

Sélection d'article sur la politique suisse

Requête	24.04.2024
Thème	Sans restriction
Mot-clés	Social Media
Acteurs	France
Type de processus	Sans restriction
Date	01.01.1965 - 01.01.2022

Imprimer

Éditeur

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

Contributions de

Gsteiger, Christian

Citations préféré

Gsteiger, Christian 2024. *Sélection d'article sur la politique suisse: Social Media, France, 2020*. Bern: Année Politique Suisse, Institut de science politique, Université de Berne. www.anneepolitique.swiss, téléchargé le 24.04.2024.

Sommaire

Chronique générale	1
Eléments du système politique	1
Problèmes politiques fondamentaux	1
Image de la Suisse à l'étranger	1

Abréviations

EDA	Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten
WEF	World Economic Forum
NBI	Nation Brands Index

DFAE	Département fédéral des affaires étrangères
WEF	World Economic Forum
NBI	Nation Brands Index

Chronique générale

Eléments du système politique

Problèmes politiques fondamentaux

Image de la Suisse à l'étranger

DÉBAT PUBLIC
DATE: 15.02.2020
CHRISTIAN GSTEIGER

Das **Image der Schweiz im Ausland** war im Jahr 2019 «gut und stabil», wie eine **Analyse von Präsenz Schweiz**, der zuständigen Stelle des EDA für die Wahrnehmung der Schweiz im Ausland, im Januar 2020 zum Schluss kam. Untersucht wurden die Berichterstattung über die Schweiz in ausländischen Medien sowie das Ranking im sogenannten Nation Brands Index (NBI).

Der NBI eruiert jährlich das Image von 50 Ländern, die nach ihrem wirtschaftlichen und geopolitischen Gewicht ausgewählt werden. Dazu werden in 20 Ländern jeweils 1'000 Erwachsene – wodurch eine Gesamtstichprobe von rund 20'000 Interviews erreicht wird – darüber befragt, wie diese die im Index berücksichtigten Länder wahrnehmen. Folgende sechs Faktoren werden dabei miteinbezogen: Exportprodukte und Innovation, Governance (Politik und Regierung), Kultur und Sport, Bevölkerung, Tourismus sowie Standort- und Lebensqualität. Im Ranking erreichte die Schweiz 2019 den 8. Platz hinter Italien (7.) und vor Schweden (9.), die Podestplätze belegten Deutschland (1.), Frankreich (2.) und Kanada (3.). Der gute Ruf der Schweiz, fasste Präsenz Schweiz das Ranking zusammen, sei auf die ehrliche und kompetente Regierungsführung, die hohe Standort- und Lebensqualität – punkto Lebensqualität rangierte die Schweiz gar auf Platz eins – sowie qualitativ hochwertige Exportprodukte und Innovationskraft zurückzuführen. Damit verbunden waren auch Leistungen der Schweizer Forschungslandschaft wie die Vergabe des Nobelpreises für Physik an die Astrophysiker Michel Mayor und Didier Queloz.

Von grosser Strahlkraft in ausländischen Medien, kam die Analyse zum Schluss, waren der Frauenstreik und die damit verbundene Gleichstellungsdebatte; der Klimawandel, da dieser in der Schweiz mit ihren schmelzenden Gletschern besonders sichtbar sei; die Digitalwährung Libra und andere Finanztechnologien, wodurch der Schweizer Finanzplatz vermehrt als innovativ wahrgenommen werde und nicht nur als Schauplatz von Steuer- und Finanzaffären. Ferner war die ausländische Berichterstattung geprägt von der Europapolitik, Leistungen von Sportlerinnen und Sportlern, dem alljährlich stattfindenden WEF sowie dem Forschungs- und Bildungsstandort Schweiz.

Auf Social Media Plattformen waren Beiträge mit hohem Unterhaltungswert sowie emotionalisierenden Inhalten besonders beliebt. Für die Studie analysierte Präsenz Schweiz jene Inhalte mit Bezug zur Schweiz, welche auf den Plattformen gepostet wurden und dort die meisten Interaktionen (Likes, Shares und Kommentare) erzielten. Mit 2.2 Mio. Interaktionen am beliebtesten war ein Beitrag über ein Kino in Spreitenbach (AG), welches anstatt mit Sesseln mit Doppelbetten ausgestattet wurde. Die restlichen Beiträge der Top Fünf waren fast ausschliesslich tierischer Natur: Platz zwei belegte ein Beitrag über Meerschweinchen und andere sozial lebenden Tiere, da diese nach Tierrechtsverordnung in der Schweiz nicht mehr einzeln gehalten werden dürfen (ein entsprechendes Gesetz dazu wurde tatsächlich aber bereits 2008 verabschiedet). Auf Platz vier landete ein Bericht über die Einreichung der Volksinitiative «Keine Massentierhaltung in der Schweiz» und ein französischer Post auf Facebook über das Buch «Swiss Cat Ladders», welches Schweizer Katzenleitern porträtierte, schaffte es auf den fünften Platz. Durch diese Darstellungen, resümierte Präsenz Schweiz, sei die Wahrnehmung der Schweiz um zusätzliche Facetten ergänzt worden.¹

1) Präsenz Schweiz (2020). Jahresanalyse 2019 zum Image der Schweiz im Ausland; SoZ, 16.2.20