

synergo
Fraumünsterstr. 23
8001 Zürich

Lamprecht und Stamm SFB AG
Sonneggstr. 30
8006 Zürich

Synthesebericht aus dem Forschungsprojekt

DIE WAHRNEHMUNG DER SCHWEIZ DURCH DAS AUSLAND

Durchgeführt im Rahmen des Nationalen Forschungsprogrammes Nr. 42
"Grundlagen und Möglichkeiten der schweizerischen Aussenpolitik"

Verfasst von Michal Arend, Markus Lamprecht und Hanspeter Stamm

Zürich, im April 1999

Einleitung

In den vergangenen Jahren hatte die Schweiz immer wieder Anlass, sich Gedanken – und vielleicht auch Sorgen – darüber zu machen, was andere Länder und Gesellschaften über sie denken. Anstoss zu solchen Überlegungen waren etwa die Ablehnung von UNO- und EWR-Beitritt durch das Stimmvolk oder in jüngerer Zeit die Diskussionen um die Rolle der Schweiz und ihrer Banken im Zweiten Weltkrieg. Trotz einer weitverbreiteten Befürchtung, das Image der Schweiz und der Schweizer im Ausland könnte während der letzten Jahre ernsthaften und dauerhaften Schaden genommen haben, fehlten bislang aber zuverlässige Angaben darüber, wie es tatsächlich um das Bild der Schweiz im Ausland bestellt ist. Während das schweizerische Selbstbild in den letzten Jahren in verschiedenen wissenschaftlichen Forschungsprojekten und -programmen wie etwa dem NFP 21 "Kulturelle Vielfalt und nationale Identität" thematisiert wurde, existierte bislang kaum gesichertes Wissen zur Fremdwahrnehmung der Schweiz. Eine bessere Kenntnis solcher Fremdwahrnehmungen kann aber durchaus hilfreich sein, wenn es darum geht, jenseits von fragmentarischer Evidenz die eigenen (Verhandlungs)positionen zu klären und sich aus diffusen Ängsten zu lösen.

Vor diesem allgemeinen Hintergrund setzte sich die Untersuchung das Ziel, bestehende Forschungslücken zu schliessen und systematische Informationen über die aktuelle Wahrnehmung der Schweiz in den Ländern der Europäischen Union zu erarbeiten. Erfasst werden sollten dabei nicht nur Einschätzungen und stereotype Vorstellungen auf der Ebene der EU, sondern vor allem auch die sozial und kulturell mitbedingte Heterogenität der Fremdwahrnehmungen. Das heisst: Es sollte nicht nur untersucht werden, "wie Europa die Schweiz sieht", sondern vor allem auch, ob verschiedene Gesellschaften und Gruppen unterschiedliche Wahrnehmungen der Schweiz haben. In diesem Zusammenhang wurde zu Beginn der Untersuchung die Arbeitshypothese formuliert, dass sich verschiedene Länder nach Massgabe ihrer kulturellen Nähe zur Schweiz und verschiedene Gruppen - etwa die 'Bürger', 'Wirtschaftseliten' und 'Politikseliten' der EU-Länder – in ihrer Wahrnehmung der Schweiz unterscheiden.

Da eine vollständige Erfassung der schweizspezifischen Wahrnehmungen auf allen angesprochenen Ebenen den Rahmen der vorliegenden Untersuchung bei weitem gesprengt hätte, mussten jedoch verschiedene Einschränkungen und Schwerpunktsetzungen vorgenommen werden. So interessierten vor dem Hintergrund der innen- und aussenpolitischen Projektbezüge des NFP 42 in erster Linie die Fremdwahrnehmungen der Schweiz in bezug auf die spezifischen Merkmale und Institutionen des schweizerischen politischen Systems (wie z.B. die direkte Demokratie und der Föderalismus) und in bezug auf die Position, die Rolle und den Problemlösungsbeitrag der Schweiz im europäischen und globalen Kontext. Da solche Aussagen jedoch auch in Perspektive zu anderen Wahrnehmungen gesetzt werden sollten, wurde zudem der Frage nachgegangen, inwieweit politische oder andere - z.B. wirtschaftliche, kulturelle, geschichtliche und/oder touristische Merkmale - das in den Staaten der EU vorhandene Bild der Schweiz bestimmen.

Überdies konnten die Wahrnehmungen nicht für alle fraglichen Gruppen in derselben Breite erfasst werden. Während auf der Ebene der Bevölkerung und der Länderunter-

schiede in erster Linie mit bereits vorhandenen Daten und den Resultaten einer einfachen Erhebung von Stereotypen gearbeitet wurde, konnten Elitenwahrnehmungen mittels qualitativer Interviews differenzierter erfasst werden – allerdings zum Preis einer relativ geringen Fallzahl. Schliesslich wurde mittels einer Inhaltsanalyse ausgewählter Wochenzeitungen auch die intermediäre Ebene der Informationsvermittlung ansatzweise erfasst.

Somit weist die vorliegende Untersuchung gegenüber den wenigen älteren Untersuchungen über die Fremdwahrnehmung der Schweiz drei wesentliche Neuerungen und Unterschiede auf: *Erstens* wurden die Fremdwahrnehmungen differenziert nach sozio-ökonomischen Gruppen und Ländern erfasst, *zweitens* standen die politischen Merkmale und Institutionen der Schweiz im Zentrum der Aufmerksamkeit und *drittens* wurde ein vierteiliger, aus verschiedenen methodischen Zugängen zusammengesetzter 'Methodenmix' verwendet.

Im folgenden wird zunächst kurz auf einige grundlegende begriffliche und theoretische Probleme bei der Erfassung von Fremdwahrnehmungen eingegangen, um dann kurz die verwendeten methodischen Zugänge zu diskutieren. Das Hauptgewicht des vorliegenden Kurzberichts liegt allerdings in der Darstellung der zentralen empirischen Befunde der Untersuchung, welche durch eine knappe Zusammenfassung mit einigen Schlussfolgerungen abgerundet wird. Weitergehend interessierte Leserinnen und Leser seien auf den umfangreichen Schlussbericht zum Projekt verwiesen, in dem sowohl die theoretischen und methodischen Grundlagen als auch die Resultate breit dargestellt und diskutiert sind.¹

Hinweise zum begrifflichen Rahmen

Wer sich mit Fremdwahrnehmungen beschäftigt, sieht sich zunächst mit einem begrifflichen Problem konfrontiert: Bezeichnungen wie zum Beispiel 'Klischees', 'Wahrnehmungen', 'Bilder', 'Stereotype', 'Images' oder gar 'Vorurteile' werden häufig für ähnliche Sachverhalte verwendet, wobei ein und derselbe Begriff oft unterschiedlich definiert wird. Für die vorliegende Untersuchung stellte sich damit die Frage, mit welchen Begriffen gearbeitet werden sollte und inwieweit die entsprechende Literatur auch Hinweise auf methodische Vorgehensweisen und theoretische Ansätze enthielt.

Misst man die Bedeutung von Begriffen an der Anzahl entsprechender Publikationen, so dürften die insbesondere in der sozialpsychologischen Forschung verwendeten Bezeichnungen 'Stereotyp' und 'Vorurteil' am wichtigsten sein. Eine genauere Übersicht legt den Schluss nahe, dass sich die anderen Begriffe ohne grosse Probleme unter diese zwei Hauptbegriffe subsummieren lassen. Während 'Klischees' als Einzelelemente stereotyper Vorstellungen aufgefasst werden können, verweist der Begriff 'Image' auf eine weitgehend synonyme, theoretisch aber nur wenig abgesicherte Begriffsverwendung, wie sie insbesondere in der Werbeforschung und im Marketing vorherrscht (vgl. Martinek 1988, Schweiger und Wusst 1988, Faulstich 1992). Ähnliches gilt auch für die Begriffe '(Fremd)wahrnehmungen' und 'Bilder', die ebenfalls einen ähnlichen Sachverhalt wie 'Stereotype' bezeichnen. Der Unterschied besteht darin, dass sie eine weniger negative

¹ Der Bericht kann zum Preis von 50.- CHF bei den Autoren bestellt werden.

Konnotation als die Bezeichnungen 'Stereotyp' und 'Vorurteil' aufweisen und im Sinne einer neutraleren Betrachtungsweise häufig vorgezogen werden (vgl. z.B. von Bassewitz 1990: 21, Banaji und Greenwald 1994). Die entsprechenden Definitionen unterscheiden sich allerdings nur wenig von neueren Bestimmungen des Stereotypbegriffs. Vor diesem Hintergrund schien es sinnvoll, auch im vorliegenden Projekt von der Stereotypforschung auszugehen, die verschiedenen erwähnten Begriffe jedoch weitgehend synonym zu verwenden.

Schaut man sich die eigentlichen Begriffsbestimmungen etwas näher an, so fällt auf, dass die bereits angetönte negative Konnotation von Stereotypen ein wesentliches Element darstellt: Stereotype werden häufig als übertriebene Generalisierungen dargestellt, wie dies etwa in Allports (1954: 191, vgl. auch Brigham 1971) einflussreicher Definition aus den fünfziger Jahren zum Ausdruck kommt: "A stereotype is an exaggerated belief associated with a category." In ähnlicher Weise äusserten sich bereits zwanzig Jahre früher Katz und Braly (1935: 181) in ihrer bahnbrechenden Untersuchung zu Bevölkerungsstereotypen, welche sie als "a fixed impression which conforms very little to the fact it pretends to represent, and results from our defining first and observing second" umschrieben.

In neuerer Zeit wurde jenseits der genannten Dimensionen zunehmend auch die soziale Komponente stereotyper Vorstellungen betont (vgl. auch Tajfel 1978, Hogg und Abrams 1988: 65, Leyens et al. 1996: 24), wie sie etwa in der Lehrbuchdefinition von Manstead und Hewstone (1995: 628) hervorgehoben wird: "Stereotypes are societally shared beliefs about the characteristics (such as personality traits, expected behaviors, or personal values) that are perceived to be true of social groups and members."

