



Die Schweiz in den ausländischen Medien: 3. Quartal 2021

Sport im Rampenlicht – und die Schweiz mittendrin

Verschiedene sportliche Grossanlässe mit Schweizer Beteiligung sorgen weltweit für Aufmerksamkeit. In diesem Zusammenhang wird auch das gute Abschneiden von Schweizer Sportlerinnen und Sportlern breit zur Kenntnis genommen. Im Vordergrund steht die Fussball-Europameisterschaft, bei welcher die Schweiz das Viertelfinale erreicht. Insbesondere der Aussenseiter-Sieg gegen Frankreich sorgt weltweit für Beachtung. Der kämpferische Geist des Teams wird gelobt, der emotionale

«Dank ihres Kampfgeists werden die Spieler der „Nati“ gefeiert, als hätten sie gewonnen»

FAZ, Deutschland

Jubel auf den Strassen als für die Schweiz untypisch überrascht zur Kenntnis genommen. Ein viral gegangenes Meme und gesellschaftspolitische Fragestellungen rund um die Nationalmannschaft werden ebenso thematisiert. Bei

den Olympischen Spielen sorgen insbesondere der «Swiss sweep» im Mountainbiking, mit besonderer Berücksichtigung der Goldmedaille von Jolanda Neff, sowie die Leistungen der Tennisspielerinnen Belinda Bencic und Viktorija Golubic für viel Aufmerksamkeit. Der unerwartete Sieg der Berner Young Boys über Manchester United im ersten Spiel der UEFA Champions League-Gruppenphase erhält in internationalen Medien ebenso wie in den sozialen Medien viel Aufmerksamkeit. Diese ungewöhnliche Häufung von Berichten verhilft Eigenschaften zu mehr Visibilität, welche mit der Schweiz sonst eher selten in Verbindung gebracht werden – wie sportliche Leistungsfähigkeit in verschiedenen Disziplinen und öffentlich gezeigte Emotionalität. Dies nuanciert das klassische Wahrnehmungsprofil der Schweiz.



Bilder eines Fans der Schweizer Fussballnationalmannschaft gehen als Meme viral (© *Corriere della sera*)



Swiss sweep: drei Schweizerinnen auf dem Olympia-Podest (© *Wall Street Journal*)

Ehe für alle: Abstimmungsergebnis positiv wahrgenommen

Die Annahme der «Ehe für alle» sorgt weltweit für viel mediale Aufmerksamkeit. Die Tonalität ist dabei sachlich bis positiv, mehrere Medien begrüßen das Ergebnis der

«Toleranz und Freiheit sind in der Mitte der Gesellschaft angekommen»

(TAZ, Deutschland)

Volksabstimmung explizit. Viele Beiträge weisen darauf hin, dass gleichgeschlechtliche Ehen in den meisten westeuropäischen Ländern bereits seit längerem legal seien. Der im

«È vero che la Svizzera è arrivata tardi a questo passo, ma è anche vero...che si è trattato di una scelta di popolo»

(La Repubblica, Italien)

regionalen Vergleich gleich späte Schritt der Schweiz habe gemäss den Einschätzungen jedoch vor allem mit dem politischen System der Schweiz zu tun. Fast alle Beiträge weisen darauf hin, dass das Resultat sehr eindeutig ausgefallen sei. Die Berichterstattung fördert die Wahrnehmung, dass die Schweizer Bevölkerung liberaler ist als im Ausland teilweise angenommen.



Die Abstimmung über die «Ehe für alle» wird international insbesondere durch Aktivitäten der Befürwortenden illustriert (© *Al Jazeera*)

Beschaffung Kampfflugzeuge: Französische Medien irritiert

Der Entscheid des Bundesrats zur Beschaffung von 36 US-Kampfflugzeugen des Typs F-35A und die damit einhergehende de-facto-Zurückweisung von europä-

«Le choix d'un avion de combat européen aurait été un moyen de retisser les liens avec l'Union européenne»

(Le Figaro, Frankreich)

