



Imaginea românilor și a României în Germania

2006

www.publicinfo.ro



Imaginea României în Germania

Metodologie

- **Grupul țintă:** populația peste 16 ani din Germania.
- **Mărimea eșantionului:** 1,116 respondenți.
- La un nivel de încredere de 95%, **eroarea maximă de eșantionare** pentru un eșantion de 1,116 este de +/-3%.
- **Metoda de eșantionare:** eșantion probabilist, stratificat, bistadial.
- **Criterii de stratificare:** regiune (16 provincii grupate în 8 regiuni Nielsen) și gradul de urbanizare (6 categorii de localități).
- **Reprezentativitate:** națională, pentru populația cu vârsta peste 16 ani.
- **Culegerea datelor din teren:** 5 mai – 6 iunie 2006.
- Culegerea datelor de pe teren a fost realizată de către **Mercury Research (România)** și **Confield Research (Germania)**.



Imaginea României în Germania

Rezultate principale

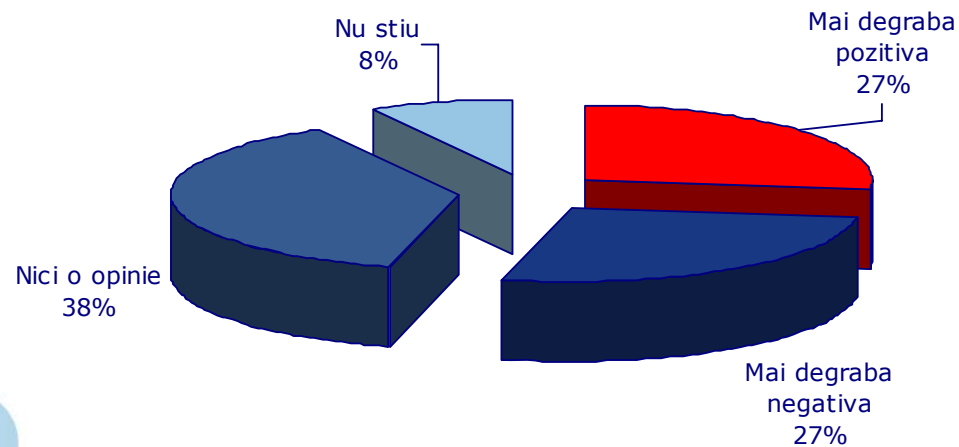
- Pentru 46% dintre germani România este o țară necunoscută; este un neajuns, dar și un avantaj întrucât există spațiu pentru definirea unor elemente de imagine dezirabile;
- Imaginea **Romaniei** în Germania este polarizată: un număr relativ egal de cetățeni are o **imagine pozitivă** (27%) și respectiv **negativă** (27%) despre România. Totuși, cei mai mulți (aproape jumătate) nu au nici o opinie sau sunt nehotărâți, în ceea ce privește țara noastră;
- Cei care au citit, au văzut sau au auzit știri despre România în ultimele 6 luni tind să aibă o imagine mai bună a țării decât cei care nu au avut nici un astfel de contact media.



Imaginea României în Germania

Pe ansamblu, aveți o părere mai degrabă pozitivă, mai degrabă negativă, sau nu aveți nici o opinie despre România?

Rezultate principale





Imaginea României în Germania

Rezultate principale

- Cetățenii germani care au intrat în contact cu un român, au cumparat un produs fabricat în România sau au călătorit în România au o imagine mai bună despre țara noastră și despre emigranții români decât cei care nu au avut un astfel de contact;
- Principalele caracteristici ale României în opinia germanilor sunt: **țară săracă, care a avut mult de suferit, dar cu peisaje frumoase**. Românii sunt percepuți ca **ospitalieri** și **modești** dar și ca **înapoiți**;
- Cei mai multi dintre germani nu au putut indica o **personalitate românească** cunoscută (61%). Ceilalți au amintit de **Ceașescu (22%), Peter Maffay* (7%), Ion Țiriac (7%), Nadia Comăneci (6%), Dracula (4%)**.

