gezien als het mooiste en het veiligste land, met de aardigste mensen, maar ook als een land met een effectief bestuur en goed ondernemingsklimaat. Canada wordt gevolgd door Australië, Zwitserland, Zweden en de andere Scandinavische landen, die allen bekend staan om hun stabiliteit, solide democratieën, hoge BNP en sterke sociale infrastructuur. Economische grootmachten als China en de VS staan aanzienlijk lager in de lijst met respectievelijk een 43^e en 23^e plaats.

De Eurocrisislanden Italië en Griekenland laten de grootste dalingen in score en ranking zien. Uitzondering is Spanje die haar positie handhaaft dankzij haar brede reputatieplatform. Dit laat zien dat een gastvrij land met een breed reputatieplatform niet direct wordt afgestraft als een van de aspecten minder gaat, in dit geval het economische klimaat.

Rank	Country	Country RepTrak™ Pulse	Rank	Country	Country RepTrak™ Pulse
1	Canada	77,77	26	Poland	51,85
2	Australia	75,21	27	Argentina	51,38
3	Sweden	75,16	28	Taiwan	51,13
4	Switzerland	74,78	29	UAE (incl. Abu Dhabi & Dubai)	50,61
5	Norway	73,90	30	Puerto Rico	49,17
6	New Zealand	72,94	31	South Korea	47,78
7	Finland	72,05	32	Chile	47,57
8	Denmark	71,72	33	South Africa	47,53
9	Austria	70,55	34	Mexico	45,51
10	the Netherlands	69,52	35	Haiti	44,80
11	Germany	66,32	36	Venezuela	44,47
12	Japan	66,25	37	Turkey	44,38
13	Belgium	65,74	38	Greece	43,33
14	United Kingdom	65,71	39	Egypt	43,19
15	Ireland	65,68	40	Israel	42,97
16	Spain	63,38	41	Bolivia	41,97
17	France	61,16	42	Ukraine	41,79
18	Italy	59,00	43	China	39,72
19	Portugal	57,09	44	Colombia	37,46
20	Singapore	56,67	45	Russia	36,77
21	Brazil	55,39	46	Saudi Arabia	36,74
22	Thailand	53,95	47	Nigeria	31,54
23	USA	53,94	48	Pakistan	26,59
24	Peru	53,37	49	Iran	21,34
25	India	51,93	50	Iraq	20,32

Over het Reputation Institute

Reputation Institute is een internationaal onderzoeks- en adviesbureau op het gebied van reputatiemanagement. Opgericht in 1997, met een aanwezigheid in 30 landen, Reputation Institute is de pionier in reputatiemanagement. Door middel van systematisch onderzoek en analyse, ondersteunt het Reputation Institute wereldwijd organisaties, landen en steden bij reputatievraagstukken en bij het bouwen en managen van hun reputatie. Voor meer informatie, bezoek: www.reputationinstitute.com.