

Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik

Suchabfrage **20.04.2024**

Thema **Politische Grundfragen**
Schlagworte **Finanzplatz, Recycling, Allgemeiner Umweltschutz**
Akteure **Keine Einschränkung**
Prozesstypen **Keine Einschränkung**
Datum **01.01.1965 - 01.01.2023**

Impressum

Herausgeber

Année Politique Suisse
Institut für Politikwissenschaft
Universität Bern
Fabrikstrasse 8
CH-3012 Bern
www.anneepolitique.swiss

Beiträge von

Buchwalder, Mathias
Bühlmann, Marc
Hirter, Hans
Ziehli, Karel

Bevorzugte Zitierweise

Buchwalder, Mathias; Bühlmann, Marc; Hirter, Hans; Ziehli, Karel 2024. *Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik: Politische Grundfragen, Finanzplatz, Recycling, Allgemeiner Umweltschutz, 2003 - 2022*. Bern: Année Politique Suisse, Institut für Politikwissenschaft, Universität Bern. www.anneepolitique.swiss, abgerufen am 20.04.2024.

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Chronik	1
Grundlagen der Staatsordnung	1
Politische Grundfragen	1
Image der Schweiz im Ausland	1
Stimmung in der Bevölkerung	3

Abkürzungsverzeichnis

FIFA	Fédération Internationale de Football Association
EDA	Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten
WEF	World Economic Forum
ZHAW	Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
NBI	Nation Brands Index

FIFA	Fédération Internationale de Football Association
DFAE	Département fédéral des affaires étrangères
WEF	World Economic Forum
ZHAW	Haute école des sciences appliquées de Zürich
NBI	Nation Brands Index

Allgemeine Chronik

Grundlagen der Staatsordnung

Politische Grundfragen

Image der Schweiz im Ausland

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 01.02.2011
MARC BÜHLMANN

Die vom New Yorker Konsumentenforschungsinstitut GfK jährlich durchgeführte Studie zum **Image** von 50 Ländern weist die Schweiz auf Rang 8 aus. Das EDA bezeichnet diesen Rang in Anbetracht der negativen Schlagzeilen zur UBS-Affäre als ausgezeichnetes Ergebnis. Als grösste Stärken der Schweiz betrachtet die Studie das Engagement für die Umwelt, die Lebensqualität und die Respektierung politischer Rechte. Hingegen scheint das Image der Bevölkerung von einigen Ländern eher negativ beurteilt worden zu sein. In Deutschland, Frankreich, der Türkei und Ägypten rutschte dieser Indikator im Vergleich zum Vorjahr stark ab. Dies dürfte auf die auch international stark wahrgenommenen Abstimmungsresultate – etwa zur Minarettinitiative – zurückzuführen sein. Angeführt wird die Rangliste von den USA, Deutschland und Frankreich.¹

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 31.12.2015
MARC BÜHLMANN

In ihrem Jahresbericht stellte **Präsenz Schweiz** (PRS), welche ein Monitoring der Wahrnehmung der Schweiz im Ausland zum Auftrag hat, fest, dass das Land über ein gutes Image verfüge. Diesen Befund stützt PRS einerseits auf den Nation Brand Index, der auf der Basis von Befragungen die Wahrnehmung von 50 Ländern misst. Andererseits analysiert PRS die Berichterstattung wichtiger ausländischer Leitmedien über die Schweiz. Gemäss dem Nation Brand Index belegt die Schweiz im internationalen Image-Vergleich Rang 8. Am besten schneiden laut diesem Index die USA, Deutschland und Grossbritannien ab. Gemessen werden unterschiedliche Dimensionen, wobei die Schweiz in der Dimension Regierungskompetenz, Respektierung der Bürgerrechte, Frieden- und Sicherheitspolitik, Umweltpolitik sowie Lebensqualität von allen Ländern am besten beurteilt wird. Ein weniger gutes Image hat die Schweiz hingegen hinsichtlich Kultur und Sport, der Dynamik der Städte und dem Angebot an historischen Attraktionen. Aber auch in diesen Bereichen ist sie in den besten 20 Ländern klassiert.

