



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten EDA  
Generalsekretariat GS-EDA

Präsenz Schweiz

# Präsenz Schweiz Imagemonitor 2020

## Die Wahrnehmung der Schweiz im Ausland

---



*Der Imagemonitor von Präsenz Schweiz erhebt das Bild der Schweiz bei der Bevölkerung in 18 Ländern: Argentinien, Brasilien, China, Deutschland, Frankreich, Indien, Italien, Japan, Südkorea, Marokko, Mexiko, Polen, Russland, Südafrika, Türkei, UK, USA, Vereinigte Arabische Emirate (UAE)*

---

# Das Wichtigste in Kürze

- **Das Image der Schweiz bei der breiten Bevölkerung im Ausland ist auch im Jahr 2020 sehr gut.** Im Vergleich mit den als Benchmark genommenen Ländern Kanada, Deutschland, Schweden, Dänemark, UK und den Niederlanden liegt die Schweiz beim Gesamteindruck in den meisten Ländern an der Spitze oder hinter Kanada auf dem zweiten Rang.
- Das Image der Schweiz ist im **Zeitverlauf stabil**. In allen untersuchten Ländern gibt die grosse Mehrheit der Befragten an, dass sich ihr Eindruck der Schweiz in letzter Zeit nicht verändert habe. Bei einer kleinen Minderheit hat sich der Eindruck der Schweiz verändert, dabei meist zum Guten. Hohe zeitliche Stabilität zeigt sich auch beim Vergleich mit den Studien von 2016 und 2018.
- **Spontan assoziiert wird die Schweiz** mit ihrer Landschaft (Berge, schöne und natürliche Landschaften), traditionellen Produkten (Schokolade, Käse, Uhren) und den Banken. Auch wird das Bild der Schweiz mit einer starken und stabilen Wirtschaft, Wohlstand und einer hohen Lebensqualität in Verbindung gebracht. Neben den vielen Stärken und Vorzügen werden nur wenige Schwächen genannt. Als grösste Schwäche erachten die Befragten die hohen Lebenshaltungskosten und Preise der Schweiz.
- Besonders positiv wahrgenommen wird die Schweiz im Ausland für ihre **Wirtschaft**, den **Standort** und die **Produkte**. Auch der Schweizer **Finanzplatz** hat in den meisten Ländern eine sehr gute Reputation. Attraktiv wirkt auch der **Forschungs- und Bildungsstandort**. Noch wenig bekannt ist die Schweiz im Ausland für ihre **Innovationskraft**.
- Die Schweiz steht im Ausland für ein reibungslos funktionierendes **politisches System** und auch die **Neutralität** der Schweiz wird in fast allen Ländern als etwas Positives angesehen. Auch das Engagement der Schweiz im Bereich **Nachhaltigkeit** wird im Ausland relativ breit anerkannt. **Sympathie, Werte und Gesellschaft** erhalten überwiegend positive Bewertungen, eher kritisch beurteilt wird jedoch die Offenheit und Freundlichkeit der Schweizer Bevölkerung.
- Geringe öffentliche Aufmerksamkeit findet das Engagement der Schweiz im Bereich **Solidarität und Verantwortung**. Im europäischen Kontext wird der Beitrag der Schweiz zum Wohlstand und zum Abbau von Ungleichheiten in **Europa** verglichen mit anderen Themen kritisch beurteilt. Allerdings wird auch der Beitrag von anderen Ländern als bescheiden wahrgenommen.

Der Imagemonitor erfasst das Bild der Schweiz bei der breiten Bevölkerung im Ausland. Die Ergebnisse beruhen auf einer von Präsenz Schweiz konzipierten repräsentativen Bevölkerungsbefragung bei insgesamt 12'168 Personen in 18 Ländern weltweit. Die Befragung wurde im Mai - Juni 2020 durchgeführt, damit fliessen die Ereignisse der zweiten Welle der Covid-19-Pandemie nicht in die Studie ein. Der Imagemonitor wird seit 2016 alle zwei Jahre erhoben und ist als Zeitreihenuntersuchung angelegt. Ziel der Studie ist es, Entwicklungen und Trends in der Wahrnehmung der Schweiz zu identifizieren.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Das Wichtigste in Kürze</b> .....	1
<b>Ergebnisübersicht</b> .....	3
Generelles Bild der Schweiz .....	3
Gesamteindruck der Schweiz im Benchmarkvergleich.....	3
Merkmal Stabilität .....	4
Spontanassoziationen .....	5
Schwächen der Schweiz.....	6
Erinnerte Nachrichten mit Bezug zur Schweiz .....	7
Wahrnehmung der Schweiz nach Themenbereichen.....	7
Finanzplatz .....	8
Rolle der Schweiz in Europa.....	8
Bildung, Forschung und Innovation.....	9
Wirtschaft, Standort und Produkte .....	10
Politik.....	10
Nachhaltigkeit .....	10
Solidarität und Verantwortung.....	10
Sympathie, Werte und Gesellschaft.....	11
<b>Methodik der Studie</b> .....	13
Zielsetzung, Hintergrund und Inhalt der Studie .....	13
Studiendesign und Stichprobe .....	13

# Ergebnisübersicht

Im Folgenden wird eine Auswahl der Ergebnisse des Präsenz Schweiz Imagemonitors 2020 präsentiert. Die detaillierten Angaben zur Studie und zu ihrer Durchführung finden sich am Ende des vorliegenden Berichts (S. 13).

