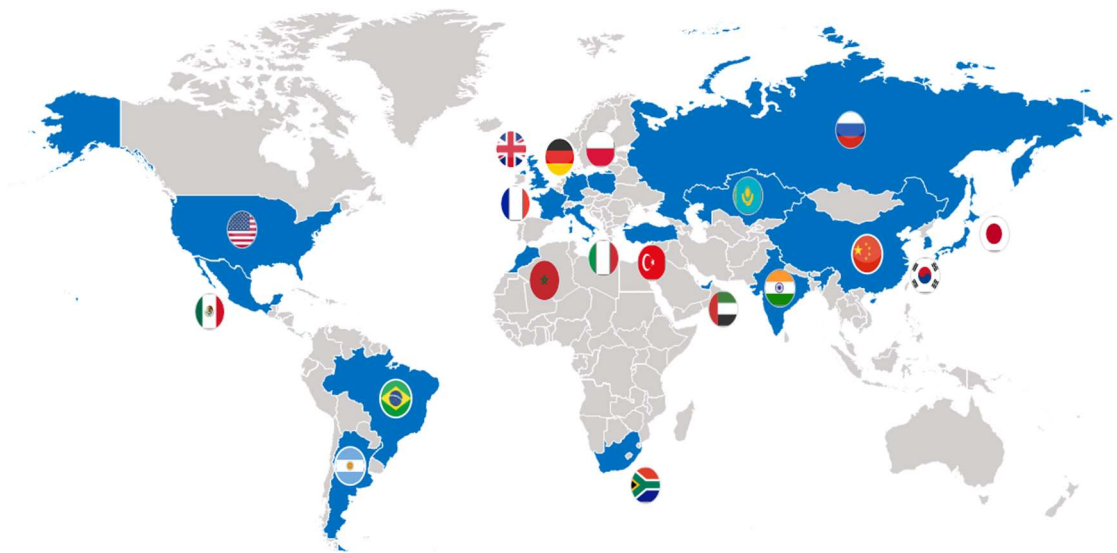




# Präsenz Schweiz Imagemonitor 2018

## Die Wahrnehmung der Schweiz im Ausland

---



*Für den Präsenz Schweiz Imagemonitor 2018 wurde die Bevölkerung in 19 Ländern befragt: Argentinien, Brasilien, China, Deutschland, Frankreich, Grossbritannien (UK), Indien, Italien, Japan, Südkorea, Kasachstan, Marokko, Mexiko, Polen, Russland, Südafrika, Türkei, Vereinigte Arabische Emirate, Vereinigte Staaten von Amerika*

---

Der Imagemonitor erfasst das Bild der Schweiz bei der breiten Bevölkerung im Ausland. Die präsentierten Ergebnisse beruhen auf einer von Präsenz Schweiz konzipierten und im Herbst 2018 durchgeführten repräsentativen Bevölkerungsbefragung bei insgesamt 12'767 Personen in 19 Ländern weltweit. Der Imagemonitor wurde erstmals im Jahr 2016 erhoben und ist als Zeitreihenuntersuchung angelegt. Ziel der Studie ist die Identifizierung von Entwicklungen und Trends in der Wahrnehmung der Schweiz.

Der Imagemonitor gibt Aufschluss über die Gesamtwahrnehmung der Schweiz im Vergleich mit 4 Benchmarkländern, die selbst wahrgenommene Veränderung des Images der Schweiz, die Spontanassoziationen zur Schweiz sowie damit verbundene Stärken und Schwächen und erinnerte Ereignisse aus den Nachrichten. Ferner wurde die Wahrnehmung der Schweiz in neun Themenbereichen erhoben: Wirtschaft & Wettbewerbsfähigkeit; Finanzplatz (im Vergleich mit 3 Benchmarkländern); Bildung, Forschung & Innovation; Politisches System & Governance; Solidarität & Verantwortung; Rolle der Schweiz in Europa; Kultur & Sport; Gesellschaft; Natur.

# Das Wichtigste in Kürze

- **Die Schweiz besitzt im Allgemeinen ein sehr gutes Image.** Sie hinterlässt bei den meisten Befragten weltweit einen positiven Gesamteindruck. Im Vergleich mit den vier als Benchmark definierten Ländern Schweden, Dänemark, Deutschland und Grossbritannien (UK) belegt die Schweiz in den meisten Ländern den Spitzenplatz, teils gemeinsam mit Schweden bzw. Deutschland (vgl. S. 3-5).
- Das Image der Schweiz ist im **Zeitverlauf stabil**. In allen untersuchten Ländern geben grosse Bevölkerungsmehrheiten an, dass sich ihr Eindruck der Schweiz in letzter Zeit nicht verändert habe (vgl. S. 4-5). Nur eine kleine Minderheit gibt an, Veränderungen – vor allem Verbesserungen – festgestellt zu haben. Hohe zeitliche Stabilität zeigt sich auch beim Vergleich mit der Studie 2016 (vgl. S. 5-6).
- Inhaltlich geprägt wird das **Bild der Schweiz** vor allem durch die **Landschaft** (Berge, schöne und natürliche Landschaften), die **traditionellen Produkte** (Schokolade, Uhren, Käse) und den **Finanzplatz**. Eine bedeutende Rolle spielen auch der **Wohlstand** und die stabile **Wirtschaft**, die hohe **Lebensqualität** und die **Neutralität**. Auch wird die Schweiz häufig mit **Sauberkeit** assoziiert (vgl. S. 6-7).
- Wenn explizit und ohne Vorgaben offen nach den **Stärken der Schweiz** gefragt wird, werden vor allem die starke Wirtschaft und der damit verbundene Wohlstand genannt. Häufig erwähnt werden zudem die Natur und die schönen Landschaften. In vielen Ländern wird auch die Neutralität bzw. Unabhängigkeit als Stärke betrachtet (vgl. S. 7).
- Bei den **Schwächen der Schweiz** führen die Befragten deutlich weniger Aussagen an. Aus Sicht der breiten Bevölkerung im Ausland stellen die hohen Lebenshaltungskosten und Preise die bedeutendste Schwäche der Schweiz dar. In geringerem Ausmass werden auch eine fehlende Offenheit und Selbstisolation der Schweiz sowie Steuerthemen als Schwächen angeführt (vgl. S. 7).
- Auch bei einer Befragung zu spezifischen **thematischen Wahrnehmungsbereichen** zeigt sich, dass die Schweiz grundsätzlich über ein sehr hohes Ansehen verfügt. Eine hohe Attraktivität strahlt im Ausland die Schweizer **Wirtschaft** aus und auch der **Finanzplatz** Schweiz geniesst in den meisten Ländern einen ausgezeichneten Ruf. Sehr gut ist das Image der Schweiz zudem in den Bereichen **Bildung, Forschung und Innovation** sowie **Regierungsführung und Governance**. Ebenfalls sehr gute Bewertungen erhält die Schweiz für ihre **Natur**. Etwas weniger stark anerkannt wird im Ausland dagegen das Engagement der Schweiz im Bereich **Solidarität und Verantwortung** sowie speziell der **Beitrag der Schweiz für Europa**. Eher bescheiden ist die Wahrnehmung der Schweiz auch in den Bereichen **Gesellschaft** sowie **Kultur und Sport** (vgl. S. 7-11).