In den internationalen Medien wurde insbesondere im Rahmen des FIFA-Skandals über die Schweiz berichtet. Einige Aufmerksamkeit erhielt die Eidgenossenschaft auch aufgrund der Aufhebung des Euro-Mindestkurses. Während sich ersteres laut PRS wohl nicht negativ auf das Bild der Schweiz im Ausland auswirken werde, berge der starke Franken über längere Zeit ein imageschädigendes Potenzial, da dieser in den Medien als Schwächung des Wirtschaftsstandortes Schweiz kommentiert werde. Für sportliche Schlagzeilen sorgte Stan Wawrinka mit dem Sieg am French Open. Die Schweiz werde als Tennis-Nation wahrgenommen, über die äusserst positiv berichtet werde. Die Politik stand 2015 wesentlich weniger im Fokus der ausländischen Medien; ganz im Gegensatz zu 2014, wo über den Finanzplatz und die Abstimmung zur Masseneinwanderungsinitiative sehr stark und eher negativ berichtet worden war. Ausnahme bildeten 2015 die eidgenössischen Wahlen. Der Wahlsieg der SVP sei in den internationalen Medien vorwiegend als Reaktion der Schweizer Wahlbürgerinnen und Wahlbürger auf die Flüchtlingskrise interpretiert worden.²

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 03.03.2017
KAREL ZIEHLI

D'après une étude réalisée par Expat Insider, **la Suisse perd petit à petit son aura auprès des expatriés**. Alors qu'elle était aux avant-postes du classement en 2014, y prenant la quatrième place, la Suisse dégringole, cette année, au 31ème rang sur un total de 67 pays. Cela est, en partie, dû aux difficultés que les expatriés rencontrent en termes d'intégration et de coût de la vie. 67% des expatriés interrogés considèrent qu'il est difficile de se lier avec des Suisses. A noter toutefois qu'en ce qui concerne l'environnement et l'éducation des enfants, la Confédération reste dans le top trois des pays les plus attractifs.³

Le Conseil fédéral a approuvé le 18 décembre 2020 la nouvelle stratégie de communication internationale 2021-2024, qui fixe notamment de **nouvelles directives sur le sponsoring**. Ces changements font suite à la large incompréhension suscitée par le partenariat entre le Département fédéral des affaires étrangères et l'entreprise Philip Morris. En effet, la multinationale active dans le domaine du tabac devait être l'un des partenaires principaux du pavillon suisse à l'exposition universelle de Dubaï. Une telle collaboration ne sera désormais plus possible, selon le conseiller fédéral Ignazio Cassis. Avec ces directives, le DFAE veut mettre l'accent sur «un transfert d'image positif entre la Suisse officielle et les entreprises suisses concernées», ce qui n'était visiblement pas le cas avec Philip Morris. Dans un souci de transparence, le DFAE citera tous les partenariats de sponsoring dans lesquels il est engagé et mettra ces informations à disposition du public. Les projets de collaboration seront examinés au cas par cas, le but étant d'éviter au maximum les dégâts d'image. Ces nouvelles règles sont valables non seulement pour la participation de la Suisse à de grandes manifestations internationales, mais aussi pour les ambassades et consulats.

Plus globalement, la stratégie de communication internationale présentée en décembre s'articule autour de cinq axes: innovation, économie, relations Suisse-Europe, place financière suisse et durabilité. Il s'agit de présenter les points forts de la Suisse, pour préserver ses intérêts à l'étranger, notamment au moyen de plateformes de communication et de réseautage appropriées.

Dans la presse se posait la question de la difficulté à définir quelles entreprises risquaient de causer un dégât d'image en cas de partenariat. Pour l'Aargauer Zeitung, il n'y a pas de «gentilles firmes et méchantes firmes». Le sénateur schaffhousois Thomas Minder (indépendant, SH) a lui déposé le 15 décembre 2020 une initiative parlementaire demandant l'interdiction pure et simple pour la Confédération d'accepter des parrainages. L'initiative n'a pas encore été traitée par les chambres fédérales.⁴