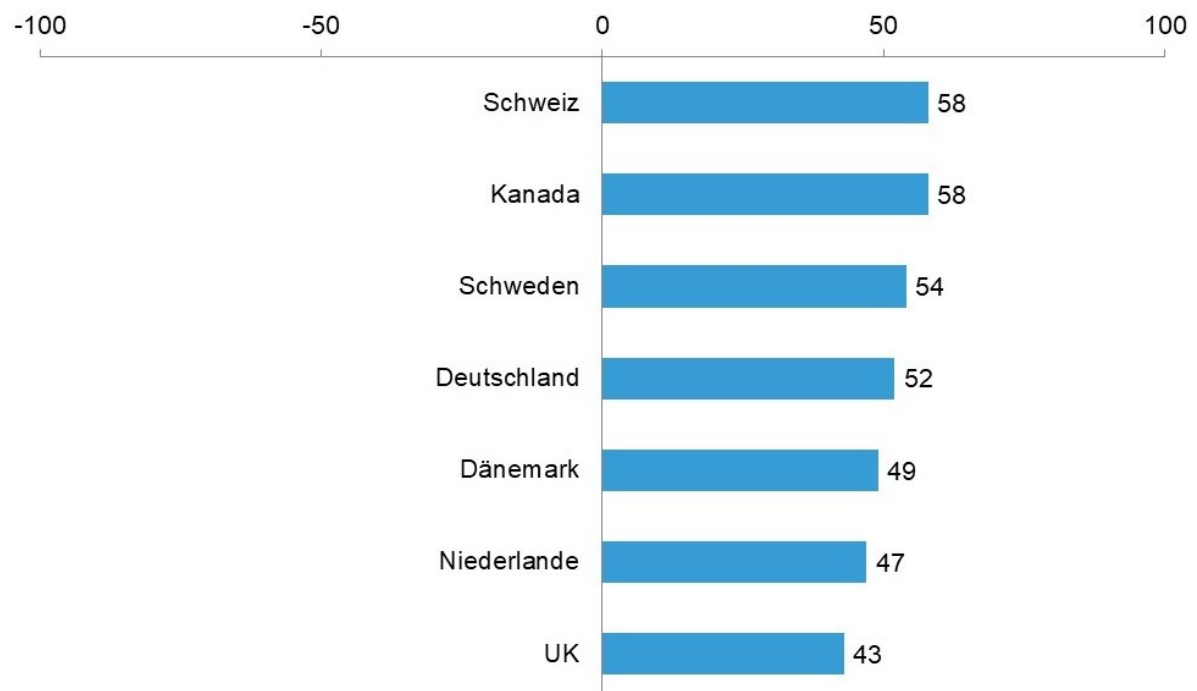
## Generelles Bild der Schweiz

### Gesamteindruck der Schweiz im Benchmarkvergleich

Der Gesamteindruck der Schweiz wird weltweit insgesamt sehr positiv beurteilt und nimmt im **internationalen Vergleich eine Spitzenposition** ein (vgl. *Grafik 1*). Auf einer Skala von -100 bis +100 erreicht die Schweiz den sehr guten Mittelwert von +58 Punkten und schneidet im Vergleich mit den sechs bei dieser Frage als Benchmark definierten Ländern zusammen mit Kanada am besten ab. Dahinter folgen die Gesamteindrücke von Schweden (+53) und Deutschland (+52). Etwas tiefere Beurteilungen resultieren für den Gesamteindruck von Dänemark (+49) und jenen der Niederlande (+47). Den letzten Rang belegt das UK mit einem Wert von +43 Punkten.

*Grafik 1: Gesamteindruck der Schweiz im Benchmarkvergleich*

Wie ist Ihr Gesamteindruck verschiedener Länder?



Globalwerte, berechnet aus dem Durchschnitt aller 18 Ländermittelwerte; n=12'168

Skala: -100: sehr schlechter Gesamteindruck

+100: sehr guter Gesamteindruck

*Anmerkung: Bei der Abfrage des Gesamteindrucks wurden visuelle Hilfen wie Landkarten und Flaggen verwendet, um die Befragten auf den Unterschied Schweiz– Schweden aufmerksam zu machen.*

Sehr positiv beurteilt wird der Gesamteindruck der Schweiz nicht nur auf der globalen Ebene, sondern auch in den meisten untersuchten Einzelländern. Die besten Ergebnisse erzielt die Schweiz in Indien, Russland und Südkorea. Der Gesamteindruck der Schweiz wird von den Befragten dieser Länder jeweils klar auf den ersten Rang gesetzt.

In sechs Ländern teilt sich die Schweiz ihre Spitzenposition mit einem anderen Land: Die Befragten in Argentinien, Polen und Südafrika setzen den Gesamteindruck der Schweiz gemeinsam mit jenem von Kanada auf den ersten Rang. In Deutschland und China teilt sich die Schweiz den ersten Rang mit Deutschland. Und in Japan wird die Spitzenposition von der Schweiz und Schweden besetzt.

In den meisten anderen Ländern belegt die Schweiz beim Gesamteindruck den zweiten Rang hinter Kanada. In Italien, Brasilien, den USA und UAE liegt die Schweiz alleine auf Rang zwei, in Mexiko und Frankreich teilt sie diesen mit Deutschland bzw. Schweden. Im UK, in Marokko und in der Türkei belegt die Schweiz gemeinsam mit anderen Ländern den dritten Rang.

## Merkmal Stabilität: wenig Veränderungen beim Image der Schweiz

Die Wahrnehmung der Schweiz ist insgesamt sehr stabil. Dies zeigt sich auch, wenn man die Befragten direkt danach fragt, ob sich ihr Bild der Schweiz in den letzten zwei Jahren verändert hat. In den meisten untersuchten Ländern geben grosse Bevölkerungsmehrheiten an, dass sich ihr Bild der Schweiz seit 2018 nicht verändert habe (vgl. *Grafik 2*). Im globalen Durchschnitt über alle untersuchten Länder trifft dies auf 76% der Befragten zu. Weitere 10% der Befragten geben global an, ihr Bild von der Schweiz habe sich in diesem Zeitraum verbessert, während lediglich 2% über eine Verschlechterung berichten. Die restlichen 11% können zu dieser Frage keine Angabe machen.

*Grafik 2: Selbst wahrgenommene Veränderung des Eindrucks der Schweiz*

In welche Richtung hat sich Ihr Eindruck von der Schweiz in den letzten zwei Jahren verändert?  
(Angaben in Prozent)



Stichprobengrösse: global: n = 12'168; pro Land: n = 500 - 1000

Ausnahmen von dieser Regel finden sich vor allem in Indien, wo 30% angeben, dass sich ihr Eindruck der Schweiz verbessert habe. Weitere Länder mit relativ hohen Bevölkerungsanteilen, die von einem **verbesserten Eindruck** der Schweiz berichten, sind China (23%), die UAE (23%), Mexiko (16%) und Brasilien (15%). In Indien und China sind die hohen Bevölkerungsanteile, die von einem verbesserten

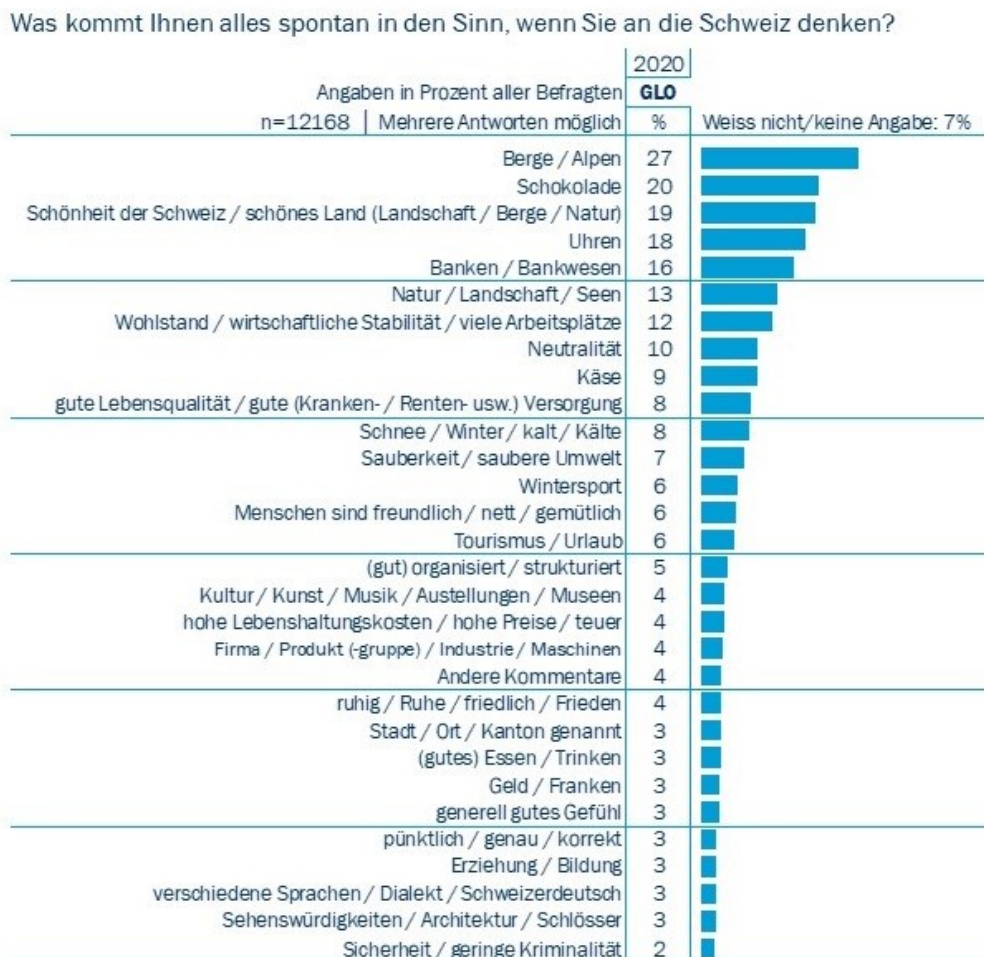
Eindruck der Schweiz berichten, teilweise durch Verzerrungen in der Stichprobe zu erklären (vgl. auch S. 13). In Mexiko und Brasilien dürften kulturbedingte Effekte im Antwortverhalten eine Rolle für die hohen positiven Werte spielen. In Marokko und Südafrika fällt auf, dass mit 35% resp. 21% relativ grosse Anteile der Befragten nicht wissen, ob sich ihr Eindruck von der Schweiz verändert hat oder nicht.