# Inhaltsverzeichnis

<b>Das Wichtigste in Kürze</b> .....	1
<b>Ergebnisse</b> .....	3
Gutes und stabiles Gesamtimage der Schweiz im Ausland .....	3
Sehr guter Gesamteindruck der Schweiz .....	3
Merkmal Stabilität .....	5
Spontanassoziationen.....	6
Stärken und Schwächen der Schweiz.....	7
Themenspezifische Wahrnehmung der Schweiz.....	7
Wirtschaft und Wettbewerbsfähigkeit .....	8
Finanzplatz .....	8
Bildung, Forschung und Innovation.....	9
Politisches System und Governance.....	9
Solidarität und Verantwortung.....	9
Rolle der Schweiz in Europa .....	9
Gesellschaft.....	10
Kultur und Sport.....	10
Natur.....	10
<b>Methodik der Studie</b> .....	12
Zielsetzung, Hintergrund und Inhalt der Studie .....	12
Studiendesign und Stichprobe .....	12

# Ergebnisse

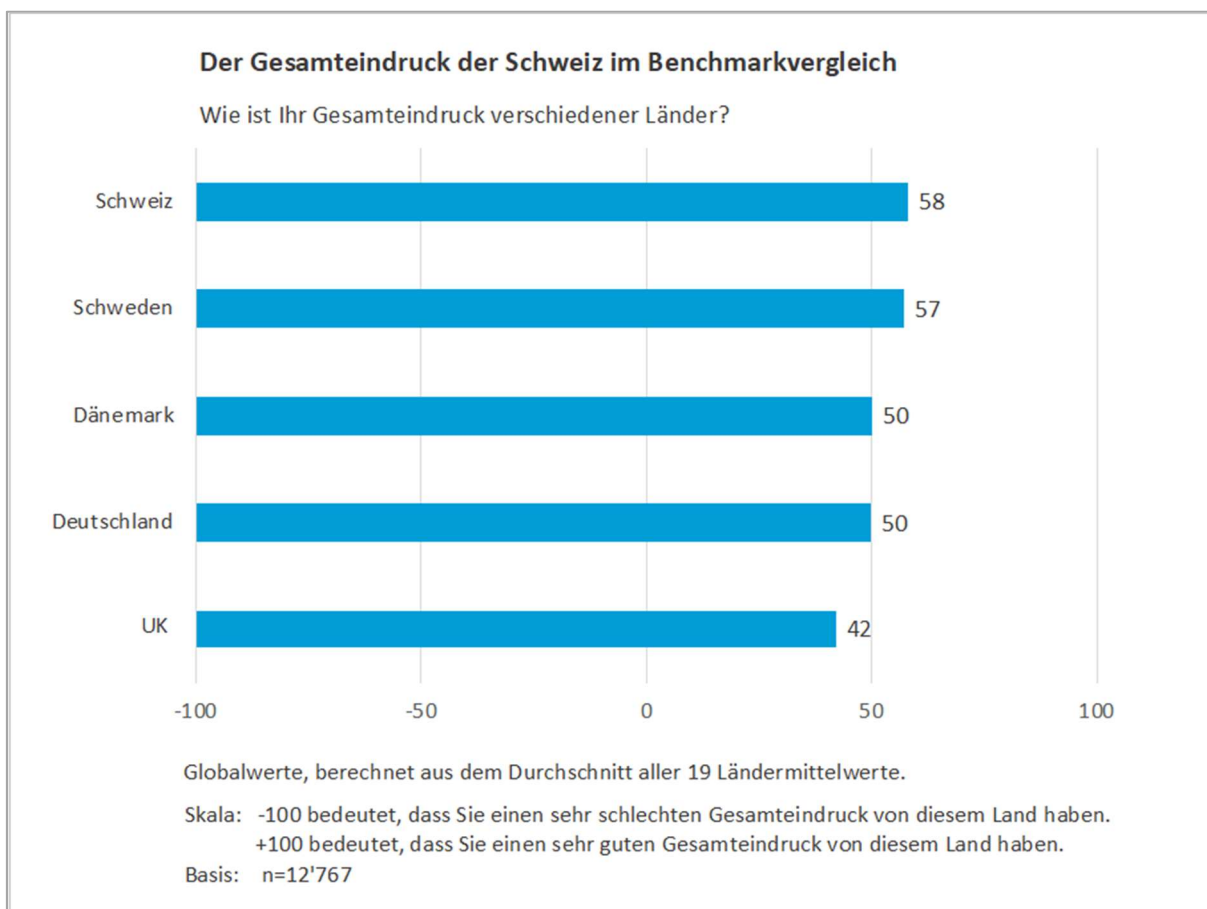
Im Folgenden wird eine Auswahl der Befunde des Präsenz Schweiz Imagemonitors 2018 präsentiert. Die detaillierten Angaben zur Studie und zu ihrer Durchführung finden sich am Ende des vorliegenden Berichts (S. 12).

## Gutes und stabiles Gesamtimage der Schweiz im Ausland

### Sehr guter Gesamteindruck der Schweiz

Die Schweiz verfügt bei der breiten Bevölkerung weltweit grundsätzlich über ein **sehr gutes Image** (vgl. Grafik 1). Beim Gesamteindruck schneidet die Schweiz im Vergleich zu den vier in dieser Studie als Benchmarks berücksichtigten Ländern global, d.h. im Durchschnitt über alle untersuchten Länder hinweg, ganz knapp am besten ab, dicht gefolgt von Schweden. Auf einer Skala von -100 bis +100 erreicht die Schweiz einen sehr guten Mittelwert (MW) von +58 Punkten, während das Benchmarkland Schweden +57 erzielt. Dahinter folgen mit deutlichem Abstand die Gesamteindrücke von Dänemark und Deutschland mit je +50 Punkten. Den letzten Rang belegt Grossbritannien (UK) mit einem Durchschnittswert von +42 Punkten.

Grafik 1: Der Gesamteindruck der Schweiz – globale Ergebnisse



Anmerkung: Durch die Gestaltung der Frage mittels Landkarte und Flaggen wurden die Befragten auf den Unterschied Schweiz-Schweden aufmerksam gemacht.

Auch in den meisten untersuchten Einzelländern belegt die Schweiz eine Spitzenposition, teils gemeinsam mit Schweden bzw. Deutschland (vgl. Tabelle 1). Die besten Ergebnisse erzielt die

Schweiz in Polen, Kasachstan, Indien, Russland und in den Vereinigten Arabischen Emiraten. Der Gesamteindruck der Schweiz wird von den Befragten dieser Länder jeweils klar auf den ersten Rang gesetzt – deutlich vor den Gesamteindrücken der Benchmarkländer.

Ebenfalls auf dem ersten Rang, allerdings gemeinsam mit Schweden, liegt die Schweiz in Südafrika, Brasilien, Argentinien, Deutschland, Grossbritannien und in den USA. In Marokko teilt sich die Schweiz den ersten Rang gemeinsam mit Schweden und Deutschland, in China gemeinsam mit Deutschland.