Inwieweit soziale Geteiltheit allerdings ein Definitionsmerkmal von Stereotypen ist oder sein soll, bleibt in der Literatur umstritten. Tatsächlich dürfte man sich mit der Beschränkung des Stereotypbegriffs auf sozial geteilte Wahrnehmungen - selbst wenn diese im sozialen Alltag von übergeordneter Bedeutung sein dürften - ähnliche methodologische und inhaltliche Probleme einhandeln wie bei der Verkürzung des Begriffs auf 'negative' Inhalte. Vielversprechender scheint der Ansatz, Stereotype im Sinne von Lippmann zunächst neutral als "vereinfachte und relativ stabile Bilder der Welt (bzw. der Eigenschaften von Gruppen oder Personen)" zu definieren und den Begriff dann stufenweise inhaltlich weiter zu differenzieren. Wesentlich dürften dabei die folgenden drei Eigenschaften bzw. Merkmale sein (vgl. auch Stolz 1998: Kap. 5):

- *Bewertung*: Stereotype können sowohl negativ als auch positiv konnotiert sind. Im Falle klar negativ konnotierter und stabiler Stereotype gerät der Begriff in die Nähe des *Vorurteils* (vgl. Leyens et al. 1996: 26), das z.T. ähnlich definiert wird als "negative Einstellungen" (vgl. Dovidio et al. 1996f.), "gefühlsmässig unterbautes vorgefasstes Urteil" (Karsten 1978: 5) oder als "affektive Komponente von Stereotypen" (vgl. Ehrlich 1979: 13, 31, Brewer: 317, Bierhoff 1984: 199).
- *Soziale Geteiltheit*: Die Frage nach der sozialen Geteiltheit oder Konsensualität (Gardner 1994: 3ff.) von Stereotypen stellt eine wichtige Unterscheidungslinie zwischen unterschiedlichen Begriffsbestimmungen dar. In Einklang mit der Literatur soll hier zwischen *individuellen und sozialen* (Gardner 1994) bzw. *kulturellen*, d.h. in der

Referenzgruppe dominanten Stereotypen unterschieden werden (Bierhoff 1984). Der Hinweis auf die Referenzgruppe bedeutet aber auch, dass soziale Geteiltheit nicht notwendigerweise bedeutet, dass keine sozialen Unterschiede zwischen verschiedenen Gruppen existieren.

- *Bezugsebene:* Wer von 'Stereotypen' spricht, meint in der Regel diejenigen Bilder, welche eine bestimmte Person oder Gruppe von anderen Personen und Gruppen hat. Genaugenommen bezieht sich diese Begriffsverwendung jedoch nur auf einen von drei möglichen Fällen von Stereotypen: denjenigen des sogenannten 'Heterostereotyps'. Gerade wenn es darum geht, die 'Richtigkeit' von Stereotypen und ihre Bedeutung für Beziehungen zwischen Gruppen einzuschätzen, sind aber auch zwei weitere Arten von Stereotypen von Bedeutung: einerseits die Selbstwahrnehmung einer Gruppe ('Autostereotyp'), andererseits die vermutete Fremdwahrnehmung anderer Gruppen ("vermutetes Heterostereotyp", Friz 1991, vgl. auch Schweiger und Wusst 1988: 26).

Für die vorliegende Untersuchung hatten diese drei Merkmale stereotyper Vorstellungen weitreichende Konsequenzen. So galt das Hauptaugenmerk angesichts der Beschränkungen des Projektes zwar tatsächlich einfachen oder vereinfachten Vorstellungen, doch galt es dabei sowohl Entstehungskontexte mitzuberücksichtigen als auch zu vermeiden, dass sich die Analyse einseitig auf negative Vorstellungen fixierte. Bezüglich der sozialen Geteiltheit galt das Interesse, wie bereits mehrfach erwähnt, insbesondere der Frage, inwieweit gewisse Vorstellungen in ausgewählten Gruppen überhaupt dominant sind und ob sich allenfalls Unterschiede zwischen verschiedenen Gruppen (und Ländern) feststellen liessen.

Und schliesslich sollte sich die Analyse nicht nur auf Heterostereotyp im engeren Sinne beschränken, sondern die Selbstbilder und vermuteten Fremdbilder in der Interpretation der Resultate mitbedacht werden. Dies schien umso wichtiger, als eine Arbeitshypothese des Projekts besagte, dass es weniger das Heterostereotyp gewesen ist, das sich in Zusammenhang mit den Entwicklungen der letzten Jahre verändert hat, sondern die Befürchtungen über einen Imageverlust ihre Ursachen vielmehr in Veränderungen des Autostereotyps vieler Schweizer und daraus folgenden Projektionen auf das vermutete Heterostereotyp haben dürften.

Vier verschiedene methodische Zugänge

Der im letzten Abschnitt dargestellte begriffliche Rahmen hatte auch Auswirkungen auf die Datenerhebung. Da das Bild der Schweiz, wie erwähnt, nicht umfassend rekonstruiert werden konnte, wurden verschiedene methodische Zugänge miteinander kombiniert, um verschiedene Aspekte und Gruppen abzudecken. Konkret wurden die folgenden vier Zugänge verwendet:

- Sekundäranalyse vorhandener Befragungsdaten
- Durchführung einer repräsentativen Primärerhebung

- Inhaltsanalyse ausgewählter Wochenzeitschriften
- Eliteninterviews mit führenden Vertretern von EU-Kommission, EU-Ministerrat und EU-Parlament sowie von grossen europäischen Wirtschaftskonzernen

Die Berücksichtigung mehrerer methodischer Zugänge sollte trotz der Begrenztheit jedes einzelnen Zugangs eine differenzierte Erfassung verschiedener Aspekte des Schweizbildes im Ausland und seiner Entwicklung während der letzten Jahre ermöglichen. Das Ziel der ersten beiden Zugänge (Sekundäranalyse und Primärerhebung) bestand dabei darin, einen systematischen Vergleich von repräsentativen Meinungen zur Schweiz zwischen verschiedenen EU-Ländern und sozio-ökonomischen Gruppen zu ermöglichen. Die Datenbasis bildeten hier die EUROBAROMETER-Studien, die von der Kommission der EU in regelmässigen Abständen durchgeführt werden.

Im Rahmen der Inhaltsanalyse sollten dagegen massenwirksame Schweizbilder untersucht werden, wobei im Gegensatz zur Analyse von Befragungsdaten differenzierter auf Wahrnehmungen des politischen Systems, Bewertungsvorgänge und Veränderungen über die Zeit eingegangen werden konnte. Die Inhaltsanalyse war aber auch deswegen von Bedeutung, weil die Medien bzw. die Journalisten die Schweiz nicht nur wahrnehmen, sondern zugleich als Imagevermittler bzw. -macher funktionieren.

Die Kenntnis von Elitenperzeptionen war schliesslich aus zwei Gründen von Bedeutung. Einerseits interessierten die Wahrnehmungen von politischen Meinungsmachern und Entscheidungsträgern vor dem Hintergrund der Praxisorientierung des Projektes besonders, andererseits vermag ein Vergleich zwischen der Eliten- und Bürgerperspektive auch Hinweise zur Entstehung und Verbreitung von Elitenperspektiven und allfälligen Wahrnehmungsdifferenzen auf verschiedenen Gesellschaftsebenen zu liefern.

Zusammenfassung zentraler Befunde

Zugang 1: Sekundäranalyse vorhandener Daten

Repräsentative Daten zur Wahrnehmung der Schweiz kann man am ehesten den EUROBAROMETER Erhebungen entnehmen, welche seit 1970 periodisch im Auftrag der EU-Kommission durchgeführt werden. In der vorliegenden Untersuchung wurden sowohl ältere EUROBAROMETER-Daten sekundärstatistisch ausgewertet als auch eine eigene Primärerhebung im Frühjahr 1997 durchgeführt.

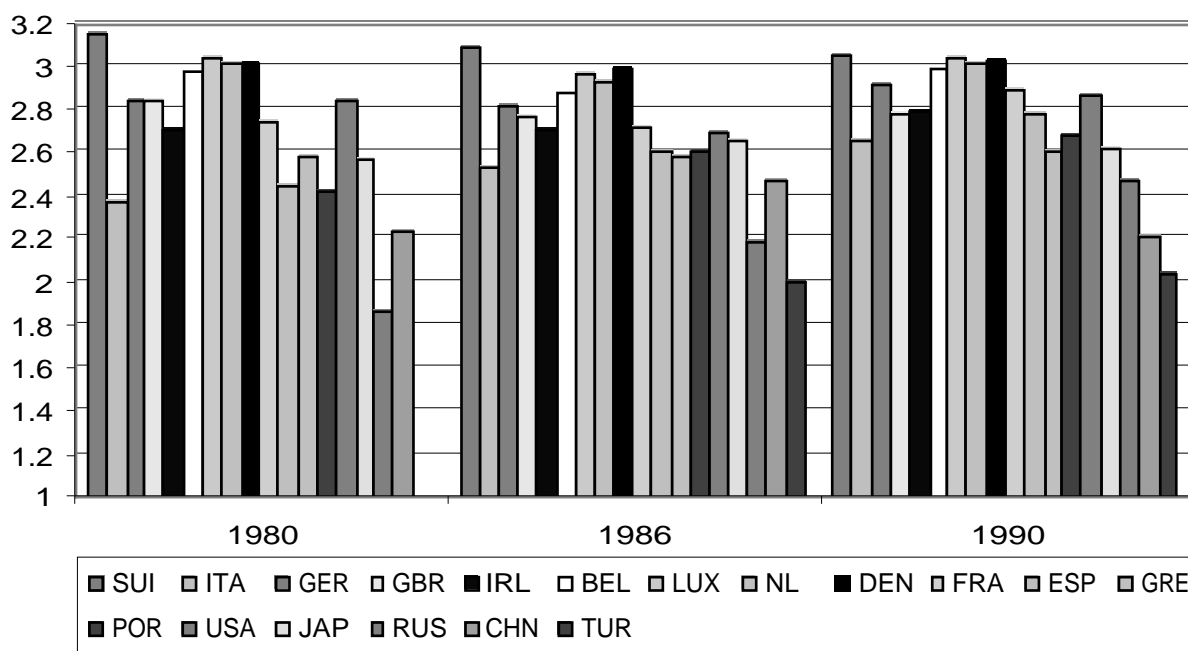
Für die Sekundäranalyse wurde auf die Antworten auf eine Frage zum "Vertrauen in verschiedene Länder und Völker" und auf die Frage nach der Wünschbarkeit der EU-Mitgliedschaft der Schweiz zurückgegriffen. Zwar sind die Angaben zum 'Vertrauen' und zur Zustimmung zu einer allfälligen EU-Mitgliedschaft der Schweiz für sich selbst genommen nicht besonders aussagekräftig, da den Antworten auf beide Fragen verschiedene Inhalte und Einstellungen zugrunde liegen können, welche sich mit Hilfe der verfügbaren Daten nur bedingt identifizieren und analysieren lassen. Die Grössen-

ordnungen, das Verhältnis der schweizerischen Resultate zu denjenigen anderer Länder sowie Veränderungen der Werte über die Zeit erlauben aber eine ansatzweise Einschätzung der Frage, ob positive oder negative Einschätzungen und Tendenzen vorherrschen. Darüber hinaus lässt sich mit Hilfe einer Aufgliederung nach einzelnen EU-Ländern und nach sozio-ökonomischen Merkmalen festhalten, ob die allgemeinen Einschätzungen durch kulturelle Werte und ungleichheitsspezifische Einstellungen mitgeprägt werden.