Als **Gründe für einen verbesserten Eindruck** der Schweiz werden von den Befragten die starke Wirtschaft und der Wohlstand, Fortschritt und Innovation sowie die Schönheit der Schweiz genannt. Auch Antworten zur guten Lebensqualität und generell positive Aussagen wie «gut», «mag ich» werden von den Befragten der verschiedenen Länder angeführt. Werbung und bessere Informationen haben laut den Befragten vor allem in Brasilien und Mexiko zu einer Verbesserung des Schweiz-Bildes beigetragen. Aus der Sicht der Befragten in Indien und den UAE ist auch der Tourismus ein bedeutender Grund für den besseren Eindruck der Schweiz. In China und Mexiko werden die wahrgenommenen Verbesserungen auch mit Aussagen zu Umweltschutz und Nachhaltigkeit begründet.

### Spontanassoziationen: Landschaft, traditionelle Produkte und Finanzplatz prägen das Bild der Schweiz

Was kommt den Befragten spontan in den Sinn, wenn sie an die Schweiz denken? Zur Beantwortung dieser Frage wurden die Teilnehmenden der Studie ohne Vorgabe von Antwortmöglichkeiten gefragt, welche Vorstellungen und Bilder sie spontan mit der Schweiz verbinden. Dieses erste, frei und kontextlos ermittelte Bild der Schweiz fällt oft eher stereotypbasiert aus. Dies ist nicht ungewöhnlich, da die meisten Urteile über Länder in Alltagssituationen intuitiv erfolgen und auf leicht abrufbaren Klischees beruhen.

Grafik 3: Spontanassoziationen zur Schweiz – Globale Ergebnisse



Das **spontane Bild der Schweiz** wird global, d.h. über alle 18 abgefragten Länder hinweg, vor allem durch die Natur (Berge, schöne und natürliche Landschaften), traditionelle Produkte (Schokolade, Uhren, Käse) und den Finanzplatz geprägt (vgl. *Grafik 3*). Innerhalb dieser Kategorien finden sich die weltweit am häufigsten genannten Assoziationen zum Stichwort Schweiz. Rund jeder zehnte Befragte verknüpft die Schweiz spontan mit Wohlstand und wirtschaftlicher Stabilität, mit hoher Lebensqualität und mit der Neutralität. Auch wird die Schweiz relativ häufig mit Sauberkeit in Verbindung gebracht. Ferner wird die Schweiz mit Tourismus, Wintersport und weiteren winterbezogenen Aspekten assoziiert. Es fällt auf, dass die meisten dieser Spontanassoziationen zur Schweiz positiv oder neutral gefärbt sind und dass sie sich über die Zeit nur geringfügig verändern. Das globale Muster der Spontanassoziationen zur Schweiz fällt 2020 sehr ähnlich aus wie 2018.

Nach einzelnen Befragungsländern analysiert, zeigen sich zum Teil grössere **länder- bzw. regionenspezifische Unterschiede** in den spontanen Assoziationen zur Schweiz. Grundsätzlich gilt, dass das Bild der Schweiz in den Nachbarländern am differenziertesten ausfällt und mit steigender geographischer und kultureller Distanz stärker auf gängigen Stereotypen basiert. Auch zeigen sich gewisse Unterschiede zwischen den Ländern in Bezug auf den jeweils dominierenden Aspekt bei den gängigen Stereotypen: So wird die Schweiz in Deutschland beispielsweise häufig mit hohen Preisen in Verbindung gebracht, in Italien und Frankreich mehr mit Sauberkeit. In Polen und Russland wird das Bild der Schweiz besonders stark von Uhren und dem Finanzplatz geprägt, während die Schweiz in Mittel- und Südamerika vor allem mit Wohlstand, wirtschaftlicher Stabilität und hoher Lebensqualität verknüpft wird. Im UK und in den USA wird die Schweiz überdurchschnittlich häufig als Destination für Winterferien wahrgenommen, in Indien als idyllisch-romantische Urlaubsdestination.

Neben den allgemeinen Spontanassoziationen wurde auch ein spezieller Fokus auf die **Kultur der Schweiz** gelegt: Um zu erfahren, wie die Bevölkerung im Ausland kulturelle Aspekte der Schweiz wahrnimmt, wurden die Befragten in einer zusätzlichen offen gestellten Frage gebeten, Assoziationen zu nennen, die ihnen beim Stichwort «Schweizer Kultur» in den Sinn kommen. Die Ergebnisse machen sichtbar, dass in vielen Ländern die Anteile der Befragten, die nichts über die Kultur der Schweiz wissen, sehr hoch sind. Zu diesen Ländern zählen überraschenderweise auch die Nachbarländer der Schweiz.

Jene Befragten, die sich zur Schweizer Kultur äussern können, nehmen die Schweiz als Land mit einer reichen und vielfältigen Kultur wahr. Dies geht aus den Antworten zu dieser Frage hervor, bei denen die «kulturelle Vielfalt» in vielen Ländern die häufigste Assoziation darstellt. Viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Studie denken beim Stichwort Schweiz auch an Bräuche, an die Wahrung von Traditionen und Folklore. Auch Assoziationen zur Musik – zur Volksmusik, zu Liedern oder Konzerten – sowie zu Festivitäten und Festivals werden von den Befragten aller Länder mit der Schweiz verbunden. Ferner werden auch Schweizer Spezialitäten wie Pralines aus Schweizer Schokolade und typische Gerichte wie Raclette und Fondue mit der Schweizer Kultur in Verbindung gebracht.

## **Schwächen der Schweiz**

Die beiden vorherigen Kapitel haben gezeigt, dass die spontanen Assoziationen zur Schweiz mehrheitlich positiv ausfallen. Wo aber sehen die Befragten die Schwächen der Schweiz? Wird ohne Vorgabe direkt nach Schwächen der Schweiz oder verbesserungswürdigen Bereichen gefragt, so geben die Befragten weitaus am häufigsten an, dass die Schweiz in ihren Augen keine Schwäche besitze, die sie verbessern müsste, oder dass ihnen nichts Entsprechendes einfällt. Insgesamt äussern sich 45% der Befragten in diesem Sinne. Dies deutet darauf hin, dass es der Bevölkerung im Ausland nicht leichtfällt, Schwächen der Schweiz zu benennen.