D'après le rapport de **Présence Suisse, l'image de la Suisse à l'étranger en 2020** est restée «stable et bonne», comme en 2019. La crise du Covid-19 a certes impacté l'intérêt suscité par le pays dans les médias étrangers, qui se sont avant tout focalisés sur la situation sur leur propre territoire et dans les pays les plus touchés. Cela n'a cependant pas empêché la Suisse de tirer son épingle du jeu à l'occasion de divers événements. Par ailleurs, la perception globale de la Suisse par la population étrangère demeure positive, comme l'indique son septième rang au Nation Brands Index (NBI), ce qui en fait le premier pays de taille moyenne. À l'aide de plusieurs indicateurs, cet index évalue l'attractivité et les atouts de 50 pays selon la manière dont ils sont perçus par la population de 20 pays du monde entier. La première place de ce classement est occupée en 2020 par l'Allemagne, devant le Royaume-Uni et le Canada. La Suisse est particulièrement reconnue pour sa haute qualité de vie, la compétence et l'honnêteté de son gouvernement, le respect des droits civiques et la justice, ainsi que pour sa politique environnementale. Elle occupe en effet le premier rang dans ces domaines. Présence Suisse note en revanche que la Suisse pourrait faire des progrès «en matière de mise en avant du patrimoine culturel, des monuments historiques, de culture contemporaine et de sport.»

Parmi les événements qui ont impacté l'image suisse de manière positive, le Forum économique mondiale de Davos (WEF) a bénéficié d'une large couverture médiatique. Si ce n'est pas la Suisse en tant que telle qui fût au centre de l'attention, mais bien plus la présence de Donald Trump et celle de la militante du climat suédoise Greta Thunberg, cela a néanmoins permis au pays «d'apparaître comme une plateforme-clé pour les échanges au niveau international». Au contraire, l'affaire Crypto, qui a attiré l'attention de la presse étrangère durant une courte période, pourrait avoir un impact négatif sur l'image suisse, et particulièrement sur ses services de bons offices, selon Présence Suisse. De manière similaire, les nombreuses discussions autour du Ministère public de la Confédération et de ses relations avec la FIFA renvoient une image négative de la justice suisse à l'étranger. Ce dossier a suscité de nombreuses critiques dans les médias d'autres pays. La place financière suisse, certaines votations populaires comme l'initiative sur les multinationales responsables et les services prodigués par la Suisse dans le cadre des relations entre l'Iran et les États-Unis furent d'autres thèmes ayant recueilli l'attention médiatique hors des frontières fédérales.

La crise du Covid-19 a évidemment cristallisé l'attention de la presse durant toute l'année 2020. Les échos ont été bons pour la Suisse durant la première vague. Le pays a dégagé une image sûre, avec une bonne gestion de la crise, qui a su protéger autant les citoyens que l'économie. Les messages de soutien projetés sur le Cervin à l'attention d'autres pays fortement touchés sur le plan sanitaire ont été largement diffusés dans les médias. Sur la page de titre de son rapport, Présence Suisse affiche un tweet du

premier ministre indien Narendra Modi, qui reprend l'image du Cervin coloré du drapeau de l'Inde et écrit sa certitude que l'humanité pourra surmonter la pandémie en la combattant de manière solidaire. Ces exemples de communication positive ont permis au tourisme suisse de se démarquer pour sa sûreté pendant l'été. L'ambiance a cependant changé avec l'arrivée de la deuxième vague. Les médias étrangers se sont étonnés du nombre élevé de cas en Suisse, et des reproches ont été adressés au pays, notamment quant à sa volonté de garder les stations de ski ouvertes pendant les fêtes de fin d'année alors que ses voisins les fermaient tous. Présence Suisse précise néanmoins qu'il faudra attendre la fin de la pandémie pour tirer un bilan définitif de ses conséquences sur l'image nationale. Le rôle que jouera l'industrie pharmaceutique suisse dans le développement du vaccin et la gestion sociale et économique globale seront probablement particulièrement scrutés à l'heure des conclusions.⁵

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 15.12.2022
MATHIAS BUCHWALDER

D'après Présence Suisse, la Suisse a gardé, en 2022, une image positive à l'internationale. Une étude réalisée auprès de 11'276 personnes dans 18 pays, montre notamment que l'impression générale donnée par la Suisse est très bonne, en comparaison à d'autres nations. Cependant, l'attitude de la Confédération face à la guerre en Ukraine lui a valu certaines critiques de la part des médias internationaux. La politique de neutralité a en particulier été écornée.