Tabelle 1: Gesamteindruck der Schweiz im Benchmarkvergleich – Rangfolgenanalyse

Gesamteindruck					
2018	Rang 1	Rang 2	Rang 3	Rang 4	Rang 5
<b>Global</b> n=12'767	Schweiz 58	Schweden 57	Dänemark 50	Deutschland 50	UK 42
<b>Polen</b> n=510	Schweiz 67	Dänemark 55	Schweden 53	UK 46	Deutschland 40
<b>Kasachstan</b> n=503	Schweiz 58	Schweden 50	Deutschland 49	Dänemark 34	UK 30
<b>Indien</b> n=1015	Schweiz 64	Schweden 58	Deutschland 58	UK 56	Dänemark 51
<b>Russland</b> n=508	Schweiz 59	Schweden 54	Deutschland 50	Dänemark 41	UK 19
<b>VAE</b> n=503	Schweiz 62	Schweden 58	Deutschland 55	UK 53	Dänemark 45
<b>Südafrika</b> n=514	Schweiz 56	Schweden 55	Deutschland 52	UK 48	Dänemark 45
<b>Brasilien</b> n=511	Schweiz 71	Schweden 71	Dänemark 66	Deutschland 63	UK 61
<b>Argentinien</b> n=514	Schweden 72	Schweiz 72	Deutschland 65	Dänemark 64	UK 44
<b>UK</b> n=508	Schweden 48	Schweiz 47	Dänemark 44	UK 39	Deutschland 29
<b>Marokko</b> n=508	Schweden 76	Schweiz 75	Deutschland 75	UK 63	Dänemark 62
<b>USA</b> n=1057	Schweden 53	Schweiz 52	Dänemark 49	UK 47	Deutschland 40
<b>Deutschland</b> n=1003	Schweden 55	Schweiz 54	Dänemark 52	Deutschland 39	UK 16
<b>China</b> n=1026	Deutschland 62	Schweiz 61	Dänemark 56	UK 51	Schweden 48
<b>Südkorea</b> n=504	Schweden 57	Schweiz 54	Deutschland 52	Dänemark 51	UK 45
<b>Frankreich</b> n=1019	Schweden 49	Schweiz 46	Dänemark 44	Deutschland 33	UK 19
<b>Japan</b> n=503	Schweden 45	Schweiz 42	Deutschland 40	Dänemark 39	UK 34
<b>Türkei</b> n=503	Schweden 53	Schweiz 44	Deutschland 37	Dänemark 35	UK 26
<b>Mexiko</b> n=541	Schweden 75	Deutschland 74	Schweiz 72	Dänemark 65	UK 64
<b>Italien</b> n=1017	Schweden 57	Dänemark 52	Schweiz 48	UK 38	Deutschland 32

Die Tabelle zeigt die Rangfolge der Länder und die jeweiligen Mittelwerte. Mit der Einfärbung wird die jeweilige Position der Schweiz und allfälliger gleich beurteilter Benchmarkländer hervorgehoben.

In Mexiko und Italien belegt die Schweiz den dritten Rang. In Mexiko liegt der Gesamteindruck der Schweiz – trotz des hohen Durchschnittswertes von 72 Punkten – hinter dem Gesamteindruck von Schweden und Deutschland, jedoch deutlich vor Dänemark und Grossbritannien. Auch die Befragten Italiens beurteilen die Schweiz vergleichsweise bescheidener. Der Gesamteindruck der Schweiz liegt in Italien deutlich hinter jenem von Schweden und Dänemark auf dem dritten Rang.

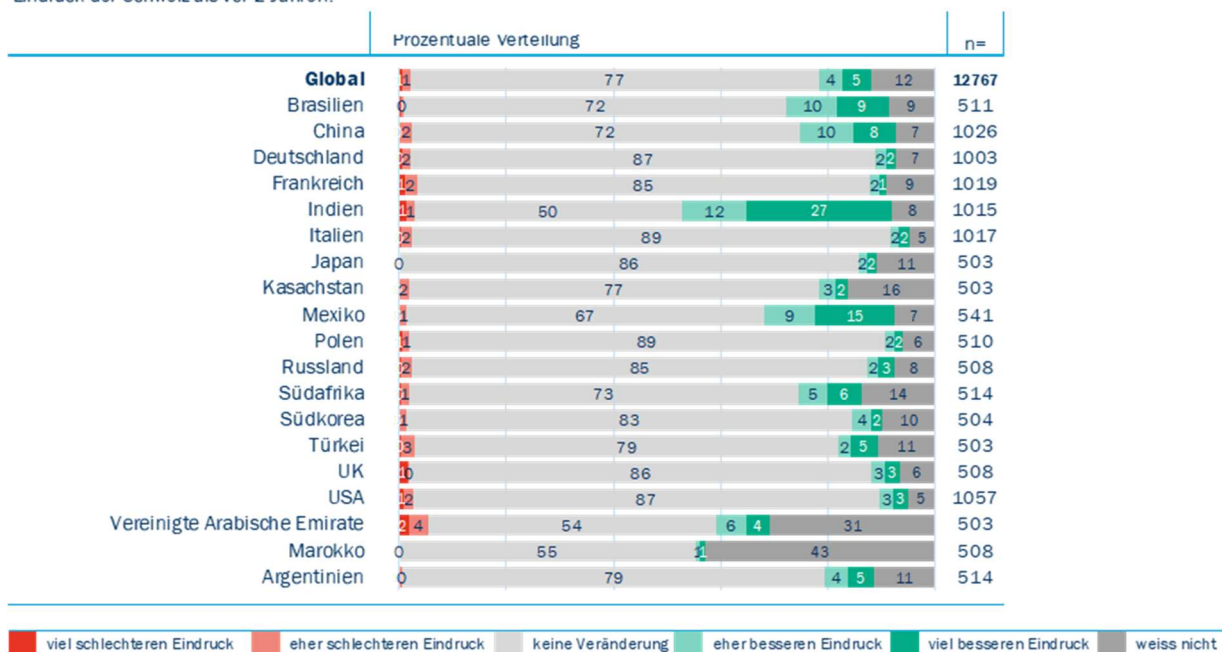
Der **Gesamteindruck Deutschlands** liegt mehrheitlich im Mittelfeld, wird aber insbesondere in Polen, Grossbritannien, Italien und in den USA sehr kritisch beurteilt. Auch das Selbstbild der Deutschen ist überraschend kritisch. Wie bereits in der Studie 2016 lässt sich beim **Gesamteindruck Grossbritanniens** relativ deutlich ein «Brexit-Effekt» feststellen: Insbesondere in Deutschland und Frankreich erhält Grossbritannien eine deutlich schlechtere Beurteilung des Gesamteindrucks als die Schweiz und die anderen Benchmarkländer. Niedrige Werte resultieren auch in Russland, wo der Fall um Sergej Skripal eine Rolle spielen könnte.

### Merkmal Stabilität: wenig Veränderungen beim Image der Schweiz

Das **Image der Schweiz** erweist sich als grundsätzlich **stabil**. In den meisten untersuchten Ländern geben grosse Bevölkerungsmehrheiten an, dass sich ihr Bild der Schweiz in den vergangenen zwei Jahren nicht verändert habe (vgl. Grafik 2). Im Durchschnitt über alle untersuchten Länder hinweg sind 77% der Befragten dieser Ansicht. Weitere 9% der Befragten geben an, ihr Bild von der Schweiz habe sich in diesem Zeitraum verbessert, während lediglich 2% über eine Verschlechterung berichten. Die restlichen 12% 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 verändert?  
Haben Sie heute einen viel besseren, einen eher besseren, einen eher schlechteren oder einen viel schlechteren Eindruck der Schweiz als vor 2 Jahren?



Ausnahmen von dieser Regel betreffen vor allem Indien, wo rund 40% angeben, dass sich ihr Eindruck über die Schweiz verbessert habe. Als Begründung führen sie, neben generell positiven Aussagen, den Wohlstand und die wirtschaftliche Stabilität sowie den Tourismus an. Weitere Länder mit relativ hohen Bevölkerungsanteilen, die von einem **verbesserten Eindruck der Schweiz** berichten, sind Mexiko (24%), Brasilien (19%) und China (18%). Auch in diesen Ländern sind Wohlstand und wirtschaftliche Stabilität sowie zum Teil auch persönliche Erfahrungen oder bessere Informationen die wichtigsten Gründe für die Verbesserung.

Bei der Interpretation dieser Ergebnisse gilt es jedoch zu berücksichtigen, dass in Indien, Mexiko, Brasilien und China länder- bzw. kulturbedingte Verzerrungseffekte eine Rolle spielen dürften (vgl. auch S. 12). Die hohen Bevölkerungsanteile, die von einem verbesserten Eindruck der Schweiz berichten, sind daher mit Vorsicht zu interpretieren.