Werden Schwächen genannt, beziehen sich diese am häufigsten auf die **hohen Preise und Lebenshaltungskosten** (10%). Am zweithäufigsten finden sich Nennungen zum Tourismus im Sinne von zu wenig Angeboten und Werbung (5%). Dahinter sind weitere Einzelnennungen zu erkennen, die aber

jeweils nur von wenigen Befragten angeführt werden (3% oder weniger). Diese beziehen sich beispielsweise auf eine fehlende Offenheit bzw. eine Selbstisolation der Schweiz, Steuerthemen, die Wettbewerbsfähigkeit oder auf das Klima und die Grösse der Schweiz (zu klein, zu wenig Ressourcen).

## Erinnerte Nachrichten mit Bezug zur Schweiz

Welche Ereignisse mit Bezug zur Schweiz bleiben der Bevölkerung im Ausland in Erinnerung und prägen damit das Bild der Schweiz? Um Anhaltspunkte über die wahrgenommen und verarbeiteten Informationen zur Schweiz zu erhalten, wurden die Befragten gebeten anzugeben, an welche Nachrichten mit Bezug zur Schweiz aus den letzten zwei Jahren sie sich erinnern können.

Insgesamt werden von den Befragten eher wenig konkrete Nachrichten zur Schweiz genannt. Über alle Länder hinweg kann nur etwa die Hälfte der Befragten eine Nachricht mit Bezug zur Schweiz anführen, während die andere Hälfte mit «weiss nicht» antwortet. In den Nachbarländern, im UK, in den USA und in Japan sind die Anteile an Befragten, die sich an Nachrichten zur Schweiz erinnern können, besonders niedrig. Dies überrascht, insbesondere bei der Bevölkerung der Nachbarländer der Schweiz. Offenbar fällt es vielen Befragten schwer, bei der Vielzahl an täglichen Nachrichten, sich spontan an solche mit einem Bezug zur Schweiz zu erinnern. Auch zeigen die Ergebnisse, dass auf globaler Ebene kein einzelnes Thema speziell heraussticht. Die Befragten erinnern sich vielmehr an Nachrichten zu unterschiedlichsten Themen mit meist stereotypem Inhalt, wobei kein Thema von mehr als 4 Prozent aller Befragten genannt wird. Dabei handelt es sich beispielsweise um touristische Informationen oder um Beiträge zur Schönheit der Schweiz, um Nachrichten zur starken Wirtschaft, zum Wohlstand und zur Lebensqualität, mit dem Schweizer Finanzplatz zusammenhängende Meldungen oder Beiträge zum Thema Forschung und Innovation.

Da die Befragung für diese Studie im Frühsommer 2020 und somit nur wenige Monate nach Ausbruch der Covid-19-Pandemie stattfand, werden auch Nachrichten zur Betroffenheit der Schweiz von der **ersten Welle der Pandemie** und der Schweizer Krisenbewältigung genannt. Insgesamt äussern sich allerdings nur 4% der Befragten zu Ereignissen der Covid-19-Pandemie mit einem Schweiz-Bezug. Die Berichterstattung zum Umgang der Schweiz mit der Situation im Frühjahr 2020 wird dabei mehrheitlich als positiv in Erinnerung behalten. Gemäss den Antworten wird die Schweiz in der ersten Welle als Land wahrgenommen, das mit effektiven Mitteln für die gesundheitliche und wirtschaftliche Versorgung seiner Bevölkerung sorgt und sich solidarisch mit anderen von der Pandemie stark betroffenen Staaten zeigt. In den Nachbarländern erinnern sich die Befragten häufig auch an Berichte zu den Grenzschiessungen und -öffnungen im Zusammenhang mit der ersten Welle der Pandemie.

## Wahrnehmung der Schweiz nach Themenbereichen

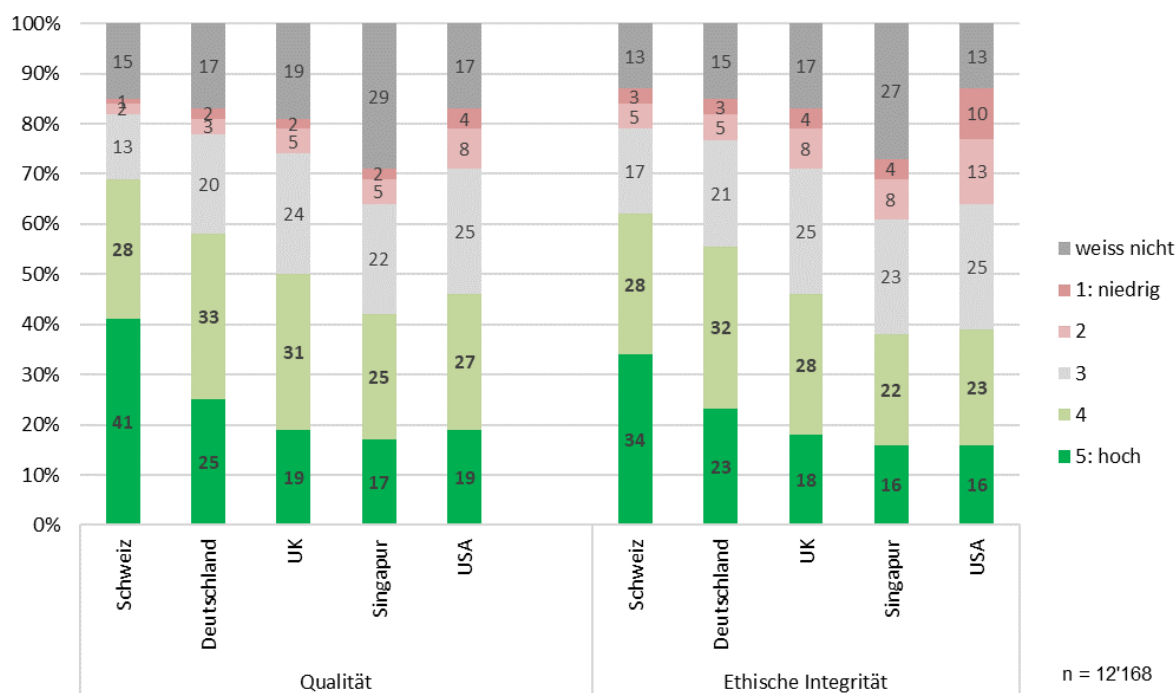
Die Spontanassoziationen zur Schweiz zeigten, dass der erste Eindruck der Schweiz zwar positiv ist, aber häufig stereotyp ausfällt (siehe S. 5). Um nicht nur das auf Stereotypen beruhende Wahrnehmungsprofil der Schweiz zu erfassen, wurden die Befragten auch gebeten, anhand von Stellungnahmen zu vorgegebenen Aussagen zur Schweiz ihre Einschätzung in sieben Themenbereichen abzugeben: Bildung, Forschung & Innovation; Wirtschaft, Standort & Produkte; Politik; Nachhaltigkeit; Solidarität & Verantwortung und Sympathie, Werte & Gesellschaft. Speziell untersucht wurde die Reputation des Schweizer Finanzplatzes und in europäischen Ländern zudem die Wahrnehmung der Rolle der Schweiz in Europa. Dadurch ergibt sich ein facettenreicherer Eindruck der Schweiz. Im Folgenden werden für jeden Themenbereich die wichtigsten Ergebnisse beleuchtet und Vergleiche zu den Befunden der Erhebungen von 2016 und 2018 gezogen. Eine detaillierte Darstellung der Ergebnisse findet sich in *Tabelle 1* auf S. 13.