Vertrauen in die Schweiz(er) (EUBA 1980, 1986, 1990)

Wie die folgende Abbildung 1 zeigt, brachten die EU-Bürger der Schweiz und den Schweizern anlässlich der EUROBAROMETER Befragungen in den Jahren 1980, 1986 und 1990 grosses Vertrauen entgegen. Die Schweiz stand zu allen drei Betrachtungszeitpunkten an der Spitze der vertrauenswürdigen Länder, mit allerdings abnehmenden Unterschieden zu den kleinen EU-Mitgliedsstaaten Luxemburg, Holland und Dänemark. Aus diesem Befund spricht eine deutliche Präferenz der EU-Bürger für kleine hochentwickelte Länder gegenüber den grossen EU-Mitgliedsstaaten und vor allem gegenüber nichteuropäischen Ländern.

Abbildung 1: 'Vertrauen' der EU-Bürger in verschiedene Völker (EUBA 1980, 1986, 1990, Mittelwerte)



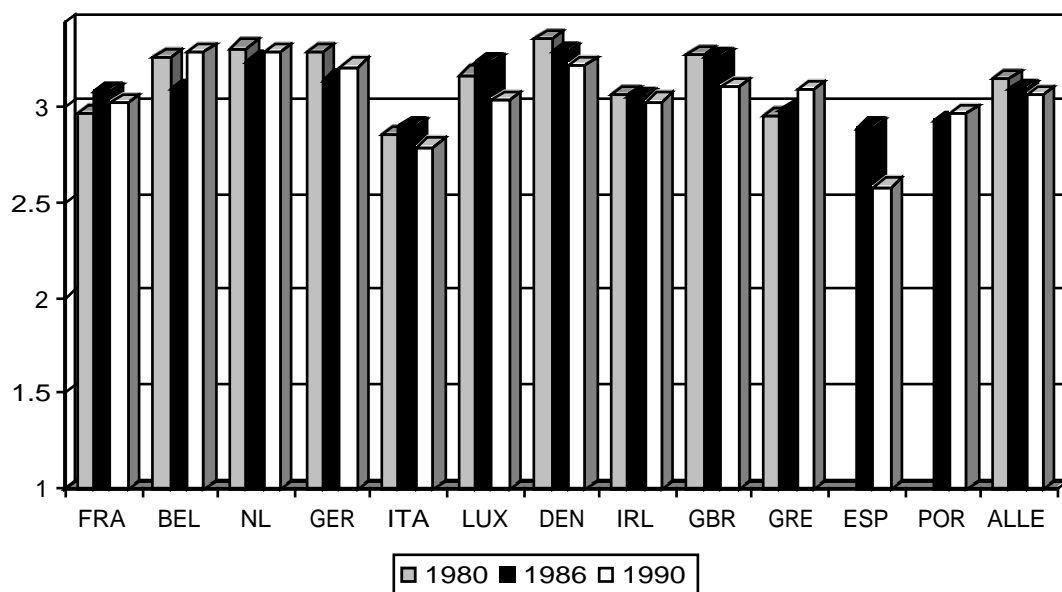
Bemerkungen: Die Variable ist vierstufig codiert mit den Ausprägungen: 4=viel Vertrauen; 3=etwas Vertrauen; 2=wenig Vertrauen; 1=kein Vertrauen. Die Reihenfolge der Säulen in der Abbildung entspricht derjenigen in der umrahmten Legende. Länderkürzel: BEL = Belgien; CHN = China; DEN = Dänemark; ESP = Spanien; FRA = Frankreich; GBR = Grossbritannien; GER = Deutschland; GRE = Griechenland; IRL = Irland; ITA = Italien; JAP = Japan; LUX = Luxemburg; NL = Niederlande; POR = Portugal; RUS = Sowjetunion/Russland; SUI = Schweiz; TUR = Türkei; USA = USA.

In der analysierten Zeitspanne zwischen 1980 und 1990 ergab sich eine leichte Abnahme der Vertrauenswürdigkeit der Schweiz (vgl. auch die Abbildung 2 weiter unten). Dieser Vertrauensverlust lässt sich aber nicht in allen EU-Ländern nachweisen. Während in Italien, Luxemburg, Dänemark, England und Spanien zwischen 1980 und 1990 deutliche Rückgänge zu verzeichnen waren, haben sich die Werte in Frankreich, Belgien, Griechenland und Portugal eher verbessert.

Nur geringe Vertrauensunterschiede gab es zwischen den einzelnen sozioökonomischen Gruppen innerhalb der EU-Länder. Tendenziell haben Angehörige höherer sozialer Schichten im allgemeinen mehr Vertrauen zur Schweiz, und Personen, die sich als links bezeichnen, sind ihr gegenüber kritischer eingestellt. Interessant ist auch der Befund, dass die Männer in den EU-Ländern ein etwas höheres Vertrauen in die Schweiz haben als die Frauen, die sich durch eine kritischere Perspektive auszeichnen.

Deutlicher als die Unterschiede zwischen einzelnen sozioökonomischen Gruppen waren die Unterschiede zwischen dem stärkeren Vertrauen in die Schweiz in den nicht-romanischen EU-Ländern und dem schwächeren Vertrauen in den Mittelmeerländern. Insgesamt gilt es aber festzuhalten, dass die Werte überall vergleichsweise hoch waren.

Abbildung 2: "Vertrauen in die Schweizer" in verschiedenen Ländern (1980, 1986 und 1990, Mittelwerte)

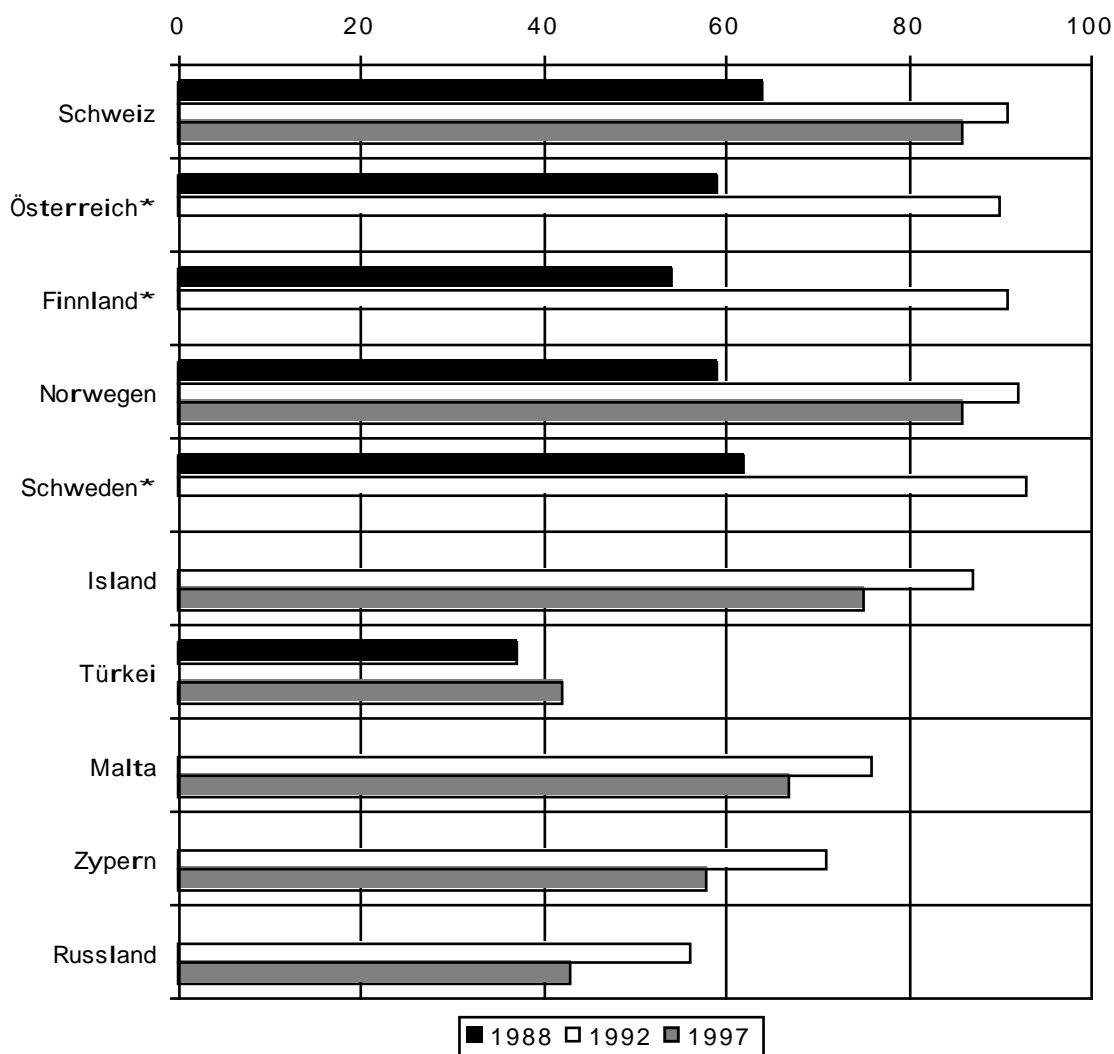


Länderkürzel: Die Variable ist vierstufig codiert mit den Ausprägungen: 4=viel Vertrauen; 3=etwas Vertrauen; 2=wenig Vertrauen; 1=kein Vertrauen. Im Interesse einer einsichtigen Darstellung wurden die Werte allerdings "gekehrt", so dass ein Wert von "4" nun "viel Vertrauen" bedeutet. BEL = Belgien; DEN = Dänemark; ESP = Spanien; FRA = Frankreich; GBR = Grossbritannien; GER = Deutschland; GRE = Griechenland; IRL = Irland; ITA = Italien; LUX = Luxemburg; NL = Niederlande; POR = Portugal.