L'événement ayant attiré l'attention internationale sur la Suisse en 2021, à savoir la rencontre entre Vladimir Poutine et Joe Biden à Genève, reçus par le président de la Confédération Guy Parmelin, n'était plus qu'un lointain souvenir au moment de faire le bilan sur **l'image de la Suisse à l'étranger en 2022**. La guerre en Ukraine, qui a balayé les poignées de main aperçues à Genève, a également eu un effet sur la perception de la presse internationale envers la Confédération. Les prises de position helvétiques, notamment quant aux sanctions à prendre face à la guerre d'agression russe, ont suscité des critiques dans les médias étrangers. Au début de la guerre, la Suisse n'a pas immédiatement repris les sanctions européennes. La presse de différents pays a alors reproché à la Suisse de manquer de solidarité. Ensuite, quand Berne a repris l'intégralité des sanctions envers la Russie, certains médias ont déclaré que « la Suisse avait renoncé à sa neutralité ». Les échos étaient alors positifs, à l'image des déclarations de Joe Biden, qui clamait que « même la Suisse » (« even Switzerland ») participait aux sanctions. Néanmoins, la politique de neutralité s'est à nouveau retrouvée sous le feu des critiques lorsque la presse européenne l'a cataloguée comme un prétexte pour la Suisse afin de poursuivre ses intérêts économiques. Ces reproches ont émané suite aux hésitations quant au gel des avoirs des oligarques russes reposant dans les coffres-forts helvétiques. Enfin, la neutralité a été perçue comme une entrave à l'aide à l'Ukraine, en raison des blocages pour l'exportation de matériel de guerre. Ainsi, la neutralité constitue encore et toujours une « marque de fabrique de la Suisse », mais celle-ci est désormais plus controversée qu'auparavant, relève Présence Suisse dans la conclusion de son rapport.

De plus, au-delà des stéréotypes classiques des paysages de montagne, des montres et du chocolat, la Suisse est souvent reliée au secteur financier. En 2022, ce sont les « Suisse Secrets » qui ont fait grand bruit dans les médias étrangers. Présence Suisse relève cependant que cette affaire n'a vraisemblablement pas trop écorné l'image du pays. Enfin, un autre événement a fait les gros titres des journaux du monde entier : il s'agit de la retraite du joueur de tennis helvétique Roger Federer, considéré comme l'un des meilleurs ambassadeurs de la Suisse à travers le monde. Le rapport de Présence Suisse revient sur cet événement et tant d'autres, qui ont influencé, un peu, beaucoup, énormément, l'image de la Confédération à l'étranger en 2022.⁶

Stimmung in der Bevölkerung

Die von der GfS jährlich durchgeführte Befragung über die **politischen und gesellschaftlichen Probleme**, welche die Schweizerinnen und Schweizer am stärksten beschäftigen, spiegelte die schlechte Wirtschaftslage wider. Die Arbeitslosigkeit wurde von 67% der Befragten als eines der wichtigsten fünf Probleme genannt (2002: 52%) und verdrängte damit die Sorgen um die Gesundheit und die Gesundheitspolitik (63%) vom Spitzenplatz. Auf Rang drei hielt sich die Altersversicherung; die Asylpolitik folgte auf Rang vier, hatte aber mit 36% Nennungen deutlich an Bedeutung verloren. Trotz der grossen Diskussionen über einen allfälligen Zusammenhang zwischen dem Hitzesommer 2003, der globalen Erwärmung und der Klimaveränderung infolge von Luftverschmutzung machten sich noch weniger Personen grosse Sorgen um die Umwelt als vor Jahresfrist. Nur 14% der Befragten zählten die Umweltzerstörung zu den fünf

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 10.12.2003
HANS HIRTER

grössten Problemen; ein noch tieferer Wert war letztmals 1976 verzeichnet worden.⁷