## Finanzplatz

Die **Reputation des Schweizer Finanzplatzes ist bei der Bevölkerung im Ausland gut**: Mehr als zwei Drittel der Befragten attestieren den Schweizer Banken und Finanzinstituten eine hohe bis sehr hohe Qualität. Damit wird der Schweizer Finanzplatz in allen 18 befragten Ländern deutlich besser bewertet als die hier als Benchmarks definierten Finanzplätze Deutschland, UK, USA und Singapur (siehe *Grafik 4*). Entgegen den gängigen Klischees erhält der Schweizer Finanzplatz auch in Bezug auf seine ethische Integrität positive Bewertungen: In den meisten Ländern ist die Mehrheit der Befragten der Ansicht, dass Schweizer Banken und Finanzinstitute ethisch und verantwortungsvoll handelten. In den Nachbarländern ist die Wahrnehmung etwas kritischer. Insgesamt schneidet der Finanzplatz Schweiz aber auch bei der wahrgenommenen ethischen Integrität besser ab als die Vergleichsländer Deutschland, UK, USA und Singapur (siehe *Grafik 4*). Ferner wird der Schweiz von vielen Ländern eine Vorreiterrolle bei der Verwendung von Finanztechnologien attestiert. In Brasilien, China, Indien, Mexiko, Russland und den UAE werden zudem die Bemühungen der Schweiz zur Bekämpfung der Steuerhinterziehung anerkannt. Insgesamt gab es seit 2018 nur geringfügige Veränderungen in der Wahrnehmung des Schweizer Finanzplatzes.

*Grafik 4: Wahrnehmung des Schweizer Finanzplatzes im Vergleich mit anderen Finanzplätzen*



**Qualität:** Zustimmung zu Aussage: «Banken und Finanzinstitute aus den folgenden Ländern bieten ihren Kunden überhaupt keine gute / eine sehr hohe Qualität.» (Angaben in Prozent)

**Ethische Integrität:** Zustimmung zur Aussage: «Banken und Finanzinstitute aus den folgenden Ländern handeln überhaupt nicht / sehr ethisch und verantwortungsvoll.» (Angaben in Prozent)

## Rolle der Schweiz in Europa

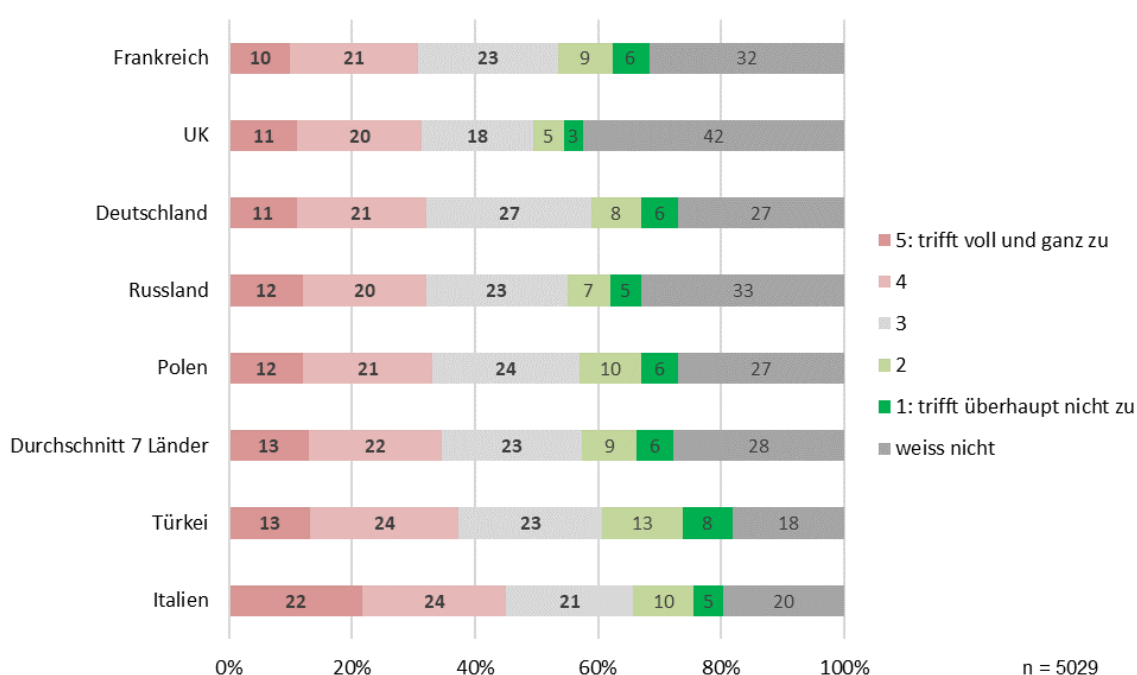
Die Rolle der Schweiz in Europa wird **verglichen mit anderen Themen kritisch beurteilt**. Allerdings wurden die zur Rolle der Schweiz in Europa formulierten Fragen nur in sieben ausgewählten Ländern gestellt: in Deutschland, Frankreich, Italien, UK, Polen, Russland und der Türkei. Die Aussage «Die Schweiz profitiert stark von der EU, ohne viel dafür zu tun» wird von den Befragten aller sieben Länder leicht befürwortet (siehe *Grafik 5*). Der Beitrag, den die Schweiz für Europa leistet, wird von den meisten europäischen Ländern als gering erachtet. Im Durchschnitt der sieben ausgewählten Länder nimmt nur knapp ein Drittel der Befragten die Schweiz als Land wahr, das sich für den Wohlstand in der EU einsetzt. In den Nachbarländern liegt dieser Anteil noch tiefer. Ähnlich kritisch wird auch der Beitrag der Schweiz

zum Abbau von wirtschaftlichen und sozialen Ungleichheiten beurteilt. Interessant ist jedoch, dass die Befragten auch den Beitrag von anderen Ländern wie Frankreich, den Niederlanden, Norwegen oder Polen nicht besser beurteilen als denjenigen der Schweiz. Eine Ausnahme bilden die Nachbarländer, wo die Schweiz auch in diesem Benchmarkvergleich unterdurchschnittlich abschneidet.

Ambivalent ist die Haltung bezüglich der Frage, ob sich die Schweiz der EU politisch mehr als bisher annähern solle. Während die Befragten aus Deutschland, Frankreich, Italien, der Türkei und Polen der Aussage eher zustimmen, beziehen die Befragten aus dem UK und Russland weder eine befürwortende noch eine ablehnende Position.