Wünschbarkeit des EU-Beitrittes der Schweiz (EUBA 1988, 1992 und 1997)

Die Zustimmung der EU-Bürger zu einem allfälligen EU-Beitritt der Schweiz ist sehr hoch. Die folgende Abbildung 3 zeigt, dass die Schweiz zusammen mit Norwegen zu allen drei Beobachtungszeitpunkten das willkommenste Neumitglied der EU gewesen wäre. Auch im Jahre 1997 stimmten über 80% der EU-Bürger einem EU-Beitritt der Schweiz zu. Zwischen 1980 und 1990 war ein starker Anstieg der Zustimmung zum EU-Beitritt der Schweiz zu verzeichnen; später gab es – nicht zuletzt im Zuge der schwindenden allgemeinen EU-Euphorie - einen Rückgang der Zustimmung zum EU-Beitritt der Schweiz. Diese Tendenz ist aber nicht schweizspezifisch; ein ähnlicher Rückgang war für andere europäische Länder und EU-Beitrittskandidaten zu verzeichnen.

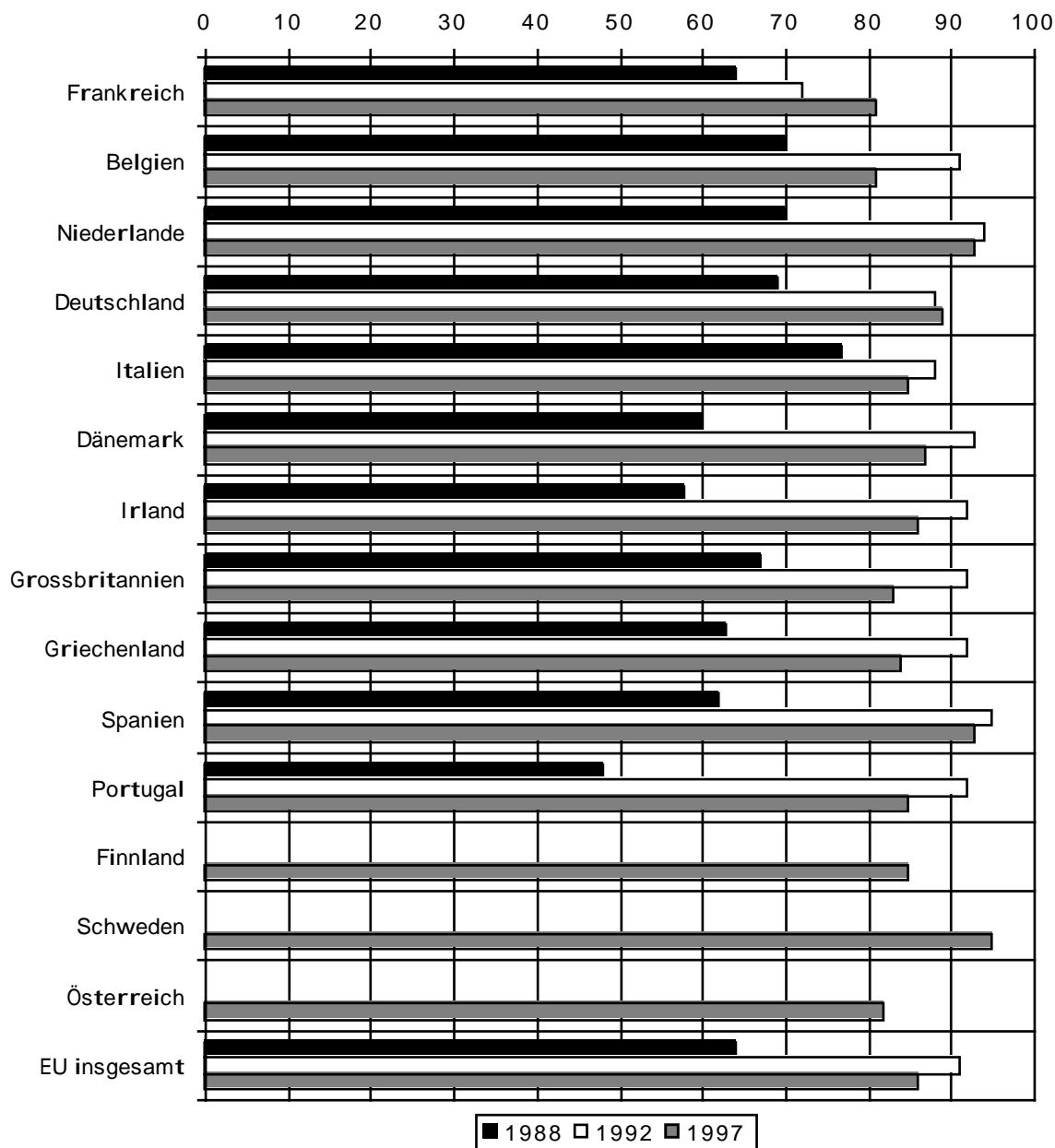
Abbildung 3: Zustimmung der EU-Bürger zu einem EU-Beitritt verschiedener Länder (EUBA 1988, 1992, 1997 'Zustimmungsquoten' in Prozent)



* Wurden zwischen 1992 und 1997 EU-Mitglieder

Beim Ländervergleich in der Abbildung 4 ist es bemerkenswert, dass im Jahre 1992 die Zustimmung zum Beitritt der Schweiz zur EU überall mit Ausnahme von Frankreich, Deutschland und Italien grösser als 90% war. Im Gegensatz zu allen übrigen EU-Mitgliedsstaaten stieg aber in Frankreich und Deutschland die Zustimmung zum EU-Beitritt der Schweiz nach 1992 und erreichte im Jahre 1997 seine bislang höchsten Werte.

Abbildung 4: Zustimmung zu einem EU-Beitritt der Schweiz (EUBA 1988, 1992, 1997 Prozentsatz der positiv antwortenden Personen)



Weil die Zustimmung zum EU-Beitritt der Schweiz im allgemeinen sehr hoch war, gab es bei der Beitrittsfrage nur geringe Unterschiede zwischen einzelnen Ländern und auch zwischen verschiedenen sozio-ökonomischen Gruppen. Ferner zeigte sich auch keine starke Übereinstimmung mit den Antworten auf die Vertrauensfrage. Auch Bürger der Länder mit einem vergleichsweise geringen Vertrauen in die Schweiz wünschen sich den schweizerischen EU-Beitritt. Einer der möglichen Gründe dafür dürfte die Finanzstärke der Schweiz sein, die in der EU wohl zu den 'Nettozahlern' gehören würde.

Zugang 2: Repräsentative Primärerhebung in den 15 Mitgliedsstaaten der Europäischen Union

Dank eines Zusatzkredites des Nationalfonds ergab sich im vorliegenden Forschungsprojekt im Frühling 1997 die Möglichkeit, die oben kommentierten Antworten auf die Vertrauens- und Beitrittsfrage durch eine gezielte Primärerhebung neuer Daten im Rahmen der Eurobarometer-Studie 47.1. zu ergänzen. Den rund 16'000 Befragten wurden 13 einfache, stark stereotype Aussagen über die Schweiz vorgelegt, bei denen sie jeweils anzugeben hatten, ob sie ihnen (eher) zustimmten oder sie (eher) ablehnten. Entsprechend der primären Ausrichtung der Untersuchung beschäftigten sich die Aussagen schwerpunktmässig mit (ausser)politischen Merkmalen der Schweiz. Zur Abrundung des Bildes wurde den Befragten aber auch eine Reihe von Fragen vorgelegt, die sich mit anderen Dimensionen der Schweiz beschäftigten. Der Wortlaut der Fragen kann dem Anhang entnommen werden und beruhte einerseits auf den allgemeinen Schwerpunktsetzungen des Projekts, andererseits auf dem Versuch, vorhandene Untersuchungen zu Länderstereotypen mitzubersichtigen.