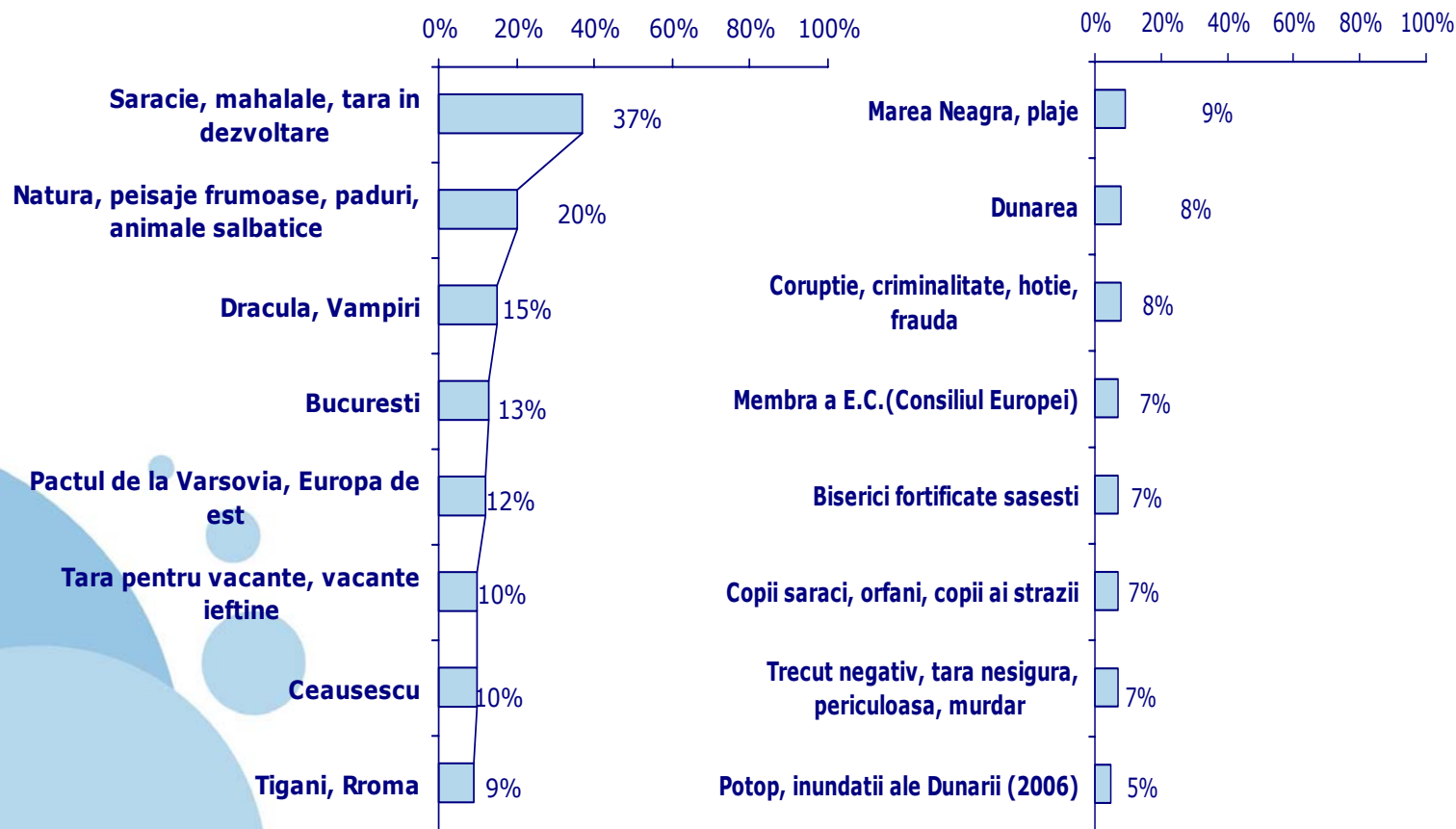


Imaginea României în Germania

Mențiuni spontane despre România

Care este primul lucru care vă vine în minte când vă gândiți la România?

Rezultate principale

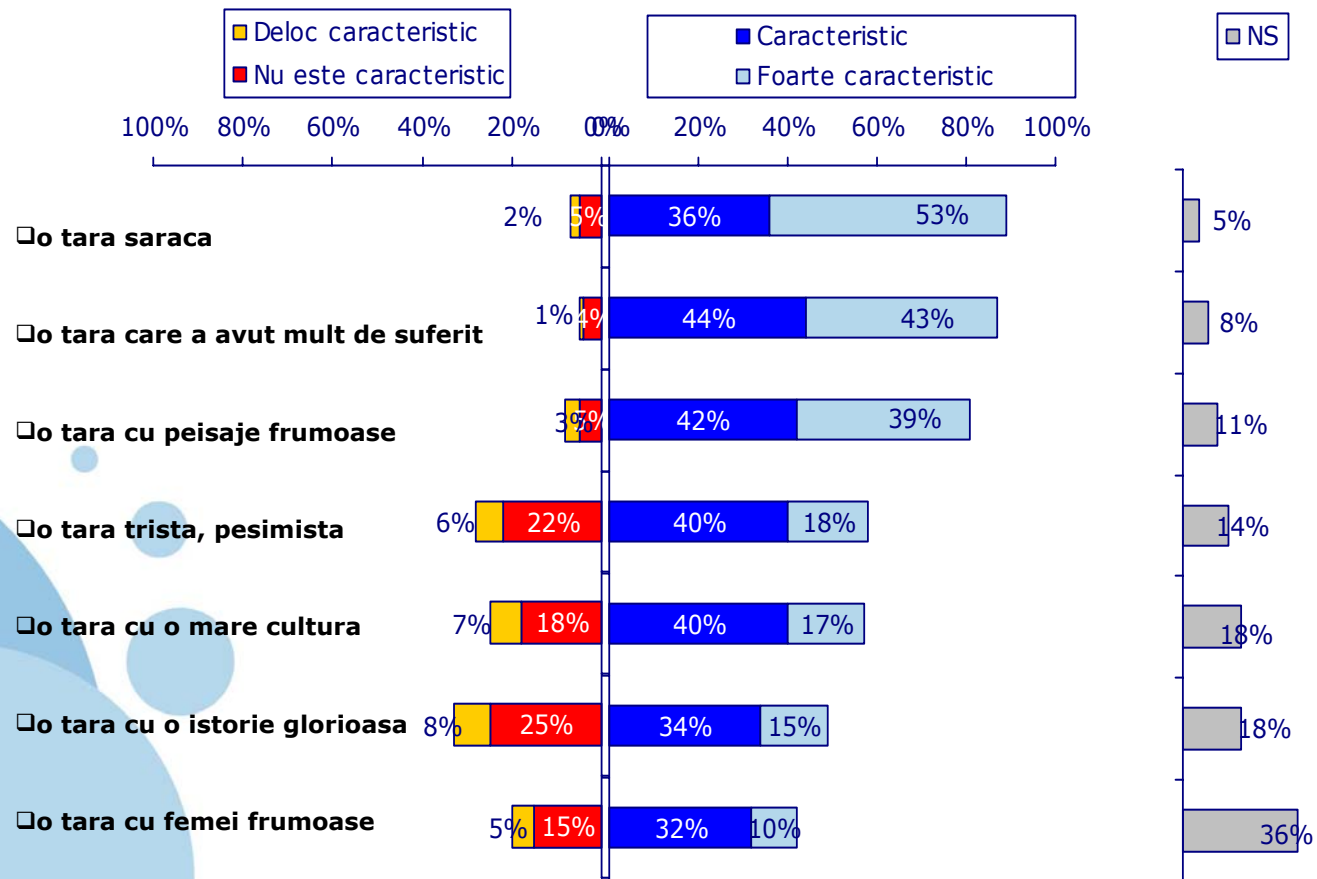




Imaginea României în Germania

Trăsături ale României

În ce măsură credeți că aceste trăsături sunt caracteristice României?