Grafik 5: Rolle der Schweiz in Europa

Zustimmung zur Aussage: «Die Schweiz profitiert besonders stark von der EU, ohne viel dafür zu tun» (Angaben in Prozent)



## Bildung, Forschung und Innovation

Der Bildungs- und Forschungsstandort Schweiz wird insgesamt **sehr positiv beurteilt**. Die Schweiz wird weltweit als ein Land wahrgenommen, das sehr gute Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten bietet und im internationalen Vergleich ein wichtiger Standort für Wissenschaft und Forschung darstellt. Etwas weniger bekannt ist die Schweiz für ihre Innovationsfähigkeit. Vor allem in Westeuropa, den USA, Argentinien sowie in Japan, Südkorea, Russland und China wird die Innovationskraft der Schweiz eher bescheiden bewertet. Auch wird die Schweiz im Ausland nur teilweise als bedeutender High-Tech-Standort wahrgenommen. Bei einer offen gestellten Frage kann die Mehrheit der Befragten spontan keine konkreten Innovationen aus der Schweiz benennen. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass es weiterhin eine Diskrepanz gibt zwischen den nachweislich herausragenden Innovationsfähigkeiten der Schweiz<sup>1</sup> und ihrer international wahrgenommenen Innovationskraft. Schweizer Produkte werden im Ausland wenig mit innovativen Konsumgütern in Verbindung gebracht. Stattdessen dominieren im Wahrnehmungsprofil traditionelle Exportprodukte wie Uhren oder Schokolade. Die geringe Visibilität von innovativen Konsumgütern wirkt sich auf die Gesamtwahrnehmung der Schweiz als Innovations- und Technologiestandort aus. Die Wahrnehmung der Schweiz im Bereich Innovation konnte sich seit 2016 nicht verbessern.

<sup>1</sup> Die Schweiz rangiert sowohl im [Global Innovation Index 2020](#) als auch im [European Innovation Scoreboard 2020](#) auf Rang 1.

## Wirtschaft, Standort und Produkte

Im Bereich Wirtschaft, Standort und Produkte genießt die Schweiz bei der Bevölkerung im Ausland weltweit einen **sehr guten Ruf**. Die Befragten stimmen fast einstimmig der Aussage zu, dass aus der Schweiz qualitativ sehr hochwertige Produkte und Dienstleistungen kommen und schätzen die Schweiz als attraktiven Arbeitsort und unternehmerfreundlichen Standort mit einer hohen Lebensqualität ein. Auch wird die Schweiz in den meisten Ländern als Land wahrgenommen, das eine starke Position in der globalen Wirtschaft hat. Etwas weniger einheitlich fällt die Zustimmung zu den Aussagen aus, dass Schweizer Unternehmen ethisch und verantwortungsvoll handeln und dass sensible Daten in der Schweiz gut aufgehoben sind. Diese Aussagen werden zwar grossmehrheitlich bejaht, einige Befragte zeigen sich hier jedoch kritischer, insbesondere in den Nachbarländern, im UK und in den USA. Gleichwohl zeigt der Zeitvergleich mit dem Imagemonitor 2016 und 2018, dass sich die Wahrnehmung der ethischen Integrität von Schweizer Unternehmen seit 2016 in einem Teil der Länder tendenziell verbessert hat. Generell ist die Wahrnehmung der Schweiz im Bereich Wirtschaft, Produkte und Standort in den vergangenen Jahren auf hohem Niveau stabil geblieben.

## Politik

Die Schweiz steht im Ausland für ein **reibungslos funktionierendes politisches System**. Die Befragten beurteilen die Schweiz als ein Land, das kompetent regiert wird und sich für seine Bürgerinnen und Bürger einsetzt. Auch finden die Befragten, dass das politische System der Schweiz mit den häufigen Volksabstimmungen eine Stärke der Schweiz darstelle. Insbesondere aus den Nachbarländern erhält die Schweiz für den Wahrnehmungsbereich Politik sehr positive Bewertungen. Mehrheitlich anerkannt wird auch der Nutzen der Neutralität: Fast in allen Ländern wird die Neutralität der Schweiz als etwas Positives angesehen. Die meisten Länder sind zudem der Ansicht, dass die Schweiz dank ihrer Neutralität in Konflikten vermitteln und international gute Dienste leisten kann. In Italien, Frankreich und der Türkei fallen die Bewertungen zur Neutralität der Schweiz etwas kritischer aus als in den anderen Ländern. Die Wahrnehmung im Themenbereich Politik und blieb seit 2016 auf hohem Niveau stabil.

## Nachhaltigkeit

Für ihren Beitrag zur Nachhaltigkeit erhält die Schweiz aus dem Ausland **überwiegend positive Bewertungen**. Relativ breit anerkannt wird das Engagement der Schweiz für den Umweltschutz. So sind 64% der Befragten der Meinung, dass sich die Schweiz aktiv für den Schutz der Umwelt einsetze. Auch wird der Schweiz attestiert, sie nehme Nachhaltigkeit ernst und übernehme so Verantwortung für zukünftige Generationen. Etwas bescheidener wird der Beitrag der Schweiz zur Bekämpfung des Klimawandels bewertet: 55% der Befragten stimmen der Aussage zu, dass sich die Schweiz den Herausforderungen des Klimawandels stelle und ernsthaft nach Lösungen suche. Insgesamt wird der Beitrag der Schweiz rund um das Thema Nachhaltigkeit von der Bevölkerung in Westeuropa zurückhaltender beurteilt als von jener der geographisch weiter entfernten Ländern.

## Solidarität und Verantwortung

Das Engagement der Schweiz im Bereich der internationalen Solidarität findet verglichen mit anderen Themen eine **geringe öffentliche Aufmerksamkeit**. Zwar wird die Schweiz mehrheitlich als solidarisches und verantwortliches Land wahrgenommen, gleichzeitig hält ein beachtlicher Teil der Befragten die Schweiz aber auch für ein Land, das stark auf den eigenen Vorteil bedacht ist. Der Beitrag, den die Schweiz zur Sicherung des Friedens und der Menschenrechte leistet, wird als relativ gering eingeschätzt. Vergleichsweise wenig Zustimmung erhält auch die Aussage, dass die Schweiz dazu beitrage, die gegenwärtigen Probleme in der Welt zu lösen. Die bescheidenen Bewertungen der Schweiz werden allerdings durch einen Benchmarkvergleich relativiert. Dieser zeigt, dass die Befragten auch den Beitrag von anderen Ländern wie Deutschland, Kanada, Schweden und den Niederlanden nicht besser beurteilen als denjenigen der Schweiz. Die Wahrnehmung der Schweiz im Bereich der internationalen Solidarität hat sich seit 2016 geringfügig verbessert. Die grösste Verbesserung gab es in Deutschland.

## **Sympathie, Werte und Gesellschaft**

Die Wahrnehmung der Schweiz im Themenbereich Sympathie, Werte und Gesellschaft **polarisiert im Ausland**. Manche Aussagen werden in den 18 Ländern sehr ähnlich, andere wiederum sehr unterschiedlich beurteilt. Weitgehend einig sind sich der Befragten der verschiedenen Länder, wenn es um die Vertrauenswürdigkeit oder die Werte und Normen der Schweiz geht. Für diese Aspekte erhält die Schweiz durchweg positive Bewertungen. Weniger Einigkeit zeigt sich bei den Bewertungen zur Offenheit und Willkommenskultur der Schweiz. Aus der Sicht der Länder USA, UK, Mexiko, Indien und UAE ist die Schweiz ein tolerantes und offenes Land, das Ausländerinnen und Ausländer willkommen heisst. Deutlich geringere Zustimmung zu diesen beiden Aussagen resultiert in Frankreich, Italien, Argentinien, Brasilien und Südafrika. Ein ähnliches Antwortmuster zeigt sich bei der Bewertung der Freundlichkeit der Schweizerinnen und Schweizer. Insbesondere in Italien und in geringerem Masse auch in der Türkei, Frankreich, Argentinien und Brasilien werden die Einwohnerinnen und Einwohner der Schweiz als eher wenig freundlich wahrgenommen.