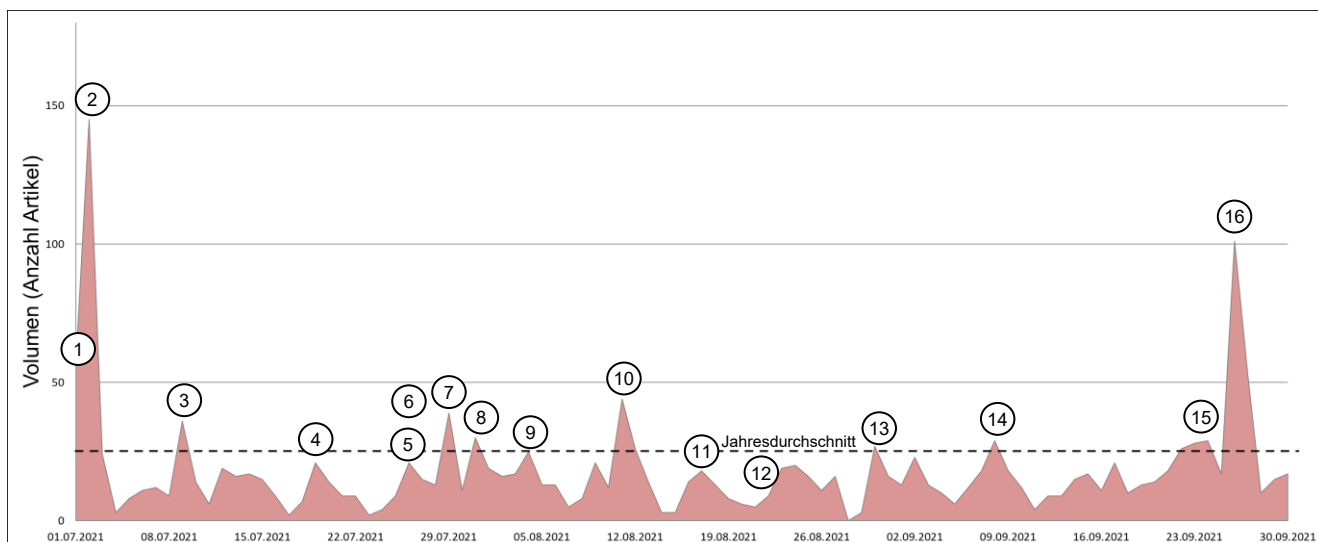
Optionen wird von ausländischen Medien breit rezipiert. Am meisten Aufmerksamkeit findet der Entscheid in den Nachbarländern, wo vor allem französische Medien überrascht und teilweise kritisch berichten. Sie interpretieren den Entscheid im Kontext der Beziehungen zwischen der Schweiz

und der EU häufig als eine verpasste Chance und eine zusätzliche Brückierung Brüssels nach dem Abbruch der Verhandlungen um ein institutionelles Abkommen zwischen der Schweiz und der EU.



Schweizer Kampfflugzeuge über den Alpen (© *Les Echos*)

Quantitative Entwicklung der ausländischen Medienberichterstattung mit Bezug zur Schweiz



Entwicklung des Volumens und der Tonalität der ausländischen Medienberichterstattung mit Bezug zur Schweiz (Volumen = Anzahl Artikel pro Tag in den analysierten Leitmedien, 01.07.2021 – 30.09.2021). Eine Spitze kann mehrere Ereignisse beinhalten. Die nummerierten Ereignisse werden aufgrund ihres Volumens und ihrer Bedeutung ausgewählt.