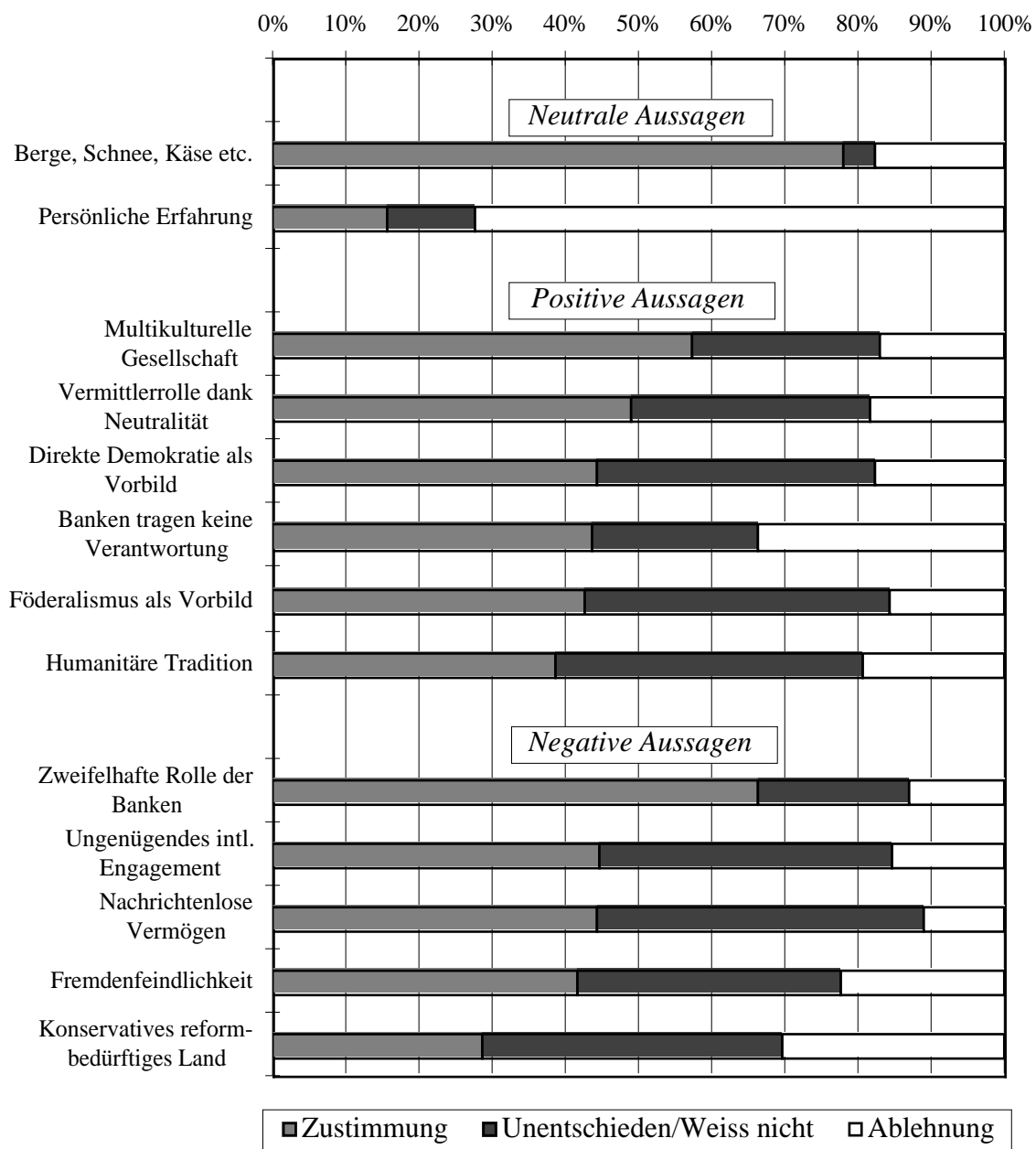
Die Primärerhebung zeigte, dass nur jeder sechste EU-Bürger die Schweiz gut aus eigener Erfahrung kennt. Das konventionelle touristisch geprägte Stereotyp als ein Land der Berge, Uhren und Schokolade ist nach wie vor stark dominant; bei den anderen Aussagen war der Anteil der "weiss nicht" und 'unentschieden' Antworten viel höher.

Ein genauerer Blick auf die einzelnen Resultate (vgl. unten die Abbildungen 5 und 6) zeigt trotz des hohen Anteils an unentschiedenen Befragten jedoch verschiedene interessante Details. Bei den positiven Aspekten wird vor allem die Aussage über das friedliche Zusammenleben in einer multikulturellen Gesellschaft (knapp 60 %) sowie über die guten Dienste der neutralen Schweiz bejaht (knapp 50 %). Über vierzig Prozent der Befragten sehen das politische System der Schweiz mit seinen Eckpfeilern direkte Demokratie und Föderalismus als bedenkenswertes Modell. Gespalten sind die Einschätzungen dagegen bezüglich der Frage, ob die Banken Verantwortung für ihre Klienten zu tragen hätten: Während etwas über vierzig Prozent der Befragten der Meinung sind, man könne die Banken nicht für ihre Kunden verantwortlich machen, ist rund ein Drittel der gegenteiligen Ansicht.

Ein Blick auf die negativen Aussagen zur Schweiz unterstützt diesen Befund: Die Rolle der Schweizer Banken im internationalen Geschäft wird von rund zwei Dritteln der Befragten kritisch beurteilt. Je über vierzig Prozent der Befragten werfen der Schweiz ungenügendes internationales Engagement, einen mangelhaften Umgang mit der Frage

der nachrichtenlosen Vermögen sowie Fremdenfeindlichkeit vor. Als konservativ und reformbedürftig schätzen dagegen nur knapp dreissig Prozent der Befragten die Schweiz ein. Ein leicht höherer Anteil lehnt die letztere Aussage klar ab.

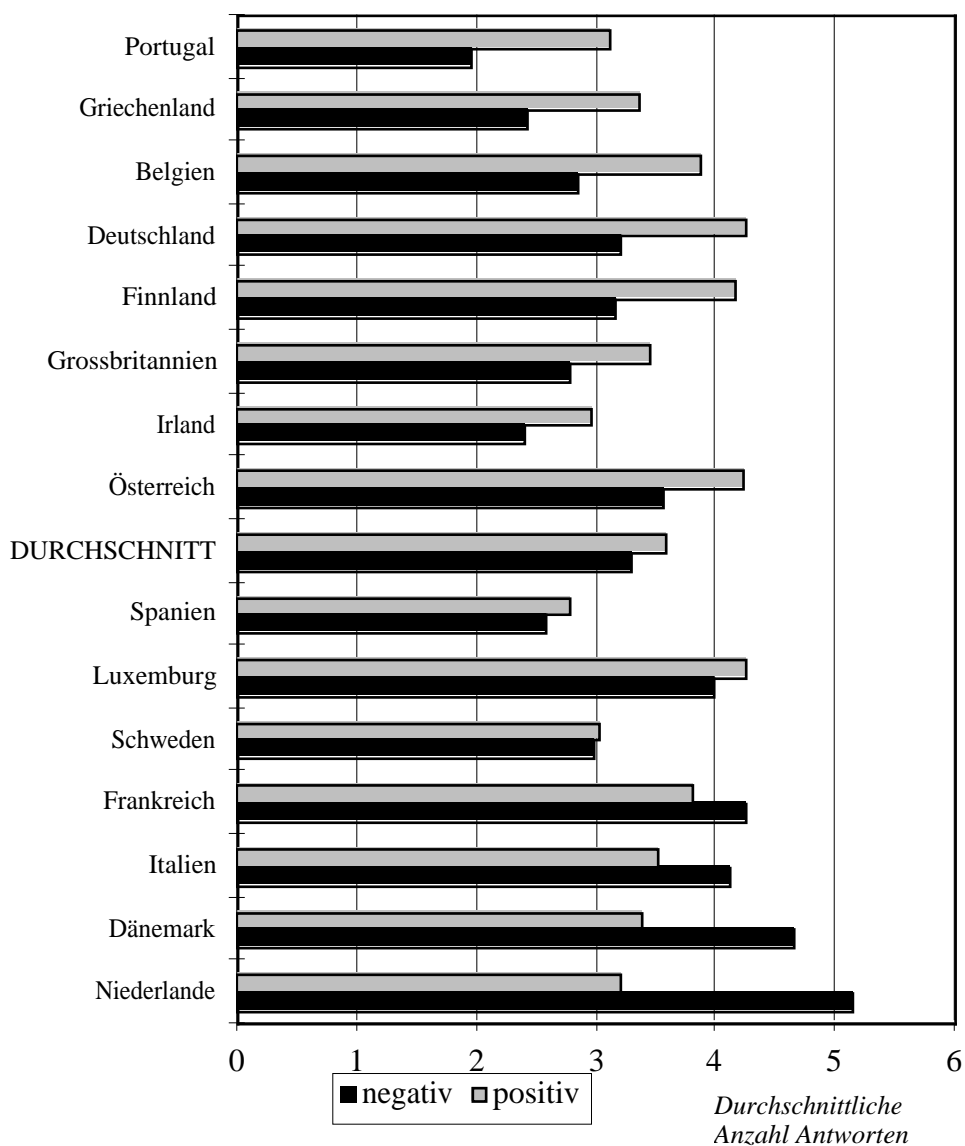
Abbildung 5: Zustimmung oder Ablehnung verschiedener Aussagen über die Schweiz



Bemerkungen: Zur Darstellung gelangen mit den Bevölkerungszahlen der EU-Länder gewichtete Resultate (n=15'900). Die Fragenbezeichnungen bzw. -inhalte wurden hier stark abgekürzt. Den vollständigen Text der entsprechenden Fragen sieht man in der Tabelle im Anhang.

Die Rolle der Schweiz im Zweiten Weltkrieg und ihr Umgang mit den nachrichtenlosen Vermögen schliesslich wird zwar von der Mehrheit der EU-Bürger, die überhaupt eine Meinung haben, negativ beurteilt. Doch fällt auch hier ein hoher Anteil an unentschiedenen Personen auf, der im Widerspruch zur in der Schweiz vorherrschenden Meinung steht, die von einem hohen internationalen Beachtungsgrad dieses Themas ausging. Die vorliegende Analyse deutet jedoch eher darauf hin, dass die Problematik der nachrichtenlosen Vermögen lediglich eine, und keineswegs die wichtigste von verschiedenen Facetten des Schweizbildes im Ausland darstellt.

Abbildung 6: Durchschnittliche Anzahl von positiven und kritischen Antworten



Bemerkungen: Grundlage bilden elf der zwölf im Anhang aufgeführten Aussagen. Die erste Aussage ("Berge, Schnee, Käse etc.") wurde nicht berücksichtigt, weil sie sich nicht eindeutig negativ oder positiv werten lässt. Als positiv bzw. negativ wurde sowohl die Zustimmung zu positiven bzw. negativen Aussagen als auch die Ablehnung negativer bzw. positiver Aussagen gewertet. Die Länder wurden nach dem Verhältnis von positiven zu kritischen Äusserungen sortiert.

Positive Bürgerwahrnehmungen der Schweiz überwiegen in Deutschland, Österreich, Finnland und Belgien, negative in Frankreich, Italien und vor allem in Holland und Dänemark (vgl. dazu auch die folgende Abbildung 6). In bezug auf die Unterschiede zwischen einzelnen sozioökonomischen Gruppen fällt auf, dass Befragte mit höherem sozialen Status häufiger positive und negative Antworten gaben, während bei den Befragten mit tieferem sozialen Status der Anteil von 'weiss nicht' und 'unentschieden' Antworten höher war.

Zugang 3: Inhaltsanalyse von fünf europäischen Wochenzeitschriften

Für die Inhaltsanalyse wurden aus Kosten- und Zeitgründen fünf Zeitschriften aus fünf grossen europäischen Ländern ausgewählt; für Deutschland "Der Spiegel", für Frankreich "L'Express", für Italien "L'Espresso", für Grossbritannien "The Economist" und für Spanien "El Pais Semanal" (inkl. Sonntagsausgabe von El Pais). In jeder Zeitschrift wurden alle Artikel der Zeitperiode 1994 bis 1997 erfasst, die sich primär oder in wesentlichen Teilen mit der Schweiz, schweizerischen Inhalten oder Persönlichkeiten befassten. Ohne Berücksichtigung blieben hingegen Beiträge, in denen die Schweiz lediglich am Rand thematisiert wurde.