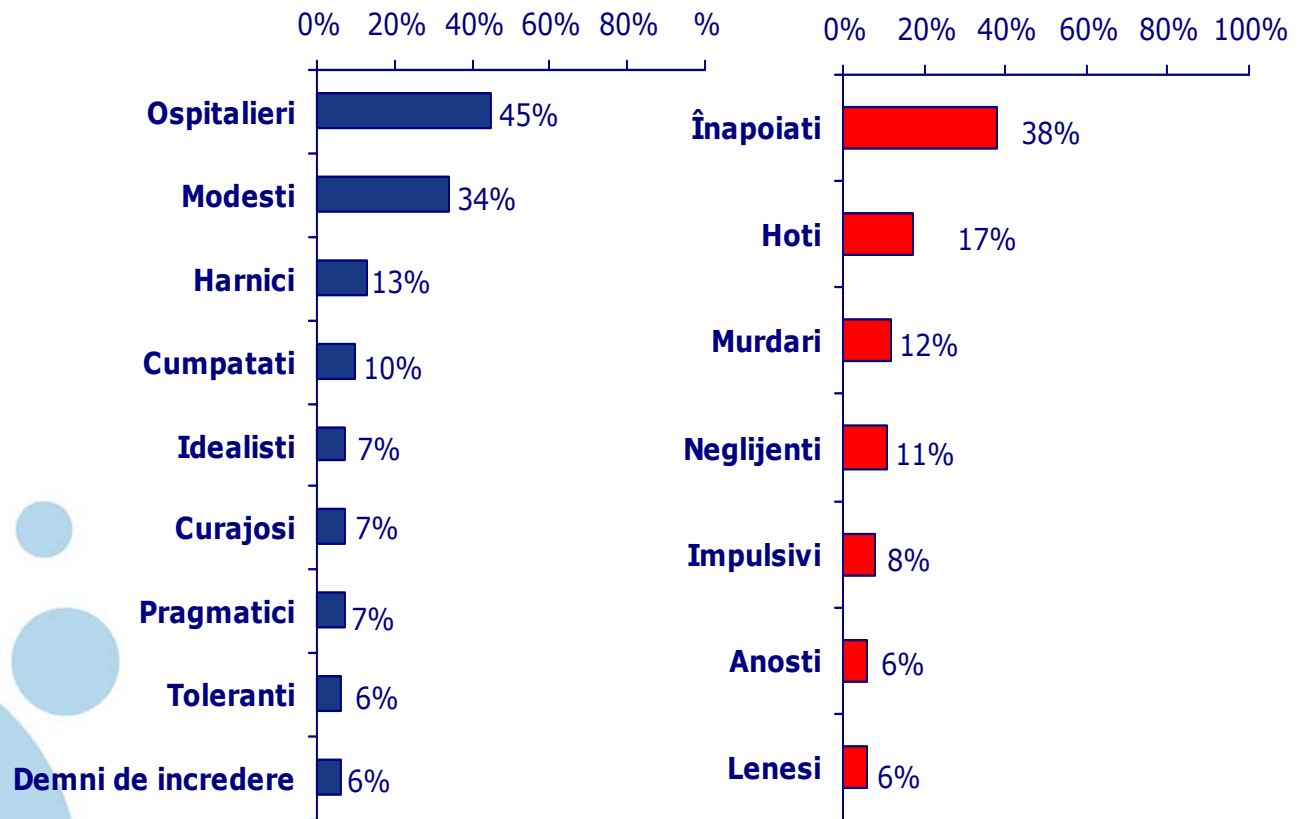
Rezultate principale



Imaginea României în Germania

Trăsături ale românilor

Din următoarea lista cu calități umane, care credeți că sunt cele trei care îi caracterizează cel mai bine pe români? 100