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE

DATUM: 10.12.2007
HANS HIRTER

Die von der GfS-Bern im Auftrag der Crédit Suisse jährlich durchgeführte repräsentative Befragung über die wichtigsten **Sorgen der Bewohnerinnen und Bewohner der Schweiz** ergab die selben Spitzenreiter wie im Vorjahr. Trotz anhaltend guter Wirtschaftslage und zunehmender Beschäftigung figurierte die Arbeitslosigkeit (57%; -9% gegenüber dem Vorjahr) immer noch an der Spitze der Rangliste, gefolgt von der Sorge um die Altersvorsorge (45%; -6%) resp. die Gesundheit (38%; -17%). Alle drei Bereiche wurden allerdings markant weniger häufig genannt als im Jahr 2006. Massiv zugelegt haben demgegenüber die nächstwichtigen Themen Ausländerproblematik (35%; +8%) und die Angst, die persönliche Sicherheit sei nicht mehr gewährleistet (30%; +17%). Dass die Umfrage im August durchgeführt wurde, also zu der Zeit als die Inserat- und Plakatkampagne der SVP mit genau diesen beiden Themen überall präsent war, mag an diesem Resultat nicht ganz unschuldig sein. Ähnliches gilt wohl auch für die grösser gewordene Angst vor der Zerstörung der Umwelt, welche 2006 nur von 7% der Befragten als eines der fünf wichtigsten Themen genannt wurde, im Wahljahr 2007 aber von 25%.⁸

STUDIEN / STATISTIKEN

DATUM: 17.02.2013
MARC BÜHLMANN

Zwei Jahre nach der Atomkatastrophe in Fukushima Daiichi zeigte der Univox **Umweltmonitor** – eine Ende 2012 bei 1000 Personen durchgeführte Befragung der gfs.zürich – dass die Skepsis gegenüber der Atomenergie nach wie vor hoch, gleichzeitig aber auch die Technikgläubigkeit gestiegen war. 65% der Befragten bezeichneten die Risiken der Kernenergie als nicht tragbar (2011 lag dieser Anteil bei 69%) und 31% glaubten, dass sich Umweltprobleme durch neue Techniken lösen lassen (2011: 26%). Die Befragung zeigte zudem, dass die Schweiz im internationalen Vergleich weiterhin eine hohe Recyclingrate aufweist: Der Anteil der Befragten, die Glas, Kompost, Karton, Batterien und Pet an eine Sammelstelle zurück brachten, nahm gegenüber dem Vorjahr allerdings leicht ab.⁹

STUDIEN / STATISTIKEN

DATUM: 31.12.2013
MARC BÜHLMANN

Das **Angstbarometer**, eine jährlich bei rund 1000 Personen von gfs.zürich durchgeführte Befragung, zeigte eine deutliche Abnahme der gefühlten Bedrohung. Sowohl ein aggregierter Index als auch die verschiedenen abgefragten konkreten Bedrohungen verzeichneten einen Rückgang. Dieser wurde von den Verfassern der Analyse mit einer im Vergleich zu den bewegenden Vorjahren mit der Umweltkatastrophe in Fukushima, der Wirtschaftskrise 2011 sowie der intensiven Diskussion um die Zuwanderung aus der EU im Jahr 2012 relativen Ereignisarmut im Jahr 2013 erklärt. Ein deutliche Abnahme zeigte sich insbesondere bei der sozio-ökonomischen Bedrohung: Die noch 2011 das Angstempfinden prägende Schuldenkrise stellte in den Augen der Befragten im Berichtsjahr kaum mehr eine Bedrohung dar. Auch die Angst vor Umweltverschmutzung nahm ab, wurde aber nach wie vor als stärkste Bedrohung wahrgenommen – insbesondere in Form von Luftverschmutzung und Klimaveränderung.¹⁰