Als ein wichtiges Ergebnis der Inhaltsanalyse fällt das geringe Interesse der ausländischen Medien an der Schweiz auf. In den fünf untersuchten Medien wurden nur 209 Artikel mit einer Länge von über 2000 Zeichen gefunden. Bemerkbar machte sich dabei ein 'Regionaleffekt' in dem Sinne, dass der Spiegel häufiger über die Deutschschweiz, L'Express über die Suisse Romande und L'Espresso über den Tessin berichtete. Die Berichterstattung der fünf Zeitschriften ist zu ungefähr gleich grossen Teilen politischen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen sowie übrigen Themen gewidmet. Die grösste Mehrheit aller Artikel ist durch eine neutrale oder kritisch abwägende Haltung geprägt (vgl. Tabelle 1). Der Anteil negativ gefärbter Artikel liegt je nach Publikation zwischen 15 und 30%, selten sind positiv wertende Berichte. Der Grundton der Blätter, welche sich häufiger mit der Schweiz beschäftigen (Der Spiegel, The Economist), ist dabei etwas negativer als derjenige der drei anderen analysierten Zeitschriften.

Tabelle 1: Allgemeine Bewertungen der Schweiz (Anteile in %, gerundet)

	eher negativ	neutral oder gemischt	eher positiv	Fallzahl
Der Spiegel (D)	28	63	9	100
The Economist (GB)	30	64	6	47
L'Express (F)	16	79	5	19
L'Espresso (I)	22	61	17	18
El Pais Semanal (E)	16	82	0	25
Total	25	67	8	209

Auf der Themenebene ist im Gegensatz zu allgemeinen Einschätzungen der Schweiz über ein Drittel aller Beurteilungen eher negativ (vgl. Tabelle 2). Kaum erstaunlich stellt die Diskussion über die Rolle der Schweiz und der Schweizer Banken im Zweiten Weltkrieg mit rund zwei Dritteln der negativen Beurteilungen den Spitzenreiter in der Negativliste dar, aber auch rechtliche Fragen (insbesondere im Zusammenhang mit Geldwäscherei, Kapitalflucht und internationaler Rechtshilfe) liegen klar über dem Durchschnitt. Überaus positiv schneidet dagegen die Kulturschweiz ab.

Tabelle 2: Bewertung der angesprochenen Themen (Anteile in Prozent, gerundet)

	eher negativ	Neutral / gemischt	positiv
<i>Politik:</i>	26	59	15
Aktuelle politische Probleme	27	55	18
Verhältnis Schweiz-Ausland	37	46	17
Andere politische Themen	20	66	14
<i>Wirtschaft:</i>	27	69	6
Krise, Wandel etc.	35	60	5
Fusionen und Börse	18	76	6
Banken	35	60	5
andere Wirtschaftsthemen	17	77	6
<i>Gesellschaft und Kultur:</i>	33	41	26
Rechtswesen/Kriminalität	39	48	13
Sucht und Drogen	33	42	25
Literatur, Kunst etc.	6	38	56
andere Gesellschaftsthemen	41	38	21
<i>Weitere Themen:</i>	64	29	7
Geschichte, 2. Weltkrieg	67	27	6
übrige Themen	46	36	18
<i>Fallzahl</i>	123	180	47
<i>Total (Prozent)</i>	35	52	13

(Hinweis: Da pro Artikel bis zu fünf Themen erfasst wurden, beträgt die Fallzahl hier über 209.)

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass eine durchaus differenzierte Berichterstattung im Spannungsfeld zwischen der kritischen Würdigung innovativer Ansätze (Drogenpolitik, Alpenschutz) und dem Erwachen aus der überkommenen Beschaulichkeit in den vergangenen Jahren stark durch die Betonung der Raubgoldaffäre und teilweise auch der rechtspopulistischen Tendenzen in der Schweiz überlagert wurde. Allerdings dürfen diese Effekte nicht überbewertet werden, denn auch die Rolle der Schweiz im Zweiten Weltkrieg vermochte das Interesse der internationalen Presse nicht über längere Zeit und kontinuierlich auf sich zu ziehen. Selbst die grössere Medienaufmerksamkeit der letzten Jahre machte die Schweiz keineswegs zu einem wichtigen Thema.

Von einer 'Hetzkampagne' der ausländischen Presse gegen die Schweiz kann also keine Rede sein. Dies umso mehr, als sich die Berichterstattung seit 1994 - abgesehen von den häufigen Berichten über die Rolle der Schweiz im Zweiten Weltkrieg - nicht massiv und generell verschlechtert hat. Obwohl über die Zeit vor 1994 keine Aussagen gemacht werden können, legen unsere Befunde eher den Schluss nahe, dass sich die internationale Presse – trotz manchmal reisserischer Schlagzeilen - schon seit längerer Zeit um ein differenziert-kritisches Bild der Schweiz bemüht.

Zugang 4: Eliteninterviews mit Vertretern der Europäischen Union und mit Repräsentanten grosser europäischer Wirtschaftskonzerne

Die drei oben kommentierten methodischen Zugänge vermögen nur einen Teil des Bildes der Schweiz im Ausland abzudecken. Massendaten lassen lediglich vergleichsweise grobe Kategorisierungen zu, und auch medial artikulierte Wahrnehmungen reflektieren nur einen mehrfach gebrochenen Ausschnitt aus der Fülle möglicher Schweiz-Bilder. Zur Untersuchung der Angehörigen einer besonderen gesellschaftlichen Gruppe, der politischen und wirtschaftlichen Elite, deren Meinung sich mit Repräsentativbefragungen kaum einfangen lässt, wurde im vorliegenden Projekt zusätzlich von der Möglichkeit qualitativ-interaktiver (d.h. Rückfragen des Interviewers zulassender) Befragungsverfahren Gebrauch gemacht.

Die Kenntnis von Elitenperzeptionen ist aus verschiedenen Gründen von Bedeutung. Einerseits interessieren wie bereits erwähnt die Wahrnehmungen der politischen Meinungsmacher und Entscheidungsträger vor dem Hintergrund der Praxisorientierung des Projekts besonders, andererseits vermag ein Vergleich zwischen der Eliten- und 'Bürgerperspektive' wichtige Hinweise zu den Mechanismen der Entstehung und Verbreitung der Schweiz-Bilder zu liefern. Tatsächlich wurde erwartet, dass die europäischen Politikeliten eher kritische Wahrnehmungen und Meinungen zur Schweiz äussern, die sich zwar recht stark mit den Autostereotypen kritischer Schweizer decken, aber in relativ grossem Kontrast zu den eher positiven Wahrnehmungen und Meinungen der Nichteliten - und möglicherweise auch der Wirtschaftseliten - in den EU-Ländern stehen.

Vor dem Hintergrund der Grundausrichtung des Projekts und des NFP 42 war es naheliegend und erforderlich, Vertreter der politischen Eliten zu befragen. Weil eine Forschungsfrage dem Einfluss der institutionellen Vertretung bzw. Mitwirkung der Schweiz auf ihre Fremdwahrnehmung galt, sollten ursprünglich Interviews in je einer internationalen Organisation ohne und mit Beteiligung der Schweiz durchgeführt werden. Vorgesehen waren aus politischen, pragmatischen und forschungsökonomischen Gründen ca. 20-30 Eliteninterviews in den drei Institutionen der Europäischen Union und 10 Eliteninterviews im Europarat (Council of Europe) in Strassburg. Durchgeführt wurden schliesslich 27 Interviews mit führenden Vertretern der Europäischen Kommission (Kommission, Rat + Parlament der Europäischen Union). Weil die Interviewvorbereitung, Durchführung und Auswertung wesentlich aufwendiger als vorgesehen war und weil weitere Interviews mit Vertretern des Europarats kaum neue Einblicke und

Erkenntnisse gebracht hätten und aufgrund unterschiedlicher Erhebungszeitpunkte nicht mit den EU-Interviews vergleichbar gewesen wären, wurde auf die Durchführung der Eliteninterviews im Europarat verzichtet. Da ausser der Wahrnehmung politischer Akteure aus den oben ausgeführten Gründen auch die Schweiz-Sicht der europäischen Wirtschaftseliten interessierte, wurden zusätzlich 10 Verwaltungsräte und Spitzenmanager aus grossen europäischen Konzernen befragt.

Im Gegensatz zu den EU-Bürgern kennen sowohl die Politik- als auch die Wirtschaftsvertreter die Schweiz besser aus eigener Erfahrung, weil sie sich hier aus beruflichen und/oder privaten Gründen häufiger aufhalten. Trotzdem fühlen sich beide Eliten über die Schweiz nicht sehr gut informiert; es fehle ihnen vor allem an Kenntnissen und Informationen über die schweizerische Innenpolitik.

In bezug auf die mediale Berichterstattung über die Schweiz sind die meisten Befragten der Ansicht, dass die Medien heute weniger und kritischer über die Schweiz berichten als früher. Sie begründen dies mit dem Abseitsstehen der Schweiz und mit dem allgemeinen Hang der Medien zur Dramatisierung und zu übertriebenen Bildern und Schlagzeilen. Der Eindruck einer kritischeren Berichterstattung entsteht aber auch deshalb, weil unter wenigen Nachrichten die kritischen mehr auffallen. Ferner galt die Schweiz früher in den meisten Zusammenhängen als Vorbild und Musterland; deshalb würden die heute kritischeren Nachrichten und Kommentare der Medien mit einer gewissen Genugtuung und teilweise gar mit leichter Schadenfreude konsumiert.

Für grosse *innenpolitische Stärken* des Landes halten die interviewten Elitenvertreter seine kulturelle und sprachliche Vielfalt sowie die gute Zusammenarbeit zwischen den Landesteilen – vor allem im Vergleich mit EU-Mitgliedstaaten wie Spanien, Belgien oder Irland, in welchen interne Spaltungen und Probleme teilweise lähmende und beängstigende Ausmasse angenommen hätten. Ebenfalls sehr häufig wurden die wirtschaftliche und finanzielle Stabilität, Ordnung, Effizienz sowie die gute Ausbildung, soziale Partnerschaft und seltenere Streiks als innenpolitische Pluspunkte erwähnt.