Tabelle 1: Wahrnehmung der Schweiz nach Themenbereich und Land

Themen	Themenspezifische Aussagen	n=																	Global 2020		
		Argentinien	Brasilien	China	Deutschland	Frankreich	Indien	Italien	Japan	Marokko	Mexiko	Polen	Russland	Südafrika	Südkorea	Türkei	UAE	UK		USA	
Bildung, Forschung, Innovation	Die Schweiz bietet sehr gute Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten.	4.2	4.3	4.2	4.1	3.9	4.1	4.0	3.8	4.3	4.4	4.3	4.3	4.2	3.9	4.1	4.1	4.0	4.0	4.1	4.1
	Die Schweiz steht für kreative Ideen und innovative Lösungen.	3.9	4.0	3.9	3.8	3.7	4.2	3.6	3.5	4.2	4.2	4.1	3.8	4.0	3.8	4.0	4.1	3.8	3.9	3.9	3.9
	Die Schweiz ist im internationalen Vergleich ein wichtiger Standort für Wissenschaft und Forschung.	4.1	4.1	3.9	3.9	3.7	4.1	3.9	3.6	4.0	4.2	4.3	4.1	4.0	3.8	4.0	4.0	4.0	4.0	3.8	4.0
	Die Schweiz ist ein bedeutender High-Tech-Standort.	4.0	4.0	3.9	3.6	3.8	4.1	3.8	3.6	3.8	4.1	4.2	4.2	3.9	3.6	3.9	4.1	3.9	3.7	3.7	3.9
Wirtschaft, Standort & Produkte	Aus der Schweiz kommen qualitativ sehr hochwertige Produkte und Dienstleistungen.	4.2	4.3	4.2	4.2	4.1	4.3	4.0	3.9	4.5	4.4	4.5	4.6	4.3	4.0	4.0	4.3	4.1	4.1	4.2	
	Die Schweiz ist als Arbeitsort sehr attraktiv.	4.3	4.2	4.0	4.3	4.2	4.3	4.1	3.5	4.3	4.3	4.4	4.4	4.2	3.7	4.0	4.2	3.9	4.0	4.1	
	Die Schweiz hat eine starke Position in der globalen Wirtschaft.	4.3	4.0	3.8	3.7	3.7	4.2	4.0	3.5	4.1	4.3	4.3	4.0	4.1	3.6	4.0	4.1	3.9	3.8	4.0	
	Schweizer Unternehmen handeln ethisch und verantwortungsvoll.	4.0	4.2	4.1	3.7	3.6	4.3	3.6	3.7	4.3	4.3	4.1	4.3	4.0	3.7	3.9	4.1	3.7	3.9	4.0	
	Die Schweiz ist ein unternehmerfreundliches Land.	4.3	4.3	4.0	4.0	4.1	4.2	4.0	3.4	4.3	4.3	4.4	4.3	4.1	3.4	3.9	4.1	4.0	4.0	4.1	
	Die Schweiz ist bekannt für ihre hohe Lebensqualität.	4.5	4.5	4.2	4.3	4.4	4.4	4.2	3.9	4.6	4.5	4.5	4.6	4.3	4.1	4.2	4.3	4.2	4.1	4.3	
In der Schweiz sind sensible Daten gut aufgehoben.	4.2	4.2	3.9	3.8	3.9	4.2	3.9	3.9	4.3	4.2	4.2	4.3	4.0	3.8	4.0	4.2	3.8	3.9	4.0		
Politik	Die Schweiz wird kompetent regiert.	4.1	4.3	4.1	4.0	4.0	4.2	4.0	3.9	4.5	4.3	4.3	4.2	4.1	3.8	4.0	4.2	4.0	4.0	4.1	
	Die Schweiz setzt sich stark für ihre Bürgerinnen und Bürger ein.	4.2	4.2	4.1	4.1	4.0	4.4	4.2	3.8	4.4	4.3	4.3	4.5	4.3	4.0	4.1	4.3	4.0	4.1	4.2	
	Das politische System der Schweiz mit häufigen Volksabstimmungen ist eine Stärke der Schweiz.	4.0	4.2	4.0	4.2	4.0	4.2	4.0	3.8	4.3	4.1	4.3	4.2	4.0	3.9	3.9	4.1	3.8	3.9	4.1	
	Die Neutralität der Schweiz ist etwas Positives.	4.0	4.0	4.1	4.1	3.9	4.3	3.7	4.1	4.2	4.2	4.3	4.3	4.0	4.0	3.9	4.1	4.0	4.0	4.1	
Dank der Neutralität kann die Schweiz in Konflikten vermitteln und international gute Dienste leisten.	4.0	4.1	3.9	4.0	3.7	4.2	3.6	3.9	4.1	4.3	4.2	4.1	4.0	3.9	3.8	4.1	3.9	4.0	4.0		
Nachhaltigkeit	Die Schweiz engagiert sich aktiv für den Schutz der Umwelt.	3.9	4.1	4.1	3.8	3.9	4.4	3.9	4.0	4.4	4.3	4.2	4.3	4.2	4.1	4.1	4.3	3.9	4.0	4.1	
	Die Schweiz nimmt Nachhaltigkeit ernst und übernimmt so Verantwortung für zukünftige Generationen.	4.0	4.2	4.1	3.8	3.8	4.2	3.8	3.7	4.2	4.3	4.1	4.3	4.2	3.8	3.9	4.2	3.9	4.0	4.1	
	Die Schweiz stellt sich den Herausforderungen des Klimawandels und sucht ernsthaft nach Lösungen.	3.9	4.0	4.0	3.7	3.7	4.1	3.7	3.7	4.1	4.3	4.1	4.1	3.9	3.8	3.9	3.9	3.9	3.9	3.9	
Solidarität & Verantwortung	Die Schweiz ist ein Land, welches nicht stärker als andere Länder auf den eigenen Vorteil bedacht ist.	3.4	3.3	3.6	3.4	3.2	3.8	2.9	3.0	3.0	3.7	4.1	3.7	3.3	3.5	3.4	3.4	3.5	3.5	3.4	
	Die Schweiz ist ein solidarisches und verantwortungsvolles Land.	3.8	4.1	4.0	3.8	3.7	4.2	3.4	3.9	4.2	4.3	4.2	4.3	4.0	3.7	3.8	4.2	3.8	4.0	4.0	
	Die Schweiz trägt im internationalen Vergleich überdurchschnittlich viel zur Sicherung des Friedens und der Menschenrechte bei.	3.8	4.0	4.0	3.6	3.7	4.1	3.4	3.8	4.2	4.1	4.0	4.0	3.7	3.8	3.8	4.0	3.6	3.7	3.9	
	Die Schweiz trägt dazu bei, die gegenwärtigen Probleme in der Welt zu lösen.	3.6	3.9	3.8	3.3	3.2	4.1	3.0	3.6	3.8	4.0	3.7	3.9	3.8	3.6	3.7	4.1	3.7	3.8	3.7	
Sympathie, Werte & Gesellschaft	Die Schweiz hat freundliche Einwohnerinnen und Einwohner.	3.8	3.8	4.0	4.0	3.7	4.3	3.0	3.7	4.2	4.2	4.0	4.1	3.9	3.7	3.6	4.2	3.9	4.1	3.9	
	Die Schweiz steht für positive Normen und Werte.	4.2	4.3	4.1	4.0	3.9	4.3	3.9	3.7	4.3	4.3	4.2	4.2	4.1	3.9	3.9	4.2	3.9	4.0	4.1	
	Die Schweiz ist ein tolerantes und offenes Land.	3.6	3.8	4.1	3.7	3.5	4.3	3.0	3.5	4.3	4.2	4.1	4.0	3.9	3.7	3.9	4.2	4.0	4.0	3.9	
	Ausländerinnen und Ausländer sind in der Schweiz willkommen.	3.6	3.8	3.9	3.2	3.2	4.4	2.8	3.6	3.9	4.1	3.8	3.6	3.8	3.5	3.6	4.3	4.0	4.0	3.7	
	Die Schweiz ist vertrauenswürdig.	4.5	4.3	4.1	4.0	4.0	4.4	4.0	3.9	4.4	4.4	4.3	4.4	4.1	4.0	4.1	4.3	4.0	4.0	4.2	
	Die Schweiz ist mir rundum sympathisch.	3.7	4.1	4.0	3.9	3.9	4.6	3.5	3.8	4.4	4.0	4.2	4.1	4.3	3.9	3.9	4.4	3.9	4.0	4.0	
Im Gespräch mit Freunden würde ich mich positiv über die Schweiz äussern.	4.2	4.3	3.9	3.9	3.7	4.4	3.6	3.7	4.5	4.4	4.3	4.4	4.2	3.9	3.8	4.3	3.8	3.9	4.1		