STUDIEN / STATISTIKEN

DATUM: 12.05.2015
MARC BÜHLMANN

Etwas entgegen den politischen Entwicklungen der letzten Monate wies der **Umweltmonitor** für das Jahr 2014 ein gestiegenes Umweltbewusstsein nach. Obwohl grüne Anliegen an der Wahl- und Abstimmungsurne eher Niederlagen einstecken mussten, massen Schweizerinnen und Schweizer laut der im Auftrag von WWF durch GfS Zürich durchgeführten Umfrage dem Naturschutz und dem nachhaltigen Energieverbrauch einen hohen Stellenwert bei. Der Anteil der Bevölkerung, der sich als überdurchschnittlich umweltbewusst einschätzt, war im Vergleich zu 2013 gar um 8 Prozentpunkte auf 57% gestiegen. Als dringlichste Probleme wurden die Luftverschmutzung und der hohe Energieverbrauch genannt und rund drei Viertel der Befragten forderten mehr Massnahmen für den Klimaschutz. Der Begriff "Energiewende" wird von einer Mehrheit der Bevölkerung als positiv besetzt wahrgenommen und von 55% der Befragten als umsetzbares Ziel und nicht nur noble Idee bewertet.¹¹

Jamais la population suisse n'a été aussi généreuse qu'en 2020. C'est ce qui ressort d'un sondage réalisé par CH Media auprès de plusieurs organisations. Selon les estimations, le volume de dons pourrait bien dépasser les deux milliards pour l'ensemble de l'année 2020. Ce résultat constitue une bonne surprise, car les organisations caritatives s'attendaient plutôt à vivre une année compliquée en raison de la pandémie. En effet, la crise a fortement touché les entreprises et celles-ci n'ont pas été en mesure de donner autant qu'habituellement. Cette diminution semble cependant avoir été largement compensée par la générosité des privé.e.s. Une étude de l'organisation de bienfaisance britannique Charity Aid Foundation place ainsi la Suisse au treizième rang des pays les plus généreux en ce qui concerne les œuvres caritatives.

Selon la haute école spécialisée zurichoise (ZHAW), cette générosité s'explique par plusieurs facteurs: premièrement, les récessions n'ont jamais eu de grande influence sur le volume des dons. Cela est notamment dû au fait que le groupe de contributeurs et contributrices le plus important est celui des personnes de plus de 60 ans, qui ne sont en général pas touchées par la peur de perdre leur travail. De plus, la crise actuelle a suscité une grande attention médiatique, atteignant des personnes habituellement peu ou pas donatrices. Une autre explication réside dans le fait que la population suisse ait été directement touchée par la crise. Psychologiquement, plus un événement est proche de nous et plus nous nous sentons nous-même concernés par celui-ci, plus grand sera son impact émotionnel, ce qui augmente notre propension à faire des dons. Cela se ressent notamment par la concentration des dons pour des œuvres agissant à l'intérieur des frontières nationales. La chaîne du bonheur a ainsi récolté CHF 42 millions pour l'aide nationale en 2020, contre CHF 8 millions pour l'aide internationale. Les dons se sont, par ailleurs, dirigés principalement vers les organisations actives dans les domaines de la santé et du social, au détriment des organisations de défense de l'environnement par exemple.¹²

1) Medienmitteilung EDA vom 1.2.2011; NLZ, 2.2.11; SGT, 31.3.11

2) Lit. Präsenz Schweiz (Analyse); Lit. Präsenz Schweiz (Jahresbericht)

3) Expat-Insider Report 2016; LMD, 3.3.17

4) Communiqué de presse du Conseil fédéral du 18 décembre 2020; AZ, NZZ, 19.12.20; AZ, 23.12.20

5) Rapport Présence Suisse 2020

6) Communiqué de presse DFAE du 15.12.22; Rapport "La Suisse vue de l'étranger en 2022" du DFAE du 15.12.22

7) Lit. Longchamp et al., Das Sorgenbarometer 2003 der Credit Suisse: Sorge um den Arbeitsplatz dominiert, Zürich (GfS) 2003; BaZ und Bund, 16.12.03.

8) Crédit Suisse, „Sorgenbarometer 2007“, in Bulletin plus – Magazin der Crédit Suisse, Dezember 2007; 24h, 18.12.07.

9) Lit. Schaub und Blumenfeld (2013) Univox Umwelt 2012; SO, 24.2.13

10) Blick, 28.11.13; Lit. Schaub (2013) Angsbarometer 2013

11) Univox-Umwelt-2014; TA, 12.5.15

12) AZ, 6.1.21