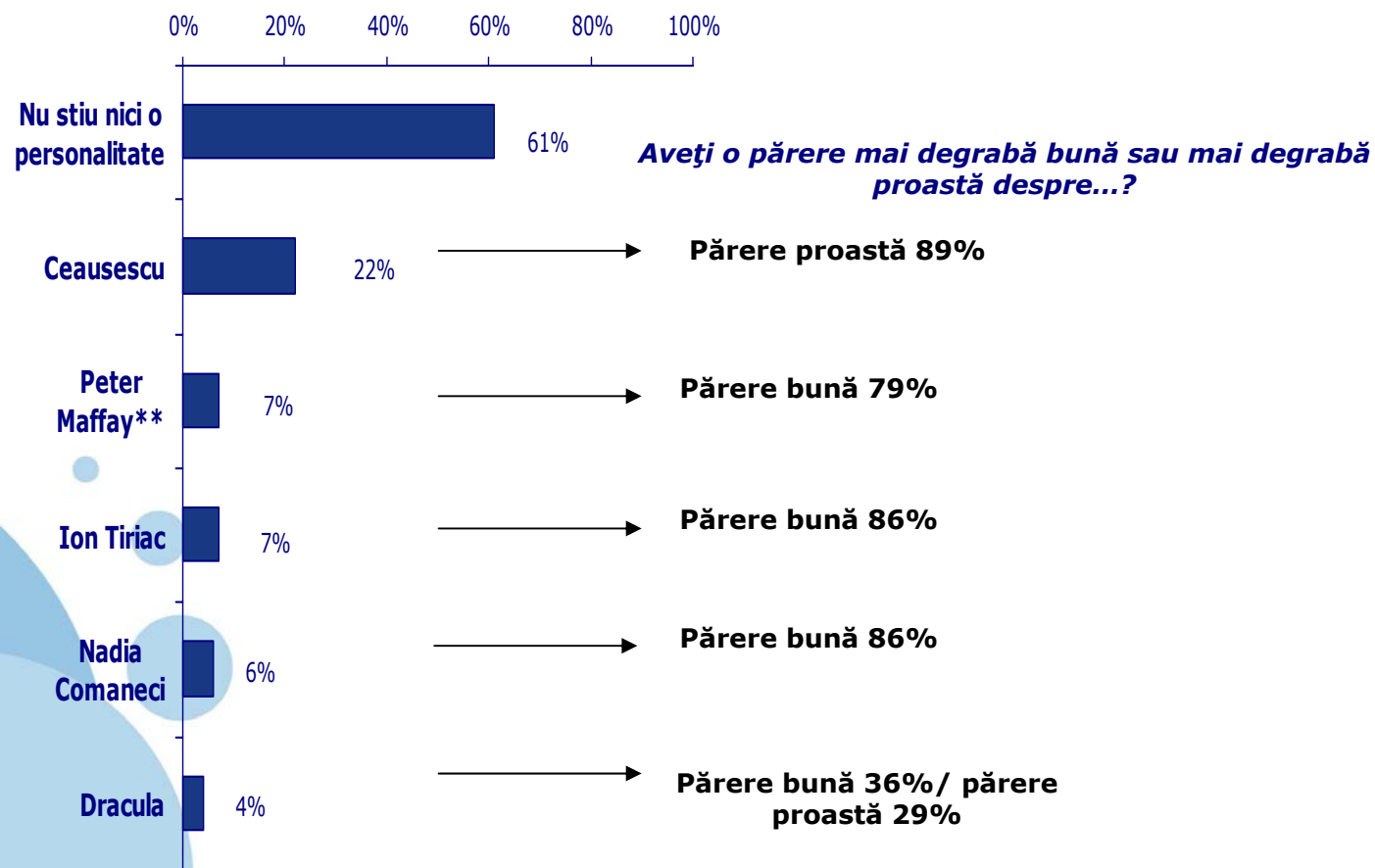


Rezultate
principale



Imaginea României în Germania

Personalități românești cunoscute în Germania și atitudinea față de acestea



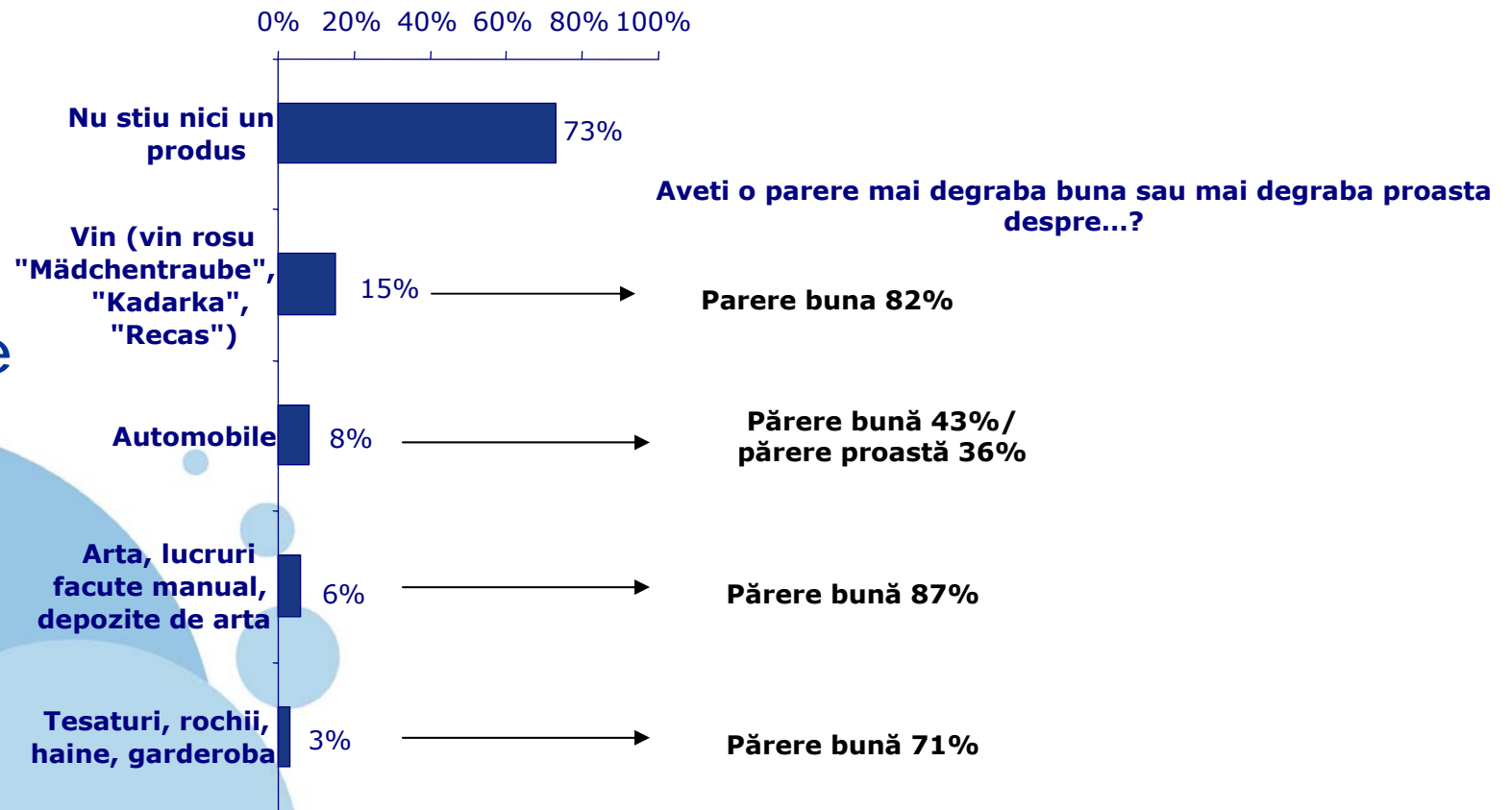
Rezultate principale



Imaginea României în Germania

Produse/ Mărci românești și atitudinea față de acestea – mențiuni spontane

Rezultate principale





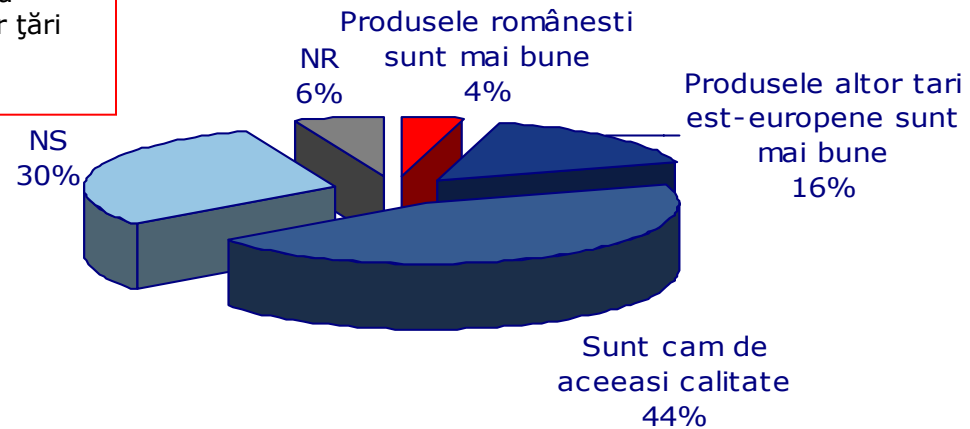
Imaginea României în Germania

Comparatie între produsele românești și cele ale altor țări est-europene

Comparativ cu produsele din alte țări est-europene, cum apreciați în general produsele românești?

- ✓ 4 din 10 germani consideră produsele românești de o calitate similară iar 4 din 10 nu se pot pronunța.
- ✓ Ceilalți germani tind să perceapă produsele altor țări mai bune decât cele românești.

Rezultate principale





Imaginea României în Germania

Rezultate principale

- Persoanele cu un capital de informație mai sărac privind România o resping ca destinație turistică, asociind-o unui grad de securitate redus;
- **Profilul persoanelor care consideră că România nu poate garanta securitatea personală:** vârstă medie, persoane de sex feminin, educație primară, ocupații în sectorul secundar sau pe palierul administrativ II, venit mediu. De remarcat că majoritatea persoanelor din această categorie manifestă o atitudine de respingere față de imigranții români.