- (1) Entscheid des Bundesrats für den Kampffjet-Typ F-35A
- (2) Viertelfinal Schweiz-Spanien bei der Euro 2020
- (3) Verschiedene Meldungen zur Covid-19-Pandemie in der Schweiz
- (4) Verschiedene Meldungen zum Schweizer Finanzplatz
- (5) Verfahrenseinstellung im russisch-schweizerischen Geldwäschereifall «Magnitsky» durch die Bundesanwaltschaft nach zehn Jahren
- (6) «Swiss sweep» bei Olympia (Mountainbiking)
- (7) Untersuchungsbericht zum Archegos-Fall: schwere Vorwürfe gegen die Risikokontrolle der Credit Suisse
- (8) Olympia-Sieg Belinda Bencic (Tennis)
- (9) Eröffnung Filmfestival in Locarno
- (10) Twitter-Diplomacy 1: chinesische Medienberichterstattung über einen fiktiven Schweizer Wissenschaftler, korrigierender Tweet der Schweizer Botschaft in China und Folgen
- (11) Schweizer Weltrekord in der Berechnung von Pi
- (12) Schweizer Projekte zur Förderung von erneuerbaren Energien
- (13) Twitter-Diplomacy 2: Debatte um Vergleich Argentinien-Schweiz
- (14) Kritik an Geschäftsbeziehungen von zwei Schweizer Unternehmen mit China
- (15) Berichte im Vorfeld der Abstimmung zur «Ehe für alle»
- (16) Abstimmung: Annahme der «Ehe für alle»

Im Fokus: Twitter-Diplomacy

Twitter-Diplomacy bezeichnet die Nutzung sozialer Medien durch Staatsoberhäupter, internationale Organisationen, Diplomaten und Diplomaten zu primär aussenpolitischen Zwecken. Es handelt sich dabei um öffentliche Kommunikation, welche für die breite Bevölkerung weltweit sichtbar ist. In manchen Fällen werden derartige Tweets auch von klassischen Medien aufgegriffen, was deren Reichweite noch einmal massiv verstärkt. Im dritten Quartal 2021 sorgen zwei Tweets von Schweizer Vertretungen weltweit für sehr hohe Aufmerksamkeit: Viral geht die Reaktion der Schweizer Botschaft in China auf Berichte in chinesischen Medien über Aussagen eines fiktiven Schweizer Wissenschaftlers zum Ursprung des Coronavirus. Ihr Statement äussert Zweifel an der realen Existenz dieser Person und warnt vor der Verbreitung von «Fake News». Medien aus aller Welt berichten. In den sozialen Medien erreicht der Originalbeitrag sowohl auf Twitter als auch dem chinesischen Netzwerk Weibo eine sehr hohe Verbreitung. Einige Wochen später reagiert die Schweizer Vertretung in Argentinien auf Twitter auf die Aussage der argentinischen Sicherheitsministerin, dass die Schweiz zwar sicherer als Argentinien, dafür aber langweilig sei. In seinem Tweet verlinkt der Schweizer Botschafter ein selbstironisches Werbevideo von Schweiz Tourismus, in welchem sich Robert De Niro über die mangelnde Dramatik der Schweiz beschwert. Der Tweet erreicht eine enorm hohe Verbreitung, zahlreiche argentinische Medien loben ihn als gelungene Reaktion auf einen unangemessenen Vergleich. Die Beispiele zeigen, dass offizielle Kommunikation über soziale Medien in kurzer Zeit eine sehr hohe Breitenwirkung erzielen und das eigene Narrativ somit einem breiten Publikum zugänglich gemacht werden kann. Voraussetzung dafür sind jedoch passende Rahmenbedingungen. So ist es der Verbreitung förderlich, wenn die Kommunikation wie in den beiden Beispielen auf Themen aufbaut, welche lokal oder global zum entsprechenden Zeitpunkt öffentlich diskutiert werden, und einen neuen Aspekt in die bestehende Diskussion einbringt.

Das Monitoring des Images der Schweiz in den ausländischen Medien umfasst die gesamte Medienberichterstattung mit Schweiz-Bezug in den Leitmedien von 19 Ländern (Argentinien, Australien, Brasilien, China, Deutschland, Frankreich, Grossbritannien, Indien, Israel, Italien, Japan, Österreich, Portugal, Russland, Spanien, Südafrika, Südkorea, Türkei, USA) sowie in panarabischen und EU-Leitmedien. Kontakt: EDA, Präsenz Schweiz, Sektion Monitoring und Analyse, Bundesgasse 32, 3003 Bern, Tel. +41 31 322 01 83, prs@eda.admin.ch, www.eda.admin.ch/praesenzschweiz