année politique suisse

DOKUMENTATION · ANALYSE · DIFFUSION

Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik

Prozess **Image der Schweiz im Ausland Präsenz Schweiz**

Impressum

Herausgeber

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

Beiträge von

Buchwalder, Mathias
Gsteiger, Christian

Bevorzugte Zitierweise

Buchwalder, Mathias; Gsteiger, Christian 2024. ***Ausgewählte Beiträge zur Schweizer Politik: Image der Schweiz im Ausland Präsenz Schweiz, 2020 - 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

Abkürzungsverzeichnis

EU	Europäische Union
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
EDA	Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten
WEF	World Economic Forum
NBI	Nation Brands Index

UE	Union européenne
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
DFAE	Département fédéral des affaires étrangères
WEF	World Economic Forum
NBI	Nation Brands Index

Allgemeine Chronik

Grundlagen der Staatsordnung

Politische Grundfragen

Image der Schweiz im Ausland

GESELLSCHAFTLICHE DEBATTE
DATUM: 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]

BERICHT
DATUM: 22.12.2020
MATHIAS BUCHWALDER

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 scrutées à l'heure des conclusions. [2]

STUDIEN / STATISTIKEN
DATUM: 31.12.2021
MATHIAS BUCHWALDER

Le sommet entre le président américain Joe Biden et le président russe Vladimir Poutine a constitué l'épisode-phare ayant permis à la Suisse d'être sur le devant de la scène médiatique internationale en 2021. Cet événement, qui s'est déroulé le 16 juin dans un contexte géopolitique tendu, a été couvert de manière inédite par les médias internationaux, indique le **rapport de Présence Suisse sur l'image de la Suisse à l'étranger en 2021**. La photo du président de la Confédération Guy Parmelin accueillant deux des chefs d'État les plus puissants du monde a fait le tour de la planète, permettant au pays de mettre en avant le rôle de la Genève internationale, des bons offices, de la neutralité et de la tradition d'État hôte de la Suisse.
Si ce sommet a valu à la Confédération des commentaires positifs, la rupture des négociations de l'accord-cadre avec l'Union européenne (UE) n'a pas été très bien perçue, en particulier dans les pays voisins. Les relations entre la Suisse et l'UE ont ainsi été l'autre thème marquant pour l'image de la Suisse à l'internationale en 2021.
En outre, diverses votations populaires ont trouvé un écho hors du pays. Ce fut le cas de l'initiative sur l'interdiction de se dissimuler le visage, acceptée en mars. Présence Suisse indique que le résultat du vote a été «le plus souvent rapporté de manière précise, objective et équilibrée». Cependant, la presse des pays islamiques, mais aussi des pays voisins, a souvent qualifié le vote d'islamophobe, suivant les critiques de la Haute-Commissaire des Nations Unies pour les droits de l'homme. À l'inverse, l'adoption du mariage pour tous et toutes en septembre a donné l'image d'une population suisse ouverte et progressiste.
Au niveau sportif, la victoire de la Suisse sur son voisin français au championnat d'Europe de football a fait les gros titres des médias étrangers, qui se sont étonnés des explosions de joie inhabituelles dans les rues après la victoire. Les performances des

vététistes et des tenniswomen aux jeux olympiques de Tokyo ont également attiré l'attention sur les athlètes suisses, contribuant à «rendre visibles des aspects rarement associés à la Suisse, comme les performances sportives dans de multiples domaines et l'expression publique des émotions», note Présence Suisse.
Enfin, la pandémie de Covid-19 a moins retenu l'attention qu'en 2020, même si la décision de ne pas fermer les domaines skiables, contrairement aux pays voisins, a suscité des critiques. De manière générale, l'attention accordée à notre pays a été moins importante que les années précédentes, notamment car le WEF ne s'est pas tenu à Davos en raison de la pandémie.

Au Nation Brand Index (NBI), qui renseigne sur la perception de 50 pays qu'ont les citoyennes et citoyens d'autres pays, la Suisse occupe, comme en 2020, le septième rang du classement, devançant par exemple les États-Unis et la Suède parmi les 60 pays classés. Parmi les six dimensions évaluées par l'index, la Suisse se démarque particulièrement en termes d'attractivité du pays et de qualité de vie ainsi que de gouvernance. En effet, elle occupe la deuxième place sur ces critères. Par rapport à l'année précédente, la dimension tourisme progresse. La Suisse semble particulièrement attractive en raison des paysages qu'elle offre. Depuis le début de la pandémie en 2020, l'enquête du NBI comprend également un volet sur la gestion de la crise sanitaire. Il s'agit de recueillir la perception subjective des personnes interrogées à travers le monde. Il en ressort que la Suisse est, avec le Canada, la Nouvelle-Zélande et l'Allemagne, le pays qui a le mieux géré la pandémie de Covid-19. Le rapport relève néanmoins qu'il faut prendre ces résultats avec des pincettes, étant donné que la plupart des personnes interrogées n'avait que des connaissances superficielles des mesures prises dans chaque pays. [3]

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. [4]

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

2) Rapport Présence Suisse 2020
3) Rapport Présence Suisse 2021; SoZ, 30.5.21
4) Communiqué de presse DFAE du 15.12.22; Rapport "La Suisse vue de l'étranger en 2022" du DFAE du 15.12.22