Die letztgenannten Stärken der Schweiz werden häufiger von den Spitzenmanagern der grossen Wirtschaftskonzerne genannt. Das *Schweizbild der Wirtschaftseliten* ist tatsächlich positiver, weil diese in unserem Land in erster Linie einen attraktiven Wirtschaftsstandort sehen. In Wirtschaftskreisen schätzt man die Schweiz und die Schweizer und begründet die positiven Einschätzungen mit Attributen wie 'fleissig', 'sicher', 'effizient', "gut organisiert", "gute Infrastruktur" etc. Nicht ganz einig sind sich die Wirtschaftsvertreter bezüglich ihrer Einschätzung, ob die heute bestehenden wirtschaftlichen Standort- und Wettbewerbsvorteile der Schweiz eher in- oder ausserhalb der Europäischen Union gewahrt bleiben können. Eine Minderheit älterer Spitzenmanager sieht für die Schweiz die Möglichkeit eines erfolgreichen Alleingangs, aber eine weitaus grössere Zahl der Wirtschaftsvertreter war der Meinung, dass sich die Schweiz aus ökonomischen Gründen nicht mehr lange ein europäisches Abseitsstehen leisten können. Sie erwarten, dass eine kommende oder sich anbahnende Wirtschaftskrise ähnlich wie im Falle von Schweden oder Finnland die Schweiz zum EU-Beitritt zwingen würde.

Mehr Kritik an der Schweiz wurde erwartungsgemäss in den Interviews mit den Politikeliten geäussert. Im Vordergrund des *Schweizbildes der EU-Vertreter* stehen die

politisch relevanten Merkmale der Schweiz, unter welchen sich auch einige befinden, die von einer Mehrheit der interviewten EU-Vertreter kritisch hinterfragt werden. So wird z.B. die schweizerische Neutralität als nicht mehr zeitgemäss empfunden und viele der interviewten EU-Vertreter waren der Meinung, dass die direkte Demokratie die notwendigen Reformen erschwere und das Land rigid und für seine Verhandlungspartner schwer berechenbar bzw. unzuverlässig mache. Damit im Zusammenhang stehe eine weitere innenpolitische Schwäche der Schweiz, die in der mangelnden Regierbarkeit und in fehlenden Führungsqualitäten der schweizerischen Spitzenpolitiker geortet wurde. Unter den Elite-Vertretern der EU herrscht der Eindruck, dass die schweizerischen Politiker das Land zu wenig führen und sich in dieser Hinsicht hinter dem basisdemokratischen Vorwand versteckten. Die Politik und politische Führung des Landes versage auch des öfteren gegenüber den Partikulärinteressen der Schweizer Banken, welche mit Nationalinteressen verwechselt würden.

Es überrascht kaum, dass sich die EU-Vertreter in erster Linie durch die EU-Haltungen der Schweiz und der Schweizer negativ betroffen fühlen. Die meisten von Ihnen finden das europäische Abseitsstehen der Schweiz unsolidarisch und erwarten von ihm längerfristig schwerwiegende Nachteile für die Schweiz. Sie wissen zwar, wovor sich die Schweizer im Falle des EU-Beitritts ihres Landes fürchten, halten aber solche Befürchtungen vor dem Verlust der Identität, der Aufgabe der politischen Autonomie etc. für unbegründet.

Vor dem Hintergrund der in den EU-Institutionen mehrheitlich geteilten Überzeugung, dass ein Abseitsstehen für die Schweiz auf Dauer zu grosse Nachteile verursachen würde und eigentlich unmöglich sei, bringen die EU-Vertreter wenig Verständnis und Geduld auf für die Befürchtungen, Sonderwünsche und Sicherheiten, die die schweizerischen Vertreter bei den vor kurzem abgeschlossenen bilateralen Verhandlungen von ihnen verlangten. Sie konnten zwar manches nachvollziehen, was unser Land bzw. seine Vertreter gerne hätten, waren aber fast einhellig der Meinung, dass die Schweiz solche Wünsche und Begehren zusammen mit Gleichgesinnten zum Gegenstand EU-interner kollektiver Verhandlungen und Fortschrittsbemühungen machen solle.

Während die Banken und das Bankgeheimnis auch für die EU-Vertreter grösstenteils ein Imageproblem darstellen, ist dies im Zusammenhang mit den Themen 'Nazigold' und "Zweiter Weltkrieg" erstaunlich wenig der Fall. In diesem Zusammenhang sind die interviewten Eliten klar der Meinung, dass das Verhalten der Schweiz während des Zweiten Weltkrieges nachvollziehbar war, dass auch andere Länder sich am Krieg bereichert hätten, und dass die Schweiz zur Wiedergutmachung der Fehler, die damals passiert seien, heute vorbildlich viel mache. Sie halten die Rückgabe der sich von den Banken zu unrecht angeeigneten oder zurückgehaltenen Vermögen für unerlässlich und den Holocaustfonds und die Solidaritätsstiftung für gute Sachen; für eine Korrektur des angekratzten Image der Schweiz aber letztlich nicht ausreichend. Dafür brauche es eine wirkliche Öffnung der Schweiz, einen EU-Beitritt und eine stärkere Mitwirkung in internationalen Organisationen und bei internationalen Anstrengungen zur Lösung der gegenwärtigen Europa- und Weltprobleme.

Zusammenfassung und Folgerungen

Die im vorliegenden Bericht dargestellten Resultate zeichnen ein differenziertes Bild der Wahrnehmung der Schweiz im Ausland, das sich einer einfachen Zusammenfassung und Interpretation entzieht. Als erster, wesentlicher Befund fällt zunächst das geringe Interesse vieler Befragten und Medien an der Schweiz auf, welches im Kontrast zur Bedeutung steht, die dem Schweizbild im Ausland hierzulande häufig beigemessen wird. Jenseits von Informationsdefiziten und beschränktem Interesse überwiegen aber differenzierte und kritisch-abwägende Urteile und Wertungen. Von einem 'ruinierten' Image der Schweiz kann keine Rede sein. Unsere empirischen Analysen deuten vielmehr darauf hin, dass die hierzulande manchmal heraufbeschworene Angst vor einer Verschlechterung des Bildes der Schweiz im Ausland nur bedingt richtig ist. Vielmehr reflektieren die Ergebnisse eine realistische und freundlich-kritische Einschätzung des Landes, die durchaus ihre Entsprechungen in der Diskussion innerhalb der Schweiz findet. Die Ängste der Schweizer vor einem Imageverlust im Ausland wären damit eher als ein Konflikt zwischen vermutetem und effektivem Heterostereotyp, als ein Unterschied zwischen Auto- und Heterostereotyp zu deuten.

Neben dem Desinteresse von Europäern an der Schweiz muss auch die grosse Konstanz der Schweizbilder im Ausland hervorgehoben werden. Die Auswertung bestehender Eurobarometerdaten, die Ergebnisse aus der sich über den Zeitraum von vier Jahren erstreckenden Inhaltsanalyse von Wochenzeitschriften sowie ein Vergleich mit früheren Untersuchungen deuten darauf hin, dass das Bild der Schweiz im Ausland sehr träge ist und sich nur langsam wandelt.

Von den Bürgern, Medien und Eliten werden verschiedene Aspekte und Facetten des Schweizbildes betont. Für die EU-Bürger ist die Schweiz in erster Linie ein Ferienland; in ihrem Schweizbild überwiegen die Klischees. Für die Wirtschaftseliten repräsentiert die Schweiz einen qualitativ hochstehenden Wirtschaftsstandort, von den Politikeliten werden in erster Linie die innen- und aussenpolitischen Merkmale der Schweiz betont. Die analysierten Wochenzeitschriften verteilen ihre Aufmerksamkeit zu gleichen Teilen auf wirtschaftliche, politische, ökonomische und kulturelle Themen.

Die doch beträchtlichen Unterschiede zwischen EU-Bürgern, Medien sowie Politik- und Wirtschaftseliten zeugen davon, dass diese vier Gruppen bzw. Wahrnehmungsträger sich gegenseitig in bezug auf ihr Schweizbild nur schwach beeinflussen. Vor dem Hintergrund der empirischen Ergebnisse des Forschungsprojektes müssen vorab allzu mechanistische Thesen über den dominanten meinungsbildenden Einfluss der Medien und Eliten als 'Meinungsmacher' revidiert werden. Ein gutes Beispiel für die Autonomie bzw. Entkoppelung massenmedialer Wahrnehmungen ist die aktuelle Problematik des Verhaltens der Schweiz und der Schweizer Banken im Zweiten Weltkrieg. Die mediale Berichterstattung war in diesem Zusammenhang sehr intensiv und kritisch, aber dieses Interesse und die Kritik wurde von den Bürgern und Eliten der EU-Länder nicht geteilt.

Bei der Analyse der Befragungsdaten wurden nur schwache Unterschiede zwischen einzelnen sozio-ökonomischen Gruppen, jedoch etwas stärkere Unterschiede zwischen den EU-Mitgliedsstaaten festgestellt. Sowohl bezüglich des Vertrauens und der Zustimmung zu einem allfälligen EU-Beitritt der Schweiz als auch bei den allgemeinen

Einschätzungen der Schweiz befinden sich Frankreich und Italien unter den Ländern, in welchen kritische Meinungen zur Schweiz vergleichsweise häufig sind. Bei der Primärerhebung zeigten sich aber die Holländer und Dänen der Schweiz gegenüber am kritischsten. Dies hindert aber die Bürger dieser beiden Länder nicht daran, an der Spitze aller EU-Mitgliedsstaaten einen EU-Beitritt der Schweiz am stärksten zu begrüßen. Ein weiteres Beispiel für das Auseinanderfallen positiver und kritischer Meinungen zur Schweiz liefert die Tatsache, dass im Falle von Spanien, Italien und Frankreich den kritischeren Bürgermeinungen eine relativ positive mediale Berichterstattung gegenübersteht. Dagegen berichten der Spiegel und The Economist vergleichsweise kritisch über die Schweiz, obwohl ihr Zielpublikum wohlwollende Einschätzungen vornimmt.