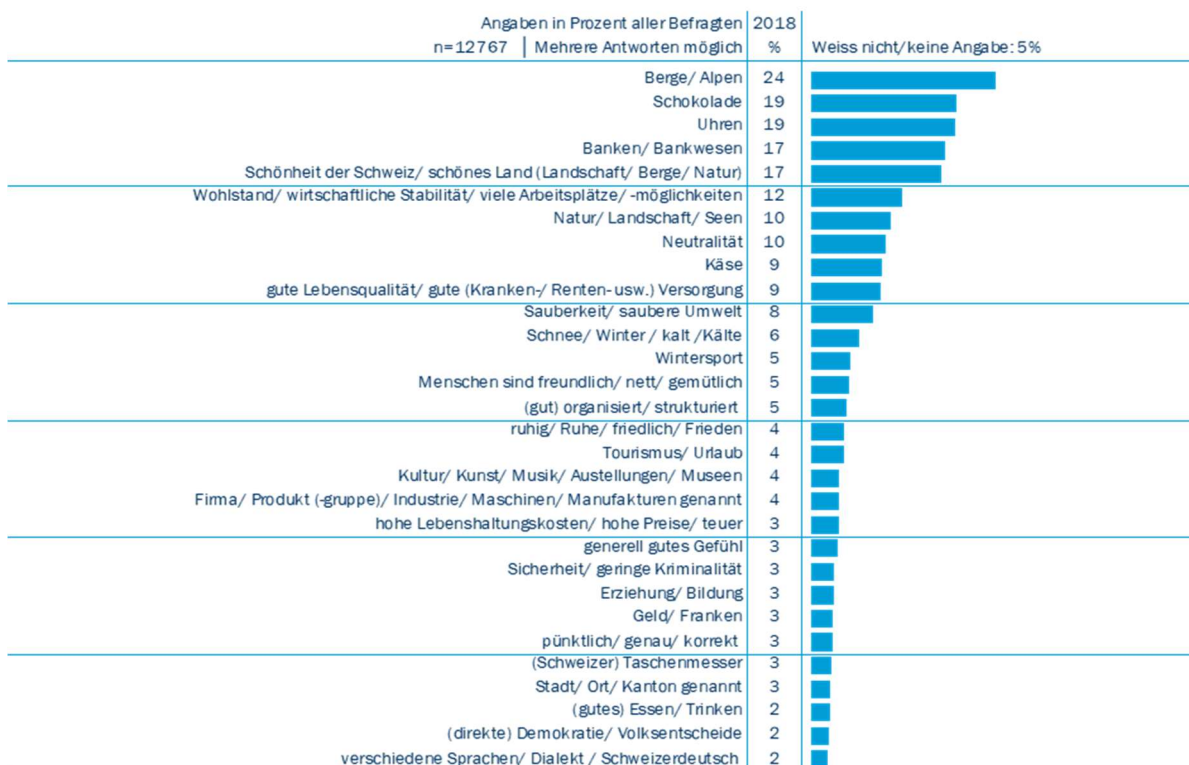
In Marokko und in den Vereinigten Arabischen Emiraten fällt auf, dass mit 43% resp. 31% relativ grosse Anteile der Befragten nicht wissen, ob sich ihr Eindruck von der Schweiz verändert hat oder nicht.

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

Interessante Einblicke zum Bild der Schweiz im Ausland bieten auch die Ergebnisse zu den spontanen Assoziationen. Hierzu wurden die Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer gefragt, welche Vorstellungen und Bilder ihnen beim Stichwort «Schweiz» spontan in den Sinn kommen. 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 nicht auf elaborierten Überlegungen beruhen, sondern meist intuitiv erfolgen und auf leicht abrufbaren Klischees beruhen.

Grafik 3: Spontanassoziationen zur Schweiz – Globale Ergebnisse

Was kommt Ihnen alles spontan in den Sinn, wenn Sie an die Schweiz denken? Denken Sie dabei an Eigenschaften und Besonderheiten, aber auch an aktuelle Ereignisse, Persönlichkeiten, Organisationen, Firmen, Produkte etc. Notieren Sie alles, was Ihnen einfällt, wenn Sie an die Schweiz denken.



Das spontane Bild der Schweiz wird global, d.h. über alle abgefragten Länder hinweg, vor allem durch die **Landschaft** (Berge, schöne und natürliche Landschaften), die **traditionellen 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. Eine bedeutende Rolle bei der spontanen Wahrnehmung spielen auch der **Wohlstand**, die wirtschaftliche **Stabilität**, die hohe

**Lebensqualität** und die **Neutralität**. Auch wird die Schweiz relativ häufig mit **Sauberkeit** assoziiert. Es fällt auf, dass die meisten dieser Primärassoziationen zur Schweiz **neutral oder positiv** gefärbt sind.

Nach einzelnen Befragungsländern analysiert, zeigen sich zum Teil grosse **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 den gängigen Stereotypen basiert. Allerdings zeigt sich hier eine grosse Varianz zwischen den Ländern in Bezug auf den jeweils dominierenden Aspekt bei den gängigen Stereotypen: So wird die Schweiz in Deutschland und in den USA beispielsweise häufig mit hohen Preisen in Verbindung gebracht, in Italien mehr mit Pünktlichkeit. In Osteuropa und in den ehemaligen GUS-Ländern wird das Bild der Schweiz besonders stark von Uhren und dem Finanzplatz geprägt, während die Schweiz in Mittel- und Südamerika vor allem mit den Themen Wohlstand, Wirtschaft und Lebensqualität verknüpft wird. In Grossbritannien wird die Schweiz überdurchschnittlich stark als Destination für Winterferien wahrgenommen, in Indien als idyllisch-romantische Urlaubsdestination.

## **Stärken und Schwächen der Schweiz**

Wenn explizit und ohne Vorgaben offen nach den **Stärken der Schweiz** gefragt wird, werden global betrachtet vor allem die starke Wirtschaft (von 14% der Befragten genannt), der damit einhergehende **Wohlstand** (10%) sowie die **Neutralität** (11%) angeführt. Aber auch der **Tourismus**, die gute **Lebensqualität** und die **Banken** werden verhältnismässig oft spontan als Stärken der Schweiz betrachtet. Die weiteren Nennungen beziehen sich häufig auf die schöne **Landschaft**, auf **typische Produkte** sowie auf spezifische Eigenschaften.