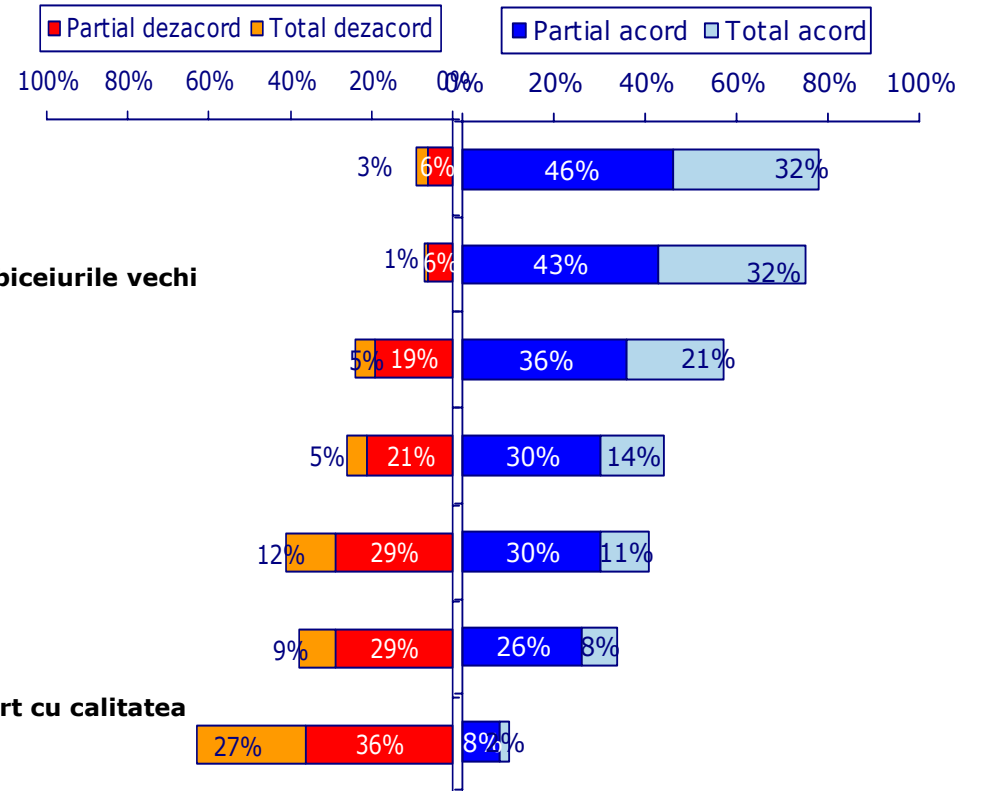


Imaginea României în Germania

Caracteristicile României ca destinație turistică

Rezultate principale

- O tara cu peisaje deosebite
- O tara în care s-au pastrat traditiile si obiceiurile vechi
- O tara cu obiective turistice deosebite
- Nu te poti plictisi ca turist
- O tara sigura pentru turisti
- Ofera servicii de calitate în turism
- Destinatie turistica prea scumpa în raport cu calitatea serviciilor





Imaginea României în Germania

Rezultate principale

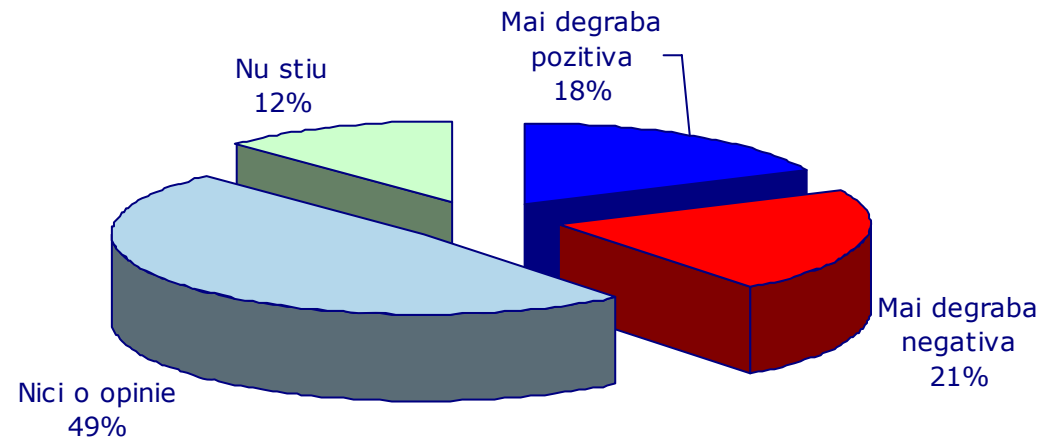
- **20.7% din totalul populației manifestă o atitudine de respingere față de imigranții români;**
- **O analiză regională a acestui item indică un potențial de respingere al imigranților mult peste medie în Brandenburg, Thringen, Berlin, Saarland, Nordrhein Westfalen și Rheinland Pfalz.**



Imaginea României în Germania

În Germania sunt mulți imigranți români veniți la muncă. Pe ansamblu, aveți o părere mai degrabă pozitivă, mai degrabă negativă, sau nu aveți nici o părere despre muncitorii români din Germania?