Bei den Eliteninterviews überrascht am meisten die vorwiegend negative Meinung der EU-Vertreter zur direkten Demokratie und – im Gegenzug dazu – ihre emphatisch wohlwollende Haltung zur Vergangenheit der Schweiz im Zweiten Weltkrieg. Das internationale Abseitsstehen der Schweiz stört weniger die Bürger der EU-Länder als die Medien und Eliten. Sowohl wirtschaftliche als auch politische Eliten wundern sich zudem über schlechtes Krisenmanagement im Zusammenhang mit der Frage der namenlosen Vermögen und des Verhaltens der Schweiz und der Schweizer Banken im Zweiten Weltkrieg. Kritische Wahrnehmungen der Schweiz sind in erster Linie die Folge des heutigen Verhaltens und umstrittener Geschäftspraktiken der Schweizer Banken. Die Kritik an den Schweizerbanken zieht sich wie ein roter Faden durch sämtliche Zugänge der Untersuchung und gehört zu den politisch wichtigsten Ergebnissen.

Aus den Resultaten lassen sich verschiedene Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen ableiten. Für die Schweiz und die Schweizer ergibt sich u.E. aber vor allem ein wesentlicher Schluss, den man pointiert etwa folgendermassen umreissen könnte: Wir sollten weniger darauf schauen und uns davon leiten lassen, was andere über uns denken. Stattdessen sollten wir die notwendigen Reformen und anstehenden Entscheidungen unsererseits bzw. für unsere eigene Zukunft vorantreiben. Wegen der grossen Trägheit der Schweiz-Wahrnehmungen im Ausland haben kurzfristige imagebildende Massnahmen ohnehin wenig Wirkung und Aussicht auf Erfolg.

Etwas provokativ formuliert könnte man in diesem Zusammenhang auch sagen: Nicht das Image der Schweiz im Ausland ist das Problem, sondern das Land selbst hat ein oder mehrere Probleme. Die Mischung aus Liebe zur Heimat, Sehnsucht nach Anerkennung und Liebe seitens der Anderen, Verunsicherung, Visionslosigkeit, dauerndem Abwägen von Vor- und Nachteilen, mechanisch eingeübtem Rückgriff auf Traditionen, Angst vor Populisten, Demagogen und dem Volk, der wiederholten Verkennung faktischer Machtverhältnisse und diesbezüglicher Durchsetzungsmöglichkeiten – diese Mischung war bislang ein denkbar schlechter Ratgeber in Zusammenhang mit den aktuellen Problemen und Handlungsanforderungen in politischer und wirtschaftlicher Hinsicht. Hier sind für die Zukunft wohl tatsächlich ein frischer Wind, neue, unverkrampftere Haltungen und etwas mehr Risikofreude seitens der Schweiz und ihrer Einwohner gefordert. Andernfalls droht längerfristig nicht nur eine Erosion des vorderhand noch positiven Fremdbildes, sondern eine Zunahme des Desinteresses: Die Schweiz könnte in der Wahrnehmung des Auslandes dann tatsächlich zum hässlichen Klischee eines Landes werden, dass in seinen eigenen Traditionen und Selbstzweifeln erstarrt ist.

Literaturhinweise

- Allport, G. W. (1954): *The Nature of Prejudice*. Cambridge, Ma.: Addison-Wesley.
- Banaji, M. R. und A. G. Greenwald (1994): "Implicit Stereotyping and Prejudice". S.55-76 in: M. P. Zanna und J. M. Olson (Hg.): *The Psychology of Prejudice*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bierhoff, H.W. (1984): *Sozialpsychologie: ein Lehrbuch*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Brewer, M.B. (1994): "The Social Psychology of Prejudice: Getting It All Together". S. 315-329 in: M. P. Zanna und J. M. Olson (Hg.): *The Psychology of Prejudice*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Brigham, J.C. (1971): "Ethnic Stereotypes". *Psychological Bulletin* 76: 15-38.
- Dovidio, J. F., J.C. Brigham, B.T. Johnson und S.L. Gaertner (1996): "Stereotyping, Prejudice, and Discrimination: Another Look". S. 276-319 in: C.N. Macrea, C. Stangor und M. Hewstone (Hg.): *Stereotypes and Stereotyping*. New York, London: The Guilford Press.
- Ehrlich, H. J. (1979): *Das Vorurteil. Eine sozialpsychologische Bestandesaufnahme der Lehrmeinungen amerikanischer Vorurteilsforschung* (amerik. Original 1973). München, Basel: Ernst Reinhardt.
- Faulstich, W. (Hg.)(1992): *Image, Imageanalyse, Imagegestaltung*. Bardowick: Wissenschaftler-Verlag.
- Friz, S.(1991): *Das Bild von England, Amerika und Deutschland bei Fremdsprachenlernern und in Fremdsprachenlehrwerken: ein Beitrag zur komparativen Landeskunde*. München: tuduv-Verlagsgesellschaft.
- Gardner, R. C. (1994): "Stereotypes as Consensual Beliefs". S. 1-31 in: M. P. Zanna und J. M. Olson (Hg.): *The Psychology of Prejudice*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hogg, M. A. und D. Abrams (1988): *Social Identifications. A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes*. London: Routledge.
- Karsten, A. (Hg.)(1978): *Vorurteil. Ergebnisse psychologischer und sozialpsychologischer Forschung*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Katz, D. und K. Braly (1935): "Racial prejudice and racial stereotype". *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 30: 175-193.
- Leyens, J.-P., V. Yzerbyt und G. Schadron (1996): *Stéréotypes et cognition sociale*. Liège: Pierre Mardaga.
- Manstead, A.S.R. und M. Hewstone (Hg.)(1995): *The Blackwell Encyclopedia of Social Psychology*. Oxford: Basil Blackwell.
- Martinek, G. (1990): *Das Selbstbild der Österreicher. (Empirische Marketingforschung, Bd. 8)*. Wien: Service Fachverlag der Wirtschaftsuniversität Wien.
- Schweiger, G., und C. Wusst (1988): "Länderimageforschung: Theorie, Methoden und Anwendung". S. 21-61 in: G. Schweiger (Hg.): *Österreichs Image im Ausland*. Wien: Norka.
- Stolz, J. (1998): *Traditionalismus und das störende Fremde. zur soziologischen Erklärung von Einstellungen gegenüber Ausländern und Ausländerinnen (Unveröffentlichte Dissertation)*. Zürich: Soziologisches Institut der Universität.
- Tajfel, H. (1982): *Gruppenkonflikt und Vorurteil. Entstehung und Funktionen sozialer Stereotype*, Bern: Huber.
- von Bassewitz, S. (1990): *Stereotype und Massenmedien. Zum Deutschlandbild in französischen Tageszeitungen*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag

Anhang: Übersicht über die in der Eurobarometer Erhebung 47.1. gestellten Fragen.

Inhalt/Item Nr.	Englische Original-Aussagen	Deutschübersetzung bei der Befragung
Neutrale Aussagen und Hintergrundinformationen		
Berge, Schnee, Käse etc. Item 1	When I think about Switzerland, things like mountains, snow, milk, cheese, chocolate and watches come first to my mind.	Bei der Schweiz denke ich vor allem an Berge, Schnee, Käse, Uhren und Schokolade.
Persönliche Erfahrung Item 13	I know Switzerland from personal experience and have visited the country during the last few years.	Ich kenne die Schweiz gut aus eigener Erfahrung.
Positiv formulierte Aussagen		
Multikulturelle Gesellschaft Item 2	Switzerland is a positive example of multiculturalism and peaceful coexistence of different groups and languages.	Die Schweiz ist ein gutes Beispiel für eine multikulturelle Gesellschaft und das friedliche Zusammenleben verschiedener Gruppen und Sprachen.
Direkte Demokratie als Vorbild Item 4	The Swiss principles of direct democracy (peoples voting, referenda) and federalism (autonomy and independence of communes and cantons) work well and should be considered as models also for other European countries.	Das Schweizer System der direkten Demokratie, d.h. häufige Wahlen, Volksentscheide usw., funktioniert gut und sollte als Vorbild genommen werden.
Föderalismus als Vorbild Item 5		Das bundesstaatliche System der Schweiz, das den Gemeinden und Kantonen ein hohes Mass an Selbständigkeit gewährt, funktioniert gut und sollte als Vorbild genommen werden.
Banken tragen keine Verantw.ort. Item 7	Swiss banks offer attractive conditions and should not be blamed when foreign investors bring their money to Switzerland.	Den Schweizer Banken sollte nicht vorgeworfen werden, dass ausländische Investoren ihr Geld auf Konten in der Schweiz anlegen.
Vermittlerrolle dank Neutralität Item 9	Its neutrality and independence have helped Switzerland to mediate with success in many international conflicts.	Ihre Neutralität und Unabhängigkeit haben der Schweiz dabei geholfen, in vielen internationalen Konflikten erfolgreich zu vermitteln.
Humanitäre Tradition Item 11	Switzerland has a strong humanitarian tradition of helping wherever needed and welcoming political refugees and other people in the country.	Die Schweiz hat eine lange Tradition der humanitären Hilfe.
Negativ formulierte Aussagen		
Zweifelhafte Rolle der Banken Item 3	Swiss banks often play a dubious role in international business and financial affairs.	Schweizer Banken spielen oft eine zweifelhafte Rolle in der internationalen Finanzwelt und bei internationalen Geschäften.
Ungenügendes internationales Engagement Item 6	Switzerland is isolated and does not participate in collective efforts aiming at the solution of current economic, social and political problems in Europe and in the world.	Die Schweiz beteiligt sich nicht genügend an gemeinsamen Bemühungen, die gegenwärtigen wirtschaftlichen, sozialen und politischen Probleme in Europa und der Welt zu lösen.
Konservatives, reformbedürft. Land Item 8	Switzerland is a very conservative and traditional country which needs reforms rather urgently.	Die Schweiz ist ein konservatives und traditionelles Land, das dringend Reformen benötigt.
Fremdenfeindlichkeit Item 10	The Swiss do not like foreigners and accept them only as workers and paying tourists.	Die Schweizer mögen keine Ausländer und akzeptieren sie nur als Arbeitskräfte und Touristen.
Nachrichtenlose Vermögen Item 12	Switzerland benefited from its neutrality during the world war and misappropriated money of the Jews and other war victims.	Die Schweiz hat nicht genügend Anstrengungen unternommen, alles Geld zurückzugeben, das Juden und anderen Opfern des Zweiten Weltkriegs gehört.