

**UEFA EURO 2008™**

**Effekte auf die nachhaltige Entwicklung:**

**Bekanntheit und Image der Schweiz  
Die Schweiz und Deutschland im Vergleich  
Befragungswelle 2009**

**Zwischenbericht 4 – August 2009:**

Auftraggeber: Bundesamt für Sport (BASPO)

**Auftraggeber:**

Bundesamt für Sport (BASPO), Magglingen

**Finanzierung:**

BASPO Ressortforschung

Host Cities UEFA EURO 2008: Basel, Bern, Genf und Zürich

UBS AG

EURO 2008 SA

**Forschungspartner:**

ITW Institut für Tourismuswirtschaft, Hochschule Luzern - Wirtschaft

Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern

Rütter + Partner, Sozioökonomische Forschung und Beratung

**Projekt:**

Bekanntheit und Image der Schweiz im Zuge der Euro 2008

Schweiz und Deutschland im Vergleich (3. Befragungswelle, Juni 2009)

**Projektleitung:**

Prof. Dr. Jürg Stettler: ITW Hochschule Luzern - Wirtschaft (Leitung Projekt Imagebefragung EURO 2008)

Prof. Dr. Hansruedi Müller: FIF Universität Bern (Leitung und Koordination Gesamtprojekt)

**Mitarbeitende:**

David Caliesch, ITW Hochschule Luzern - Wirtschaft (Statistische Auswertungen)

**Durchführung der telefonischen Befragung:**

Deutschland: IMAS International, München

Schweiz: POLYQUEST AG, Bern

## 1. EINLEITUNG

4

Gesamtprojekt: Effekte der EURO 2008 auf die nachhaltige Entwicklung in der Schweiz

5

Fragestellungen der Bevölkerungsbefragungen 2009

6

Methodisches Vorgehen

7

## 2. EMPIRISCHE ERGEBNISSE

8

A) Image der Schweiz

9

B) Bekanntheit der Schweiz

13

## 3. ZUSAMMENFASSUNG und KOMMENTAR

17

# 1. EINLEITUNG

## Einbettung des vorliegenden Forschungsprojektes im übergeordneten Projektrahmen

- Verbund verschiedener sozioökonomischer Sportprojekte im Rahmen des Gesamtprojektes: „**Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit im Sportsystem Schweiz**“.
  - Forschungsnetzwerk mit Partnern aus Hochschulen und Privatwirtschaft.
  - Gesamtleitung: ITW Institut für Tourismuswirtschaft, Hochschule Luzern - Wirtschaft.
- Vorliegendes Projekt befasst sich mit den **nachhaltigen Effekten der EURO 2008**
  - Gesamtleitung: Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern.
  - Statistische Auswertungen: Institut für Tourismuswirtschaft (ITW) der Hochschule Luzern

## Thematisierung sozialer Aspekte der Nachhaltigkeit der EURO 2008

- **Repräsentative Bevölkerungsbefragungen** in der Schweiz und in Deutschland zu Bekanntheit und Image der Schweiz im Zuge der EURO 2008

### Wie steht die Bevölkerung in Deutschland dem Image und der Bekanntheit der Schweiz ein Jahr nach der EURO gegenüber?

- Was fällt Ihnen **spontan** ein, wenn Sie an die Schweiz denken?
- Wie beurteilen Sie das **Gesamtimago** der Schweiz auf einer Skala von 1 bis 10?
- Bitte **bewerten** Sie folgende **Aussagen** in Bezug auf die Schweiz auf einer Skala von 1 bis 10.
- Wissen Sie zufällig noch, **wo** die Fussball EURO 2008 stattfand?
- Welche **Erinnerungen** haben Sie **persönlich** im Rückblick an die Fussball EURO 2008?
- Soll Ihrer Meinung nach, die Schweiz einen **Event** wie die Fussball EURO 2008 **noch einmal** durchführen?

### Wie steht die Bevölkerung der Schweiz dem Image und der Bekanntheit der Schweiz ein Jahr nach der EURO gegenüber?

- Wissen Sie, **welcher sportliche Grossanlass** im Jahr 2008 in der Schweiz stattfand?
- Wie beurteilen Sie das **Gesamtimago** der Schweiz auf einer Skala von 1 bis 10?
- Welche **Imagewirkung** konnte die Schweiz Ihrer Meinung nach mit der Fussball EURO 2008 im Ausland erzielen?
- Welche **Erinnerungen** haben Sie **persönlich** im Rückblick an die Fussball EURO 2008?
- Soll Ihrer Meinung nach die Schweiz einen **Event** wie die Fussball EURO 2008 **noch einmal durchführen**?

