



Das Image der Schweiz im Ausland bleibt stabil

Bern, Medienmitteilung, 01.02.2011

Die Schweiz belegt im Nation Brands Index 2010 unverändert Rang 8 und besitzt damit eines der stärksten Images der Welt. Nach einem Jahr, in dem die Schweiz häufig im internationalen Scheinwerferlicht stand, ist dies ein ausgezeichnetes Ergebnis. Allerdings hat sich das Image der Schweiz leicht verschlechtert, namentlich in der Dimension „Bevölkerung“ und insbesondere in der Türkei und in Ägypten. Wie in früheren Jahren schneidet die Schweiz in fernen Ländern besser ab als in Europa. Die grosse Ausnahme bildet wiederum Deutschland.

Der Nation Brands Index (NBI) bewertet die Stärke und Attraktivität von 50 Ländern anhand von sechs Dimensionen: Regierungsführung, Investitionen und Immigration, Exporte, Tourismus, Kultur und Kulturerbe sowie Bevölkerung. Der Index erscheint jährlich. Die Schweiz belegt 2010 wie schon 2009 und 2008 wiederum Rang 8; bei den anderen Ländern unter den ersten zehn handelt es sich um bedeutend grössere Staaten. Die Schweiz figuriert in fünf von sechs Dimensionen unter den besten 12 Ländern und verfügt über ein sehr homogenes Image. Die Schweiz schneidet damit viel besser ab als in Grösse und Bedeutung vergleichbare Länder.

Das beste Resultat erzielt die Schweiz in Deutschland (Schweiz auf Rang 2), das schlechteste Ergebnis in der Türkei (Schweiz auf Rang 12). Generell wird das Image der Schweiz ausserhalb Europas besser beurteilt als in Europa selber.

Als grösste Stärken der Schweiz werden auch 2010 das Engagement der Schweiz für die Umwelt sowie die ausgezeichnete Lebensqualität betrachtet. Ebenfalls Bestnoten erhält die Schweiz für die Respektierung der politischen Rechte ihrer Bürgerinnen und Bürger, verlor ihren ersten Rang diesbezüglich aber an Kanada. Am meisten eingebüsst hat die Schweiz im Jahr 2010 in der Dimension Bevölkerung: Sie verlor 4 Ränge und steht nun auf Rang 8. Auffällig ist dabei die massive Abwertung durch die Türkei (-22 Ränge); auch Ägypten, Frankreich, Südkorea, Polen, Schweden und Deutschland beurteilen die Schweiz in dieser Dimension deutlich schlechter. In der Dimension „Investitionen und Immigration“ büsst die Schweiz zwei Ränge ein und liegt nun auf Rang 5. In der Dimension „Exporte“ fiel die Eidgenossenschaft um einen Rang zurück auf Platz 7. Beim Tourismus bleibt sie auf Platz 11. Am schletesten schneidet die Schweiz seit jeher in der Dimension Kultur ab und befindet sich auch 2010 auf Platz 20.

Die Resultate der Schweiz im NBI bilden eine wichtige Grundlage für die Landeskommunikation der Schweiz im Ausland. Sie werden ergänzt durch eigene Studien, die das EDA, Präsenz Schweiz, in ausgewählten Ländern regelmässig durchführt; so wird gegenwärtig das Image der Schweiz in Italien untersucht. Ausgehend von diesen Analysen entwickelt das EDA die Strategie für die Landeskommunikation zuhanden des Bundesrates und konzipiert die Auftritte der Schweiz an internationalen Grossveranstaltungen wie beispielsweise 2012 das House of Switzerland an den Olympischen Spielen in London sowie der Schweizer Pavillon an der Weltausstellung in Yeosu, Südkorea.

Adresse für Rückfragen:

Information EDA
Bundeshaus West
CH-3003 Bern
Tel.: +41 (0)31 322 31 53
Fax: +41 (0)31 324 90 47
E-Mail: info@eda.admin.ch

Herausgeber:

[Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten](#) 
[\(<http://www.eda.admin.ch/eda/de/home/recent/media.html>\)](http://www.eda.admin.ch/eda/de/home/recent/media.html)

Kontakt**Information EDA**

Ansprechpartner für Medienanfragen

Bundeshaus West
3003 Bern

Tel.
+41 (0)58 462 31 53

Fax
+41 (0)58 464 90 47

 Kontaktinformationen drucken (</eda/de/home/aktuell/informationen-deseda.html/content/contacts/de/contacts-zentrale/eda/GS-EDA/InfoEDA>)
