année politique suisse

DOKUMENTATION · ANALYSE · DIFFUSION

Sélection d'article sur la politique suisse

processus **Präsenz Schweiz**

Imprimer

Éditeur

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

Contributions de

Bühlmann, Marc

Citations préféré

Bühlmann, Marc 2024. *Sélection d'article sur la politique suisse: Präsenz Schweiz, 2014 - 2015*. Bern: Année Politique Suisse, Institut de science politique, Université de Berne. www.anneepolitique.swiss, téléchargé le 12.10.2024.

Sommaire

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

Abréviations

Chronique générale

Eléments du système politique

Problèmes politiques fondamentaux

Image de la Suisse à l'étranger

DÉBAT PUBLIC
DATE: 15.12.2014
MARC BÜHLMANN

Präsenz Schweiz, die für die Wahrnehmung der Schweiz im Ausland verantwortliche Bundesstelle, berichtete Ende 2014 über ihr Monitoring der Berichterstattung ausländischer Leitmedien über die Schweiz. Gemessen anhand der Anzahl Artikel, fand gemäss der Studie neben dem World Economic Forum in Davos die direkte Demokratie hohe Beachtung. Berichtet wurde vor allem über die Annahme der Masseneinwanderungsinitiative im Februar sowie über die Ecopop- und die Goldinitiative im November. Positiv in die Schlagzeilen geriet die Schweiz dank dem OSZE-Vorsitz. Eher negativ wurde über den Dauerbrenner ‚Banken und Steuerstreit' berichtet. Das Bild einer Steueroase mit restriktiver Migrationspolitik schien sich im Berichtjahr noch zu verstärken. So zeigte eine ebenfalls von Präsenz Schweiz in Auftrag gegebene, in fünf europäischen Ländern bei je rund 1000 Befragten durchgeführte Umfrage, dass in Deutschland 17% der Befragten angaben, die Schweiz sei in den letzten Jahren aufgrund der Ermöglichung von Steuerflucht, Abschottung von Europa oder restriktiven Einwanderungsgesetzen unsympathischer geworden. In Spanien und Frankreich betrug dieser Anteil 12%. Freilich gab es auch Befragte, welche die Schweiz als sympathischer wahrnahmen als noch vor fünf Jahren. Dieser Anteil zeigte sich mit 23% vor allem in Polen als relativ hoch. Bei den Dingen, die den Befragten im Zusammenhang mit der Schweiz einfallen, schwingen die Klischees oben aus: Schokolade (24%), Berge (20%), Banken (18%) und Uhren (16%). Dass die Schweiz als kleines Land Mühe hat, überhaupt wahrgenommen zu werden, zeigten die Fragen zu Ausbildung und Verkehr. Gute Schulen und Ausbildungen oder eine funktionierende Verkehrsinfrastruktur werden nämlich eher mit Deutschland, Grossbritannien, Schweden oder Frankreich als mit der Schweiz assoziiert. Präsenz Schweiz schloss aus der Studie, dass insbesondere auch nach dem Ausgang der Masseneinwanderungsinitiative vermehrt Erklärungsarbeit geleistet werden müsse. [1]

ÉTUDES / STATISTIQUES
DATE: 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]

1) Lit. Präsenz Schweiz; Medienmitteilung EDAI vom 15.12.14; LT, 23.6.14; WW, 3.12.14; NZZ, 16.12.14
2) Lit. Präsenz Schweiz (Analyse); Lit. Präsenz Schweiz (Jahresbericht)