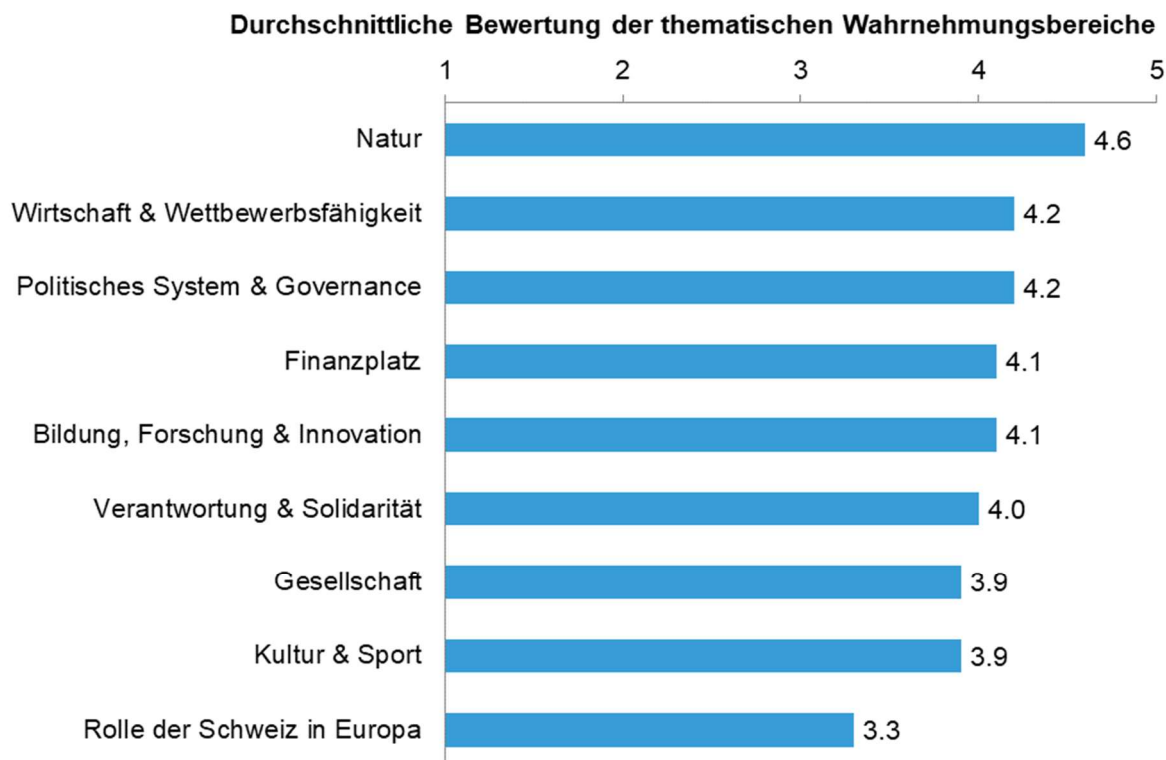
Ein etwas anderes Bild bietet sich bei den **Schwächen der Schweiz**: Wird explizit nach Schwächen der Schweiz oder verbesserungswürdigen Bereichen gefragt, so geben die Befragten weitaus am häufigsten an, dass die Schweiz in ihren Augen **keine Schwäche** besitze, die sie verbessern müsste, oder dass ihnen nichts Entsprechendes einfallen würde. Knapp die Hälfte Befragten äussert sich in diesem Sinne. Werden Schwächen oder Bereiche genannt, wo sich die Schweiz verbessern sollte, so beziehen sich diese am häufigsten auf die **hohen Preise und Lebenshaltungskosten** (9%). Dahinter sind zahlreiche weitere Einzelnennungen zu erkennen, welche aber jeweils nur von wenigen Befragten angeführt werden (3% oder weniger). Diese thematisieren unter anderem eine fehlende Offenheit bzw. eine Selbstisolation der Schweiz, beziehen sich aber auch auf Steuerthemen oder auf das Klima und die Grösse der Schweiz (zu klein, zu wenig Ressourcen).

## **Themenspezifische Wahrnehmung der Schweiz: viele positive Eckpfeiler, einige Verbesserungspotenziale**

Um nicht nur das auf spontanen Assoziationen und damit meistens vor allem auf Stereotypen beruhende Top-of-the-Mind-Profil der Schweiz zu erfassen, wurden die Befragten auch gebeten, ihre Einschätzung in Bezug auf vorgegebene Themen abzugeben (vgl. Grafik 4). Die Befragten wurden dazu aufgefordert, eine Reihe von Aussagen zur Schweiz danach einzuschätzen, wie stark sie auf die Schweiz zutreffen (vgl. Tabelle 2 auf S. 11 für einen Überblick über die im Fragebogen gestellten Fragen und detaillierten Ergebnisse). Die Aussagen lassen sich neun Themengebieten zuordnen. Im Folgenden werden für jedes Themengebiet die wichtigsten Ergebnisse hervorgehoben. Um auch auf Veränderungen in der zeitlichen Entwicklung einzugehen, werden im Text zudem Vergleiche zu den Ergebnissen des Imagemonitors 2016 gezogen.



Grafik 4: Rangfolge der Themenbereiche – Globale Ebene



Globalwerte, berechnet aus dem Durchschnitt aller 19 Ländermittelwerte; n=12'767

Skala: 1: trifft überhaupt nicht zu

5: trifft voll und ganz zu

## Wirtschaft und Wettbewerbsfähigkeit

Im Bereich Wirtschaft und Wettbewerbsfähigkeit genießt die Schweiz bei der breiten Bevölkerung im Ausland weltweit einen **sehr guten Ruf**. Auf einer Skala von 1 bis 5, wobei 1 keine Zustimmung und 5 eine hohe Zustimmung bedeutet, erzielt die Schweiz über alle 19 Länder hinweg im Durchschnitt den sehr guten Wert 4.2 (vgl. Grafik 4). 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 **unternehmer- bzw. investorenfreundlichen** Standort ein. Auch wird die Schweiz in den meisten Ländern als Land wahrgenommen, das eine **starke Position** in der globalen Wirtschaft hat. Etwas weniger einheitlich ist die Zustimmung zur Aussage, dass Schweizer **Unternehmen ethisch und verantwortungsvoll** handeln. Die Aussage wird zwar grossmehrheitlich bejaht, einige Befragte zeigen sich hier jedoch kritischer, insbesondere in den Nachbarländern und in Grossbritannien. Gleichwohl zeigt der Zeitvergleich mit dem Imagemonitor 2016, dass das Handeln von Schweizer Unternehmen heute in vielen Länder als ethischer und verantwortungsvoller eingeschätzt wird als noch im Jahr 2016. Generell hat sich die Wahrnehmung der Schweiz im Bereich Wirtschaft und Wettbewerbsfähigkeit seit 2016 leicht verbessert.

## Finanzplatz Schweiz

**Auffallend positiv** fällt die Beurteilung des Schweizer Finanzplatzes aus. Dies zeigen die Fragen nach der Reputation der Banken und Finanzinstitute und nach der Qualität ihrer Dienstleistungen (vgl. Grafiksammlung für Fragestellungen und detaillierte Ergebnisse). Fast einstimmig wird Schweizer Banken eine gute bis sehr gute **Reputation und Qualität** attestiert. Auch im Benchmarkvergleich mit den Finanzplätzen in Deutschland, Grossbritannien und den USA belegen die Schweizer Banken und Institute in allen 19 Bewertungsländern klar den ersten Rang. Etwas weniger gut, aber immer noch sehr positiv werden die Schweizer Banken in Bezug auf ihr **ethisches und verantwortungsvolles Verhalten** beurteilt. Auch im Verhältnis zu den Vergleichsländern schneiden die Schweizer Institute hier am besten

ab. Des Weiteren wird der Schweiz in vielen Ländern eine Vorreiterrolle bei der Verwendung von Finanztechnologien attestiert. In Brasilien, China, Indien, Kasachstan, Mexiko und Russland werden zudem die Bemühungen der Schweiz im Kampf gegen Steuerhinterziehung anerkannt.

## **Bildung, Forschung, Innovation**

Der Bildungs-, Forschungs- und Innovationsstandort Schweiz wird insgesamt **sehr positiv** beurteilt. So wird die Schweiz weltweit als ein Land wahrgenommen, das sehr gute **Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten** bietet und im internationalen Vergleich ein wichtiger **Standort für Wissenschaft und Forschung** darstellt. Nur geringfügig tiefer fällt die Zustimmung zur Aussage aus, dass die Schweiz für kreative Ideen und innovative Lösungen stehe. In Westeuropa sowie in Japan, Russland und Kasachstan wird die **Innovationskraft** der Schweiz etwas bescheidener bewertet als in anderen Ländern. Gegenüber früheren Studien zeigt sich jedoch in den meisten Ländern eine deutliche Verbesserung in der Wahrnehmung der Innovationskraft. Dies ist positiv zu werten und deutet darauf hin, dass sich die Diskrepanz zwischen der realen und wahrgenommenen Innovationskraft der Schweiz etwas verringert hat. Auch die Qualität des Bildungs- und Forschungsstandorts Schweiz wird heute stärker anerkannt als im Jahr 2016.

## **Politisches System und Governance**

Das politische System und die gute Regierungsführung der Schweiz stossen weltweit auf **sehr positive Resonanz** und werden von den Befragten der verschiedenen Länder einheitlich beurteilt. So wird die Schweiz im Ausland als Land eingeschätzt, das **kompetent regiert** wird und sich für seine **Bürgerinnen und Bürger einsetzt**. Auch die Aussage, dass das politische System der Schweiz mit den häufigen **Volksabstimmungen eine Stärke** ist, erhält generell hohe Zustimmung. Grossmehrheitlich anerkannt wird auch der Nutzen der **Neutralität**: Die allermeisten Befragten sind der Ansicht, dass die Schweiz dank der Neutralität in Konflikten vermitteln und Gute Dienste leisten kann. In Italien und Frankreich findet diese Aussage eine etwas niedrigere Zustimmung. Die Wahrnehmung im Themenbereich Politisches System und Governance blieb seit 2016 auf hohem Niveau stabil.