Rezultate principale



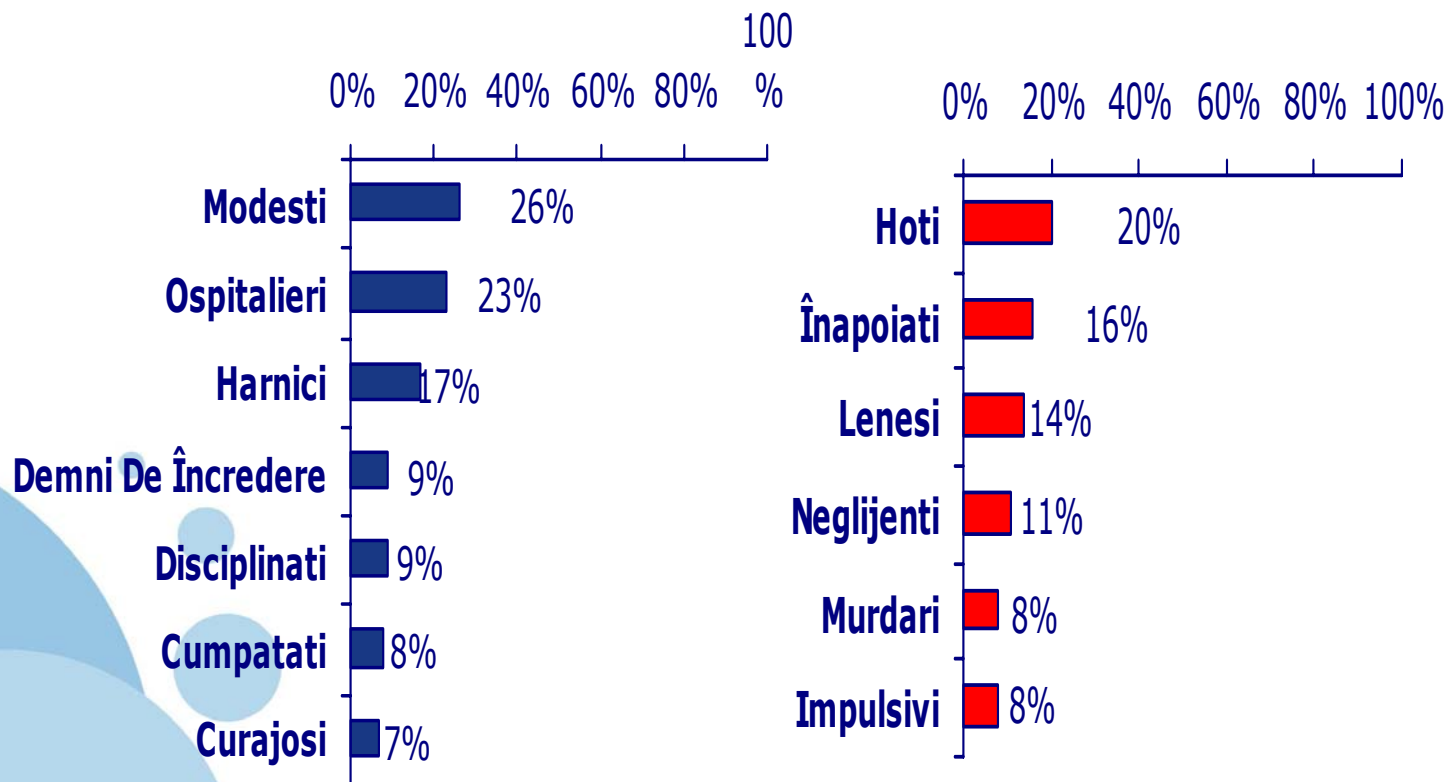


Imaginea României în Germania

Trăsături ale românilor imigranți

Din următoarea listă cu calități umane, care credeți că sunt cele trei care îi caracterizează cel mai bine pe românii din Germania?

Rezultate principale



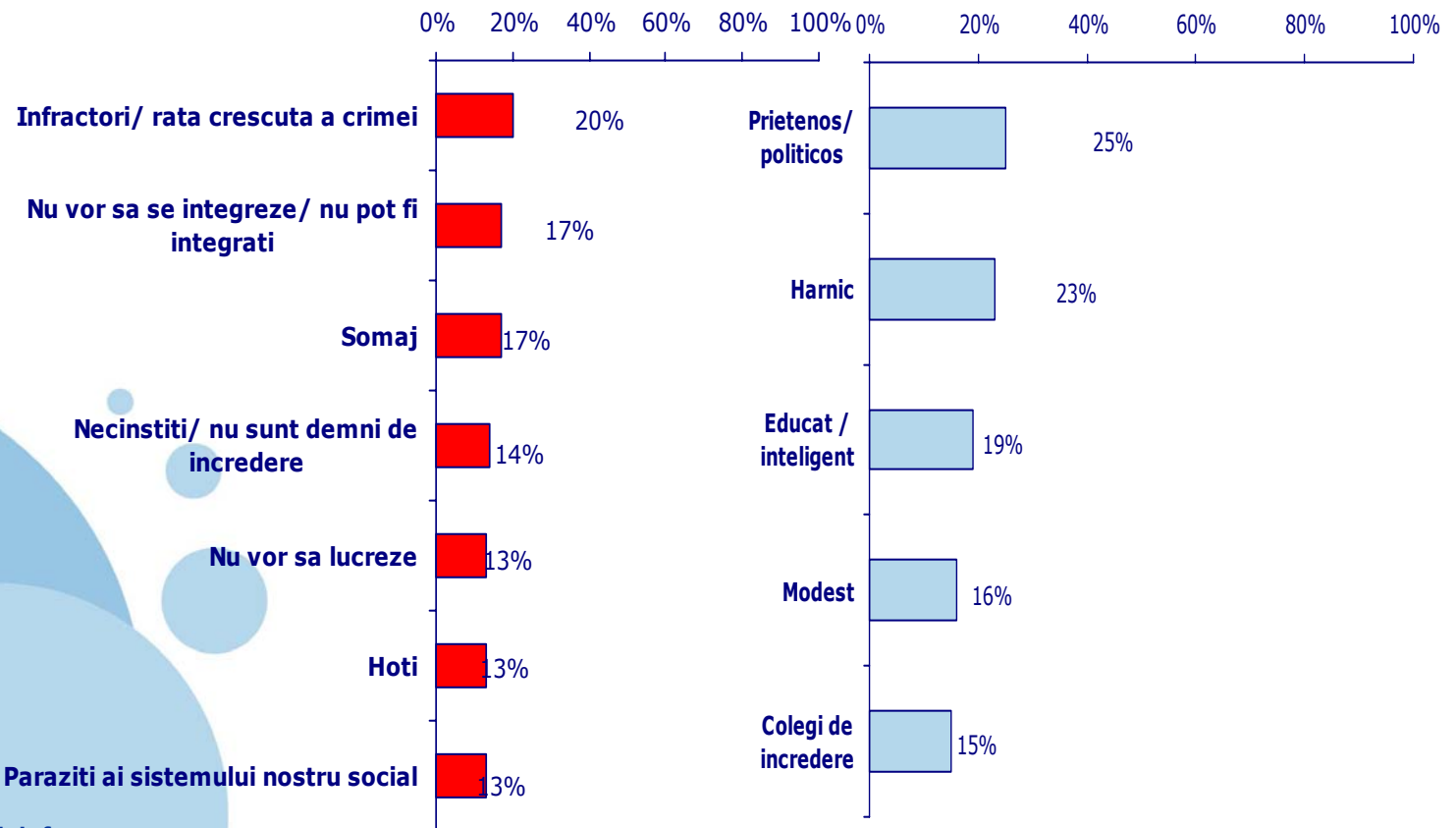
*Trăsături menționate de peste 3% dintre respondenți. "Nu știu" – 14%



Imaginea României în Germania

Motivele unei atitudini pozitive sau negative față de imigranții români

De ce anume aveți o părere mai degrabă pozitivă/negativă despre imigranții români din Germania?