**Legende:**

Die Tabelle zeigt die durchschnittliche Beurteilung der Aussagen (Mittelwerte auf einer Skala von 1 bis 5). Die Einfärbung der Zelle gibt einen Hinweis darauf, in welchem Verhältnis der jeweilige Wert zur mittleren Beurteilung über alle Länder hinweg steht.

Rot eingefärbte Zellen weisen auf eine unterdurchschnittliche Bewertung hin.

Grün eingefärbte Zellen kennzeichnen eine überdurchschnittliche Bewertung.

Gelbtöne markieren eine durchschnittliche Bewertung.

**Lesebeispiel Polen:**

Die Ergebnisse zeigen, dass die Wahrnehmung der Schweiz in Polen sehr gut ist. Herausragende Bewertung gibt es für die Bewertung der Aussagen, dass aus der Schweiz qualitativ sehr hochwertige Produkte und Dienstleistungen kommen und dass die Schweiz bekannt ist für ihre hohe Lebensqualität. Auch andere Bereiche der Schweizer Wirtschaft werden in Polen sehr positiv beurteilt. Gut bis sehr gut ist die Wahrnehmung der Schweiz auch in den Bereichen Bildung, Forschung & Innovation, Politik und Nachhaltigkeit. Bescheidener fällt in Polen teilweise die Wahrnehmung der Schweiz in den Bereichen Solidarität & Verantwortung sowie Sympathie, Werte & Gesellschaft aus: Im Vergleich zu den anderen Themen werden die Aussagen «Die Schweiz trägt dazu bei, die gegenwärtigen Probleme in der Welt zu lösen» und «Ausländerinnen und Ausländer sind in der Schweiz willkommen» eher kritisch beurteilt.

# Methodik der Studie

## Zielsetzung, Hintergrund und Inhalt der Studie

Der Imagemonitor von Präsenz Schweiz zeigt auf, wie das Bild der Schweiz bei der breiten Bevölkerung im Ausland aussieht. Anhand einer standardisierten und in mehreren Ländern zeitgleich durchgeführten Befragung werden die wichtigsten Merkmale in der Wahrnehmung der Schweiz abgebildet. Der Imagemonitor wird seit 2016 alle zwei Jahre erhoben und ist als Zeitreihenuntersuchung angelegt. Ziel der Studie ist es, Entwicklungen und Trends in der Wahrnehmung der Schweiz zu identifizieren. Die Beobachtung und Analyse der Wahrnehmung der Schweiz im Ausland gehört zu den im Bundesgesetz und der Verordnung über die Pflege des schweizerischen Erscheinungsbildes im Ausland festgelegten Kernaufträgen der Schweizer Landeskommunikation.

Der Imagemonitor 2020 gibt Aufschluss über folgende Wahrnehmungsbereiche: Gesamtwahrnehmung der Schweiz; selbst wahrgenommene Veränderung des Images der Schweiz; Kenntnisse der Schweiz; Spontanassoziationen zur Schweiz inkl. Schwächen der Schweiz und erinnerte Ereignisse aus den Nachrichten; Wahrnehmung der Schweiz nach Themenbereichen: Wirtschaft, Standort & Produkte Finanzplatz; Bildung, Forschung & Innovation; Politik; Nachhaltigkeit; Solidarität & Verantwortung; Rolle der Schweiz in Europa; Sympathie, Werte & Gesellschaft.

## Studiendesign und Stichprobe

Für die Erhebung wurden folgende Länder berücksichtigt: Argentinien, Brasilien, China, Deutschland, Frankreich, Indien, Italien, Japan, Marokko, Mexiko, Polen, Russland, Südafrika, Südkorea, Türkei, UAE, UK, USA. Die Befragungen wurden zwischen dem 22. Mai und 23. Juni 2020 von der Empiricon AG durchgeführt und fanden damit noch vor der zweiten Welle der Covid-19-Pandemie statt. Die Erhebung erfolgte online mittels Selbstausfüll-Fragebogen. Befragt wurden in jedem Land zwischen 500 und 1000 repräsentativ ausgewählte Personen, die Gesamtstichprobe umfasst  $n = 12'168$  Personen. Pro Land wurden Quoten auf die soziodemografischen Merkmale Region, Geschlecht und Alter gesetzt.

In Deutschland, Frankreich, Italien, UK, Japan, Polen, Südkorea und den USA ist die Stichprobe repräsentativ für die Gesamtbevölkerung. In Argentinien, Brasilien, China, Indien, Marokko, Mexiko, Russland, Südafrika, Türkei und den UAE wurde die untersuchte Population aus forschungsökonomischen Gründen auf die für die Schweizer Landeskommunikation erreichbaren und damit relevanten Bevölkerungssegmente eingeschränkt. Berücksichtigt wurden in diesen Ländern Personen, die in urbanisierten Regionen leben und über Zugang zu Ressourcen und Bildung verfügen.

Diese Einschränkung der untersuchten Populationen muss bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden. Dies gilt insbesondere für Indien und China, wo 54% bzw. 45% bzw. der Befragten angeben, die Schweiz schon mindestens einmal besucht zu haben, zumeist aus touristischen Gründen. Das sind für zwei geographisch weit von der Schweiz entfernten Länder sehr hohe Werte. Es ist daher davon auszugehen, dass viele Befragte aus diesen Ländern über ungewöhnlich gute Kenntnisse der Schweiz verfügen und ihre Aussagen von diesen Kenntnissen beeinflusst wurden.

Die Sektion Monitoring und Analyse bei Präsenz Schweiz steht gerne für weitere Informationen zur Studie zur Verfügung.

Sektion Monitoring & Analyse  
Präsenz Schweiz, GS-EDA  
Bundesgase 32  
CH-3003 Bern

matthias.bucher@eda.admin.ch  
prs@eda.admin.ch