## **Solidarität und Verantwortung**

Im Themengebiet Solidarität und Verantwortung sind zwei **unterschiedliche Tendenzen** zu beobachten: Zum einen sind die Aussagen weitgehend unbestritten, dass sich die Schweiz aktiv für den **Schutz der Umwelt** einsetze und **Verantwortung für zukünftige Generationen** übernehme. Dem steht jedoch der zuweilen relativ ausgeprägte Widerspruch zu Aussagen gegenüber, die sich auf die internationale Solidarität der Schweiz beziehen. Am wenigsten Zustimmung erhält die Aussage, dass die Schweiz dazu beitrage, die **gegenwärtigen Probleme in der Welt** zu lösen. Auch das Engagement der Schweiz zur **Sicherung des Friedens und der Menschenrechte** wird nur bedingt anerkannt. Am kritischsten sind die Bewertungen jeweils in Deutschland, Frankreich und Italien. Ferner fällt auch die allgemeine Wahrnehmung der Schweiz als **solidarisches und verantwortungsvolles Land** in den Nachbarländern und einigen weiteren Ländern eher bescheiden aus. Positiv anzumerken ist jedoch, dass sich die Wahrnehmung der Schweiz im Bereich Solidarität und Verantwortung seit 2016 in mehreren Ländern leicht verbessert hat. Die stärkste positive Entwicklung gab es in Deutschland.

## **Rolle der Schweiz in Europa**

Die **Wahrnehmung** über die Rolle der Schweiz in Europa fällt verglichen mit anderen Themenbereichen **bescheiden** aus. Insbesondere die Bewertungen des **Beitrags, den die Schweiz für Europa leistet, sind in einigen Ländern kritisch**. Dabei gilt es allerdings darauf hinzuweisen, dass die hierzu formulierten Aussagen nur von einem Teil der Befragten beantwortet wurden.<sup>1</sup> In den Nachbarstaaten stimmen etwa gleich grosse Bevölkerungsanteile den Aussagen zu, dass die Schweiz zum Wohlstand in

---

<sup>1</sup> Gestellt wurden die Aussagen zur Rolle der Schweiz in Europa den Befragten aus Italien, Deutschland, Frankreich, Grossbritannien, Polen, der Türkei und Russland.

Europa beitrage bzw. beim Abbau von Ungleichheiten mithilfe, wie ihnen nicht zustimmen. In den anderen untersuchten europäischen Ländern fällt die Beurteilung etwas vorteilhafter aus. Polarisiert sind die Haltungen auch bezüglich der Aussage, die **Schweiz solle sich der EU politisch mehr als bisher annähern**. Diese wird von den Befragten aus Deutschland, Frankreich, Italien, der Türkei und Polen leicht befürwortet, während es in Russland und Grossbritannien keine klare Tendenz gibt.

## Gesellschaft

Der Themenbereich Gesellschaft wird **unterschiedlich beurteilt**. Deutliche Meinungsunterschiede zeigen sich bei den Bewertungen zur **Offenheit und Willkommenskultur** der Schweiz. So sind beispielsweise die Befragten aus Indien, Mexiko, Marokko oder den USA der Ansicht, dass die Schweiz ein offenes und tolerantes Land ist, in welchem Ausländerinnen und Ausländer willkommen sind. Diese Wahrnehmung teilen jedoch nicht alle. Insbesondere in Italien, Frankreich und Deutschland werden diese Aussagen zum Teil stark in Zweifel gezogen. Die **Freundlichkeit** der Einwohnerinnen und Einwohner der Schweiz wird dagegen in den meisten Ländern positiv bewertet. Eine Ausnahme bilden allerdings auch hier die Bewertungen Italiens, wo grössere Bevölkerungsanteile dieser Aussage nicht zustimmen. Gleichwohl verweisen die Daten darauf, dass die Schweiz in den meisten Ländern bezüglich Toleranz und Offenheit besser eingeschätzt wird als im Jahr 2016.

## Kultur und Sport

Die Aussagen zu Kultur und Sport werden **sehr heterogen beurteilt**. Die positivsten Bewertungen erhalten dabei die **Traditionen der Schweiz**, die von den meisten Ländern als ansprechend wahrgenommen werden. Weniger Übereinstimmungen zeigen sich bei den anderen Aussagen zur Kultur. So sind beispielsweise die Befragten aus Indien, Brasilien, Polen oder Deutschland der Meinung, dass die typischen **Schweizer Lebensmittel und Gerichte** köstlich sind, was die italienische, türkische, marokkanische, südkoreanische und japanische Bevölkerung deutlich anders sieht. Divergierende Meinungen zeigen sich auch bezüglich der Beurteilung der Schweizer **Kulturgüter**. Wenig breit anerkannt wird die Schweiz als Sportnation: Einzig in Indien und Mexiko werden **Sportlerinnen und Sportler** aus der Schweiz als international sehr erfolgreich wahrgenommen. Das Bild der Schweiz im Bereich Kultur und Sport konnte sich seit 2016 nicht verbessern.

## Natur

Die **mit Abstand besten Bewertungen** erhält die Schweiz von allen neun analysierten Themenbereichen für ihre Natur. Wie bei den Spontanassoziationen sind sich die Befragten der 19 Untersuchungsländer auch hier einig, dass die Schweiz über **sehr schöne Landschaften, Seen und Flüsse** und eine **intakte Natur** verfügt. Dies bestätigen die beeindruckend hohen Zustimmungswerte, die oftmals bei über 90 Prozent liegen. Die sehr guten und einheitlichen Ergebnisse verdeutlichen einmal mehr, dass die Natur ein besonders prägendes Merkmal der Schweiz ist. Trotz des bereits sehr hohen Niveaus ist seit 2016 eine leicht positive Entwicklung in der Wahrnehmung der Natur der Schweiz festzustellen.