Rezultate principale



Imaginea României în Germania

- Brandul ROMÂNIA, pentru germanii care au o părere despre țara noastră, are ca nucleu următoarele elemente identitare:

pozitiv	negativ
<ul style="list-style-type: none">• Români sunt ospitalieri și modești• Țară cu un cadru natural deosebit (peisaje frumoase, natura, munții, animalele sălbatice)• Vinul bun, produse de artizanat și produse agricole bune• Ion Țiriac, Nadia Comăneci, Peter Maffay (compozitor de muzica rock născut în Brașov în 1949)	<ul style="list-style-type: none">• Sărăcie• Oameni înapoiați• Produse ieftine, de calitate scăzută, depășite dpv tehnic• Ceaușescu• Țară care oferă siguranță personală redusă

Rezultate principale



Imaginea României în Germania

Rezultate principale

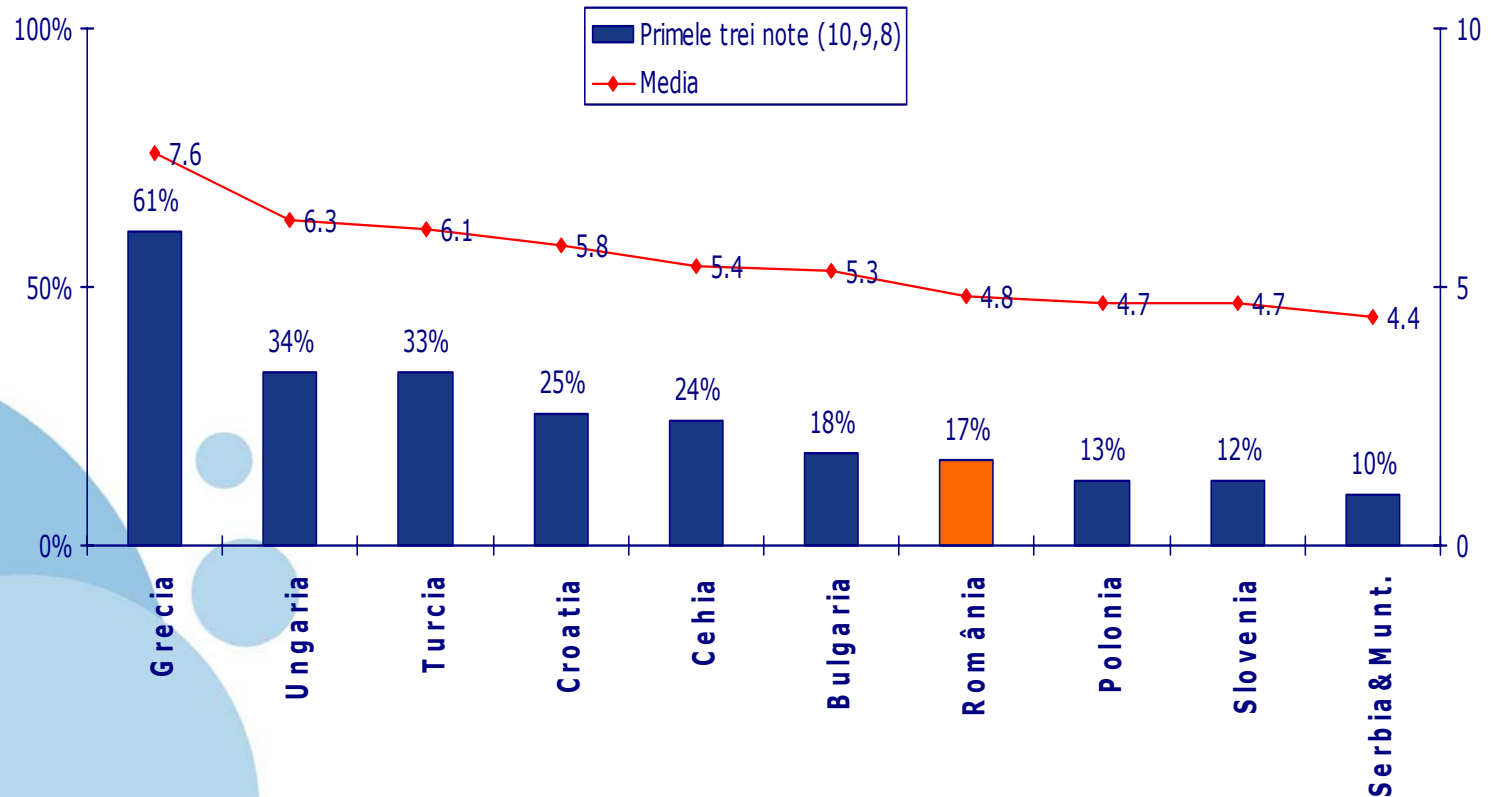
- În general există un interes crescut din partea germanilor pentru Europa de Est. 60% dintre aceștia au călătorit în ultimii 5 ani în cel puțin o țară din Europa Centrala și de Est;
- **Turcia** și **Grecia** sunt principalele destinații din Europa de Est, vizitate de aproximativ o treime din germani în ultimii 5 ani. Cehia (22%), Polonia (15%) și Ungaria (15%) au atras procente mai mici de vizitatori;
- **România** este în același eșalon cu **Slovenia** și **Polonia**, având indicatori ai simpatiei și atractivității turistice reduse în rândul cetățenilor germani.



Imaginea României în Germania

Nivelul de atractivitate al altor țări est-europene

Pe o scală de la 1 la 10, unde 1 înseamnă deloc atractivă, iar 10 – extrem de atractivă, cât de atractive vi se par următoarele țări ca destinație turistică?



Rezultate principale

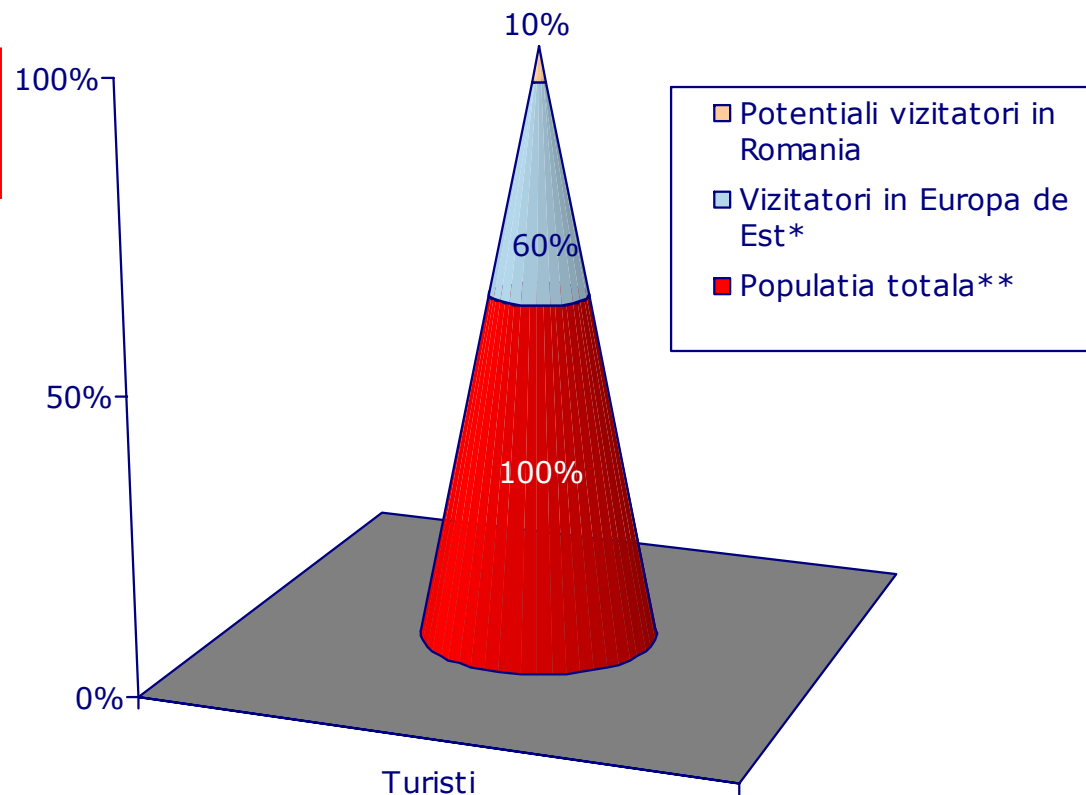


Imaginea României în Germania

Piața germană de turism est european

✓ Germanii sunt mari consumatori de turism: 60% din populația Germaniei a vizitat în ultimii 5 ani cel puțin o țară din Europa de Est

Rezultate principale



*Persoane care au calatorit in ultimii 5 ani in cel putin una din urmatoarele tari: Bulgaria, Cehia, Croația, Grecia, Polonia, România, Serbia și Muntenegru, Slovenia, Turcia, Ungaria

**Persoane peste 16 ani: 68,5 milioane



Imaginea României în Germania

- Principalele destinații turistice care interesează germanii în ce privește România sunt: **București, Delta Dunării, Castelul lui Dracula, orașele medievale din Transilvania, stațiunile balneo-climaterice, situri arheologice antice, mănăstirile din Moldova și satele românești tradiționale – în această ordine.**

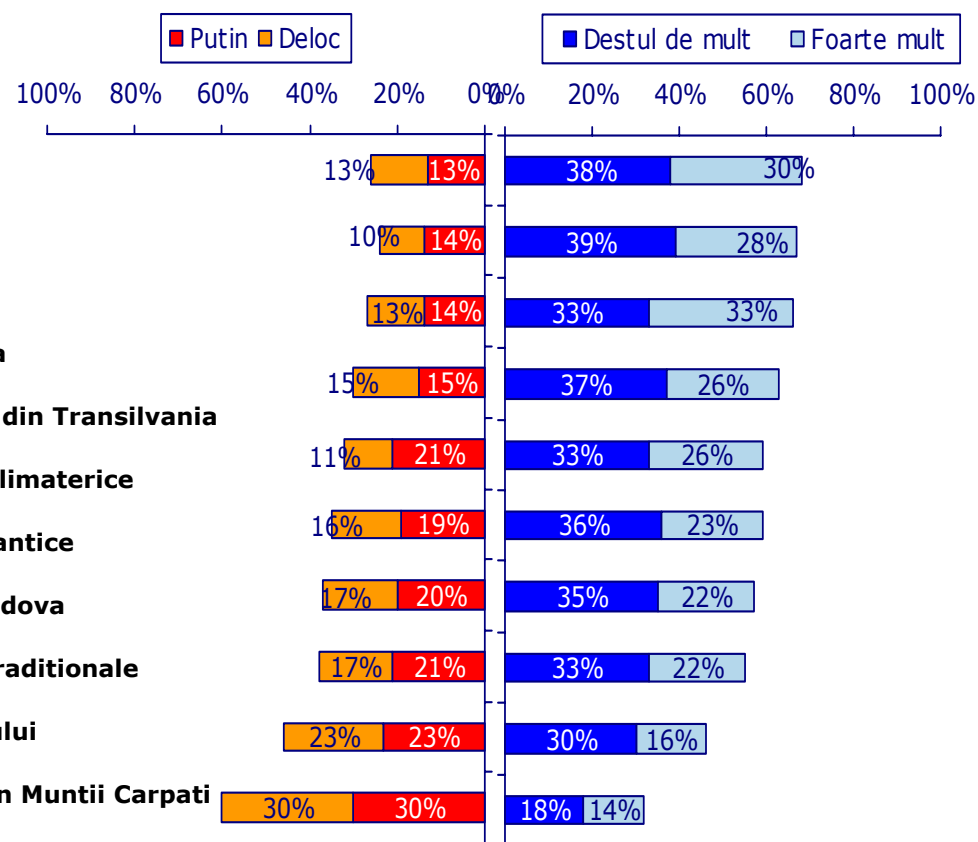
Rezultate
principale



Imaginea României în Germania

Destinații turistice în România

Cât de mult va atrage ideea de a vizita următoarele locuri din România?



Rezultate
principale



Imaginea României în Germania

- România este pentru mulți germani o țară cu **peisaje frumoase, păduri neatinse, natură, animale sălbatice**;
- Este de asemenea percepută ca păstrând **vechile tradiții și obiceiuri**;
- Românii sunt considerați **ospitalieri, harnici**;
- **Vinul românesc, produsele de artizanat și produsele agricole** sunt apreciate de către germani;
- Există **destinații turistice atractive** precum: *București, Delta Dunării, Castelul lui Dracula, orașele medievale din Transilvania, mănăstirile din Moldova și satele românești tradiționale*;
- Cei care declară că ar vizita România pe viitor sunt atrași de ideea de a locui într-o **pensiune familială**;
- **România are – incluzând elementele pozitive recunoscute de mulți germani - atuuiri importante care îi poate motiva pe aceștia să viziteze țara noastră: o moștenire culturală bogată și importantă (tradiții, obiceiuri, meșteșuguri românești), Delta Dunării, mănăstirile din Moldova și satele românești tradiționale, Bucureștiul interbelic – una din cele mai moderne capitale europene din acea vreme, țară care în prezent oferă un grad ridicat de siguranță cetățenilor români și străini, aflată în plin avânt economic**;

Puncte tari



Imaginea României în Germania

Puncte slabe

- România este percepută ca o **țară săracă, nedezvoltată, cu o infrastructură precară**. Din punct de vedere turistic **nu are servicii de calitate și nu prezintă siguranță**;
- Românii sunt percepuți ca **înapoiți**;
- Există **puțină informație despre personalitățile românești** de marcă, marea majoritate a cetățenilor germani nefiind familiari cu acestea;
- De asemenea majoritatea cetățenilor germani nu cunosc produse sau mărci specifice României;
- Produsele românești sunt în general considerate **ieftine, de calitate scăzută, depășite din punct de vedere tehnologic, fără un ambalaj atrăgător**;
- România este **mai puțin atractivă** decât alte destinații din Europa de Est (Grecia, Turcia, Ungaria, Croația, Cehia și Bulgaria);
- Piața potențială redusă (doar 10% ar vizita România în următorii 2 ani).