**Tabelle 2: Themenspezifische Wahrnehmung der Schweiz – Aussagen nach Themenbereich und Land**

Themen	Themenspezifische Aussagen	n=	Brasilien	China	Deutschland	Frankreich	Indien	Italien	Japan	Kasachstan	Mexiko	Polen	Russland	Südafrika	Südkorea	Türkei	UK	USA	VAE	Marokko	Argentinien	Global 2018
			511	1026	1008	1019	1015	1017	503	503	541	510	508	514	504	503	508	1057	503	508	514	
Bildung, Forschung & Innovation	Die Schweiz bietet sehr gute Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten.		4.5	4.3	4.2	4.0	4.3	4.1	3.8	4.2	4.6	4.2	4.2	4.3	3.9	4.3	4.1	4.1	4.1	4.4	4.3	4.2
	Die Schweiz steht für kreative Ideen und innovative Lösungen.		4.2	4.1	3.9	3.8	4.3	3.7	3.6	3.8	4.4	4.1	3.9	4.1	3.8	4.2	3.9	4.0	4.1	4.5	4.1	4.0
	Die Schweiz ist im intern. Vergleich ein wichtiger Standort für Wissenschaft und Forschung.		4.3	4.0	4.0	3.8	4.3	4.0	3.7	3.9	4.4	4.3	4.1	4.2	3.8	4.3	4.1	4.1	4.2	4.2	4.2	4.1
Politisches System & Governance	Das politische System mit häufigen Abstimmungen ist eine Stärke der Schweiz.		4.2	*	4.2	4.1	4.2	4.1	3.8	*	4.2	4.3	*	4.1	3.9	4.0	3.8	3.9	*	4.3	4.1	4.1
	Die Schweiz ist ein Land, das stärker als die meisten anderem Länder auf den eigenen Vorteil bedacht ist.**		4.2	4.1	3.9	4.2	4.2	4.4	3.8	4.1	4.0	4.3	4.1	4.0	3.9	3.8	3.9	3.9	4.1	4.4	3.9	4.1
	Die Schweiz wird kompetent regiert.		4.3	4.3	4.0	4.1	4.2	4.2	3.9	4.3	4.4	4.3	4.2	4.2	3.8	4.2	4.0	4.0	4.3	4.7	4.3	4.2
	Die Schweiz setzt sich stark für ihre Bürgerinnen und Bürger ein.		4.4	4.3	4.2	4.1	4.4	4.3	3.9	4.5	4.5	4.4	4.5	4.4	4.0	4.2	4.1	4.2	4.3	4.7	4.4	4.3
	Dank der Neutralität kann die Schweiz in Konflikten vermitteln und international gute Dienste leisten.		4.3	4.1	4.1	3.9	4.3	3.8	4.1	4.2	4.4	4.3	4.3	4.1	4.0	4.0	4.0	4.0	4.2	4.2	4.1	4.3
Gesellschaft	Die Schweiz hat freundliche Einwohnerinnen und Einwohner.		4.0	4.2	4.1	3.8	4.4	3.1	3.6	4.2	4.3	4.2	4.1	4.0	3.7	3.7	4.1	4.2	4.3	4.4	4.0	4.0
	Die Schweiz ist ein tolerantes und offenes Land.		4.1	4.3	3.7	3.6	4.4	3.2	3.7	4.1	4.4	4.2	4.0	4.0	3.8	4.0	4.0	4.1	4.2	4.5	3.9	4.0
	Ausländerinnen und Ausländer sind in der Schweiz willkommen.		4.0	4.1	3.2	3.3	4.4	2.8	3.7	3.8	4.4	3.8	3.4	3.8	3.7	3.7	3.9	4.2	4.3	4.1	3.7	3.8
Wirtschaft & Wettbewerbsfähigkeit	Schweizer Unternehmen handeln ethisch und verantwortungsvoll.		4.3	4.2	3.7	3.8	4.3	3.8	3.7	4.4	4.4	4.2	4.2	4.1	3.9	4.1	3.9	4.0	4.2	4.4	4.1	4.1
	Aus der Schweiz kommen qualitativ sehr hochwertige Produkte und Dienstleistungen.		4.5	4.4	4.3	4.2	4.4	4.1	3.9	4.6	4.5	4.6	4.6	4.3	4.0	4.2	4.2	4.2	4.4	4.6	4.4	4.4
	Die Schweiz hat eine starke Position in der globalen Wirtschaft.		4.3	3.9	3.9	3.9	4.3	4.2	3.6	4.2	4.6	4.4	4.1	4.2	3.6	4.1	4.0	3.9	4.2	4.4	4.4	4.1
	Die Schweiz ist als Arbeitsort sehr attraktiv.		4.4	4.2	4.3	4.3	4.4	4.3	3.5	4.4	4.5	4.4	4.4	4.3	3.8	4.1	4.1	4.0	4.2	4.4	4.3	4.2
	Die Schweiz ist ein investorenfreundliches Land.		4.4	4.1	4.0	4.3	4.3	4.4	3.6	4.3	4.5	4.2	4.3	4.2	3.5	4.0	4.2	4.2	4.2	4.4	4.4	4.2
	Die Schweiz ist ein unternehmerfreundliches Land.		4.4	4.2	4.1	4.2	4.3	4.2	3.4	4.3	4.5	4.3	4.4	4.1	3.4	4.0	4.2	4.2	4.1	4.4	4.3	4.2
Verantwortung & Solidarität	Die Schweiz übernimmt Verantwortung für zukünftige Generationen.		4.2	4.2	3.9	3.8	4.3	3.8	3.8	4.1	4.4	4.1	4.0	4.1	3.8	4.0	3.9	4.1	4.2	4.2	4.1	4.1
	Die Schweiz engagiert sich aktiv für den Schutz der Umwelt.		4.3	4.3	3.9	4.0	4.4	4.1	4.1	4.3	4.4	4.3	4.3	4.2	4.2	4.3	4.1	4.2	4.3	4.5	4.2	4.2
	Die Schweiz ist ein solidarisches und verantwortungsvolles Land.		4.2	4.2	3.9	3.7	4.3	3.6	3.9	4.3	4.4	4.3	4.2	4.1	3.8	3.8	3.8	4.1	4.2	4.4	4.0	4.1
	Die Schweiz trägt im internationalen Vergleich überdurchschnittlich viel zur Sicherung des Friedens und der Menschenrechte bei.		4.0	4.2	3.5	3.6	4.2	3.4	3.9	4.0	4.3	4.1	3.8	3.8	3.8	3.8	3.7	3.8	4.2	4.3	3.9	3.9
	Die Schweiz trägt dazu bei, die gegenwärtigen Probleme in der Welt zu lösen.		4.0	3.9	3.1	3.1	4.1	2.9	3.7	3.8	4.1	3.8	3.8	3.7	3.7	3.6	3.5	3.7	4.0	3.7	3.7	3.7
Generelle Aussagen	Die Schweiz ist vertrauenswürdig.		4.5	4.2	4.2	4.2	4.4	4.2	3.9	4.5	4.5	4.4	4.4	4.2	4.1	4.2	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.3
	Die Schweiz ist bekannt für ihre hohe Lebensqualität.		4.6	4.4	4.5	4.5	4.5	4.5	3.9	4.8	4.6	4.6	4.7	4.4	4.2	4.5	4.2	4.2	4.4	4.7	4.6	4.5
	Die Schweiz ist mir rundum sympathisch.		4.3	4.3	4.1	4.0	4.6	3.7	3.8	4.2	4.2	4.3	4.1	4.4	4.1	4.1	4.1	4.2	4.4	4.6	3.9	4.2
	Die Schweiz ist ein faszinierendes Land.		4.5	4.2	4.2	3.7	4.5	4.0	4.0	4.5	4.5	4.4	4.3	4.3	4.1	4.0	4.1	4.2	4.4	4.7	4.4	4.3
Kultur & Sport	Die Schweiz hat einzigartige und international bekannte Kulturgüter.		4.2	4.2	3.7	3.7	4.2	3.2	3.7	3.8	4.2	3.9	3.8	3.9	3.7	3.8	3.8	4.1	4.0	3.8	4.0	3.9
	Sportler und Sportteams aus der Schweiz sind international sehr erfolgreich.		3.8	3.7	3.5	3.4	4.1	3.1	3.3	3.5	4.0	3.5	3.4	3.8	3.4	3.6	3.5	3.8	3.9	3.4	3.6	3.6
	Die typischen Schweizer Lebensmittel und Gerichte sind köstlich.		4.2	3.7	4.2	4.0	4.3	3.3	3.5	4.0	4.0	4.2	4.0	3.9	3.4	3.4	3.7	4.0	4.0	3.5	4.0	3.9
	Die Schweiz hat ansprechende Traditionen.		4.3	4.2	4.1	4.1	4.3	3.7	4.0	4.2	4.3	4.2	4.3	4.0	3.9	3.7	3.9	4.1	4.0	3.8	4.2	4.1
Natur	Die Schweiz hat sehr schöne Landschaften.		4.7	4.5	4.7	4.6	4.7	4.6	4.6	4.8	4.8	4.8	4.8	4.7	4.6	4.5	4.6	4.7	4.5	4.8	4.8	4.7
	Die Schweiz hat viel intakte Natur.		4.5	4.5	4.5	4.4	4.6	4.3	4.5	4.3	4.6	4.5	4.3	4.3	4.5	4.4	4.5	4.4	4.4	4.4	4.5	4.4
	Die Schweiz hat schöne Seen und Flüsse.		4.6	4.5	4.7	4.6	4.6	4.6	4.5	4.7	4.7	4.7	4.8	4.6	4.6	4.4	4.6	4.6	4.5	4.7	4.6	4.6

\*\* Negativ formulierte Aussage.

\* Frage wurde den Befragten dieses Landes nicht gestellt.

Die Tabelle zeigt die durchschnittliche Beurteilung der Aussagen (Mittelwerte).

Die Einfärbung der Zelle gibt einen Hinweis darauf, in welchem Verhältnis der jeweilige Wert zur mittleren Beurteilung über alle Länder und Dimensionen hinweg steht. Rot eingefärbte Zellen weisen auf eine unterdurchschnittliche Zustimmung bei positiven Aussagen bzw. überdurchschnittliche Zustimmung bei negativen Aussagen hin. Grün eingefärbte Zellen kennzeichnen eine überdurchschnittliche Zustimmung bei positiven Aussagen bzw. unterdurchschnittliche Zustimmung bei negativen Aussagen. Gelbtöne markieren eine durchschnittliche Zustimmung.

**Lesebeispiel Polen:**

Die Ergebnisse belegen, dass die Wahrnehmung der Schweiz in Polen sehr gut ist. Herausragende Bewertung gibt es für die Natur der Schweiz. Eine hohe Attraktivität strahlt zudem die Schweizer Wirtschaft aus: So wird die Schweiz in Polen massgeblich als Land mit qualitativ hochwertigen Produkten und Dienstleistungen, als wichtige Playerin in der globalen Wirtschaft sowie als sehr attraktiver Arbeitsort wahrgenommen. Auch in den Bereichen Bildung, Forschung und Innovation sowie Governance/Regierungsführung ist das Image der Schweiz sehr gut. Positiv wahrgenommen wird auch das Engagement der Schweiz im Bereich Solidarität und Verantwortung. In diesem Themengebiet fallen die Bewertungen in Polen deutlich positiver aus als in den westeuropäischen Ländern. Vergleichsweise bescheiden fällt in Polen die Wahrnehmung der Schweiz als Sportnation aus.

# Methodik der Studie

## Zielsetzung, Hintergrund und Inhalt der Studie

Der Präsenz Schweiz Imagemonitor zeigt, wie das **Bild der Schweiz bei der breiten Bevölkerung im Ausland** aussieht. Anhand einer standardisierten und in mehreren Ländern zeitgleich durchgeführten Erhebung werden die wichtigsten Merkmale im Bild der Schweiz identifiziert. Der Imagemonitor ist dazu konzipiert, wie ein Seismograph Bewegungen im Image der Schweiz frühzeitig erkennbar machen. Dazu erhebt er ausgewählte Aspekte des Bildes der Schweiz aus einer globalen Perspektive. Ziel der Studie ist es, über die Jahre hinweg mit Hilfe periodisch wiederholter Erhebungen ein präzises Bild der **Entwicklungen und Trends im Image der Schweiz** zu erfassen und aufzuzeigen. Der Imagemonitor wurde erstmals im Jahr 2016 erhoben. Bei der vorliegenden Befragung aus dem Jahr 2018 handelt es sich um die zweite Erhebung der Studie. Geplant sind auch zukünftig **Wiederholungsmessungen** alle zwei Jahre. 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 festgelegte Kernaufträgen der Schweizer Landeskommunikation.

Der Präsenz Schweiz Imagemonitor 2018 gibt Aufschluss über folgende **Wahrnehmungsbereiche**: Gesamtwahrnehmung der Schweiz im Vergleich mit vier Benchmarkländern, selbst wahrgenommene Veränderung des Images der Schweiz, Spontanassoziationen zur Schweiz inklusive den wichtigsten Stärken und Schwächen der Schweiz sowie erinnerte Ereignisse aus den Nachrichten. Ferner wurde die Wahrnehmung der Schweiz in den folgenden neun themenspezifischen Bereichen erhoben: Wirtschaft und Wettbewerbsfähigkeit; Finanzplatz (im Vergleich mit drei Benchmarkländern), Bildung, Forschung und Innovation; Politisches System und Governance; Solidarität und Verantwortung; Rolle der Schweiz in Europa, Kultur und Sport, Gesellschaft; Natur. Erhoben wurden zudem auch die Kenntnisse der Schweiz und die Verhaltensabsichten der breiten Bevölkerung im Ausland bezüglich der Schweiz.

## Studiendesign und Stichprobe

Um das Bild der Schweiz in der breiten Bevölkerung im Ausland zu ermitteln, wurde eine **repräsentative Bevölkerungsbefragung in 19 Ländern** durchgeführt. Für die Erhebung wurden folgende Länder berücksichtigt: Argentinien, Brasilien, China, Deutschland, Frankreich, Grossbritannien (UK), Indien, Italien, Japan, Kasachstan, Marokko, Mexiko, Polen, Russland, Südafrika, Südkorea, Türkei, Vereinigte Arabische Emirate, Vereinigte Staaten von Amerika.

Die Befragung erfolgte nach Ländern gestaffelt im Zeitraum vom **13. September bis 7. November 2018**. Mit der Durchführung und statistischen Auswertung der Erhebung wurde die Empiricon AG beauftragt. Die Erhebung wurde online mittels Selbstausfüll-Fragebogen (CAWI) durchgeführt. Befragt wurden in **jedem Land zwischen 500 und 1000 repräsentativ ausgewählte Personen**, die Gesamtstichprobe umfasst somit  $n = 12'767$  Personen. Pro Land wurden Quoten auf die soziodemografischen Merkmale **Region, Geschlecht und Alter** gesetzt. Die Berücksichtigung weiterer Merkmale wie Bildung und Sozialklasse erfolgte durch sogenannte «Soft-Quoten» (Steuerung anhand der Einladungen).

In Deutschland, Frankreich, Grossbritannien, Italien, Japan, Polen, Südkorea und den USA ist die Stichprobe **repräsentativ für die gesamte Bevölkerung**. In Argentinien, Brasilien, China, Indien, Kasachstan, Marokko, Mexiko, Russland, Südafrika, Türkei und den Vereinigten Arabischen Emiraten wurde die untersuchte Population aus forschungsökonomischen Gründen auf die für die Schweizer Landeskommunikation grundsätzlich überhaupt erreichbaren und damit **relevanten Bevölkerungssegmente eingeschränkt**. Berücksichtigt wurden in diesen Ländern nur Personen, die in eher 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 **China** und **Indien**. In diesen Ländern geben beispielsweise 43% bzw. 26% bzw. der Befragten an, die Schweiz schon mindestens einmal besucht zu haben, zumeist aus touristischen Gründen. Das sind für diese beiden geographisch weit von der Schweiz entfernten Länder extrem 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.

In den übrigen Ländern, bei denen die Befragung auf relevante Bevölkerungssegmente eingeschränkt wurde, sind bezüglich eines Besuchs in der Schweiz keine solchen Extremwerte feststellbar. Hier kann somit davon ausgegangen werden, dass die Ergebnisse repräsentativ sind, zumindest für diejenigen Teile der Bevölkerung, die in einem eher urbanen Umfeld leben und Zugang zu Ressourcen und Bildung haben.

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

Projektleitung: Severina Müller, [severina.mueller@eda.admin.ch](mailto:severina.mueller@eda.admin.ch)

Chef Sektion Monitoring & Analyse: Matthias Bucher, [matthias.bucher@eda.admin.ch](mailto:matthias.bucher@eda.admin.ch)

Sektion Monitoring & Analyse

Präsenz Schweiz, GS-EDA

Bundesgasse 32

CH-3003 Bern

[prs@eda.admin.ch](mailto:prs@eda.admin.ch)