## Befragung

- **Telefonische** Bevölkerungsbefragung.
- **Gesamtes Deutschland resp. Schweiz.**

## Stichprobe

- 1000 repräsentativ ausgewählte Haushalte in Deutschland.
- 1008 repräsentativ ausgewählte Haushalte in der Schweiz:
  - 736 in der deutschen Schweiz
  - 231 in der Westschweiz
  - 41 im Tessin

## Durchführung der telefonischen Befragung

- Deutschland: **IMAS International** (München).
- Schweiz: **POLYQUEST AG** (Bern).

## Signifikante Unterschiede

- Unterschiede zwischen Messgrößen in der Statistik heissen signifikant, wenn die Wahrscheinlichkeit, dass sie durch Zufall so zustande kommen würden, nur gering ist.
- Signifikante Unterschiede der jeweiligen Antworten bzw. Ausprägungen zwischen 2007 und 2008 auf dem 95%-Signifikanzniveau sind jeweils mit einem \* in den Abbildungen gekennzeichnet.

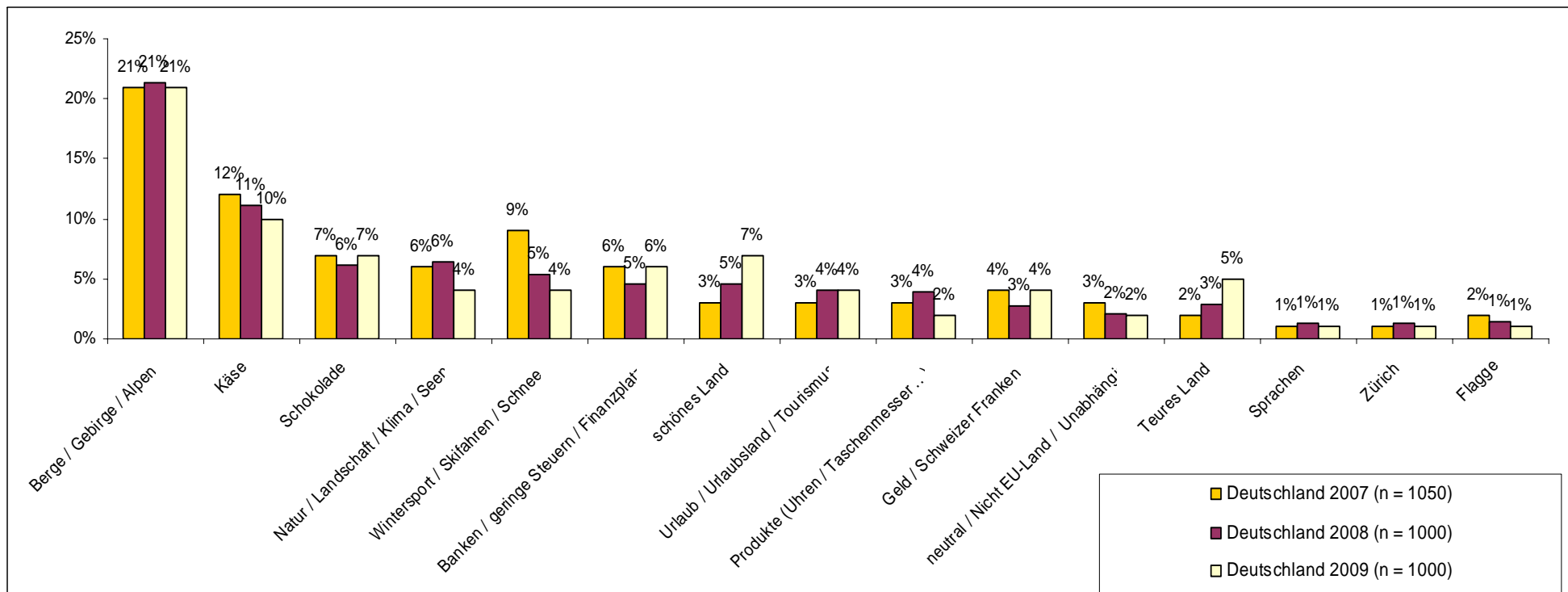
## 2. EMPIRISCHE ERGEBNISSE



## F1: Was fällt Ihnen spontan ein, wenn Sie an die Schweiz denken?

Die 15 häufigsten Nennungen in Prozent, n = Anzahl befragte Personen, Mehrfachnennungen möglich

## v Ergebnisse Deutschland 2007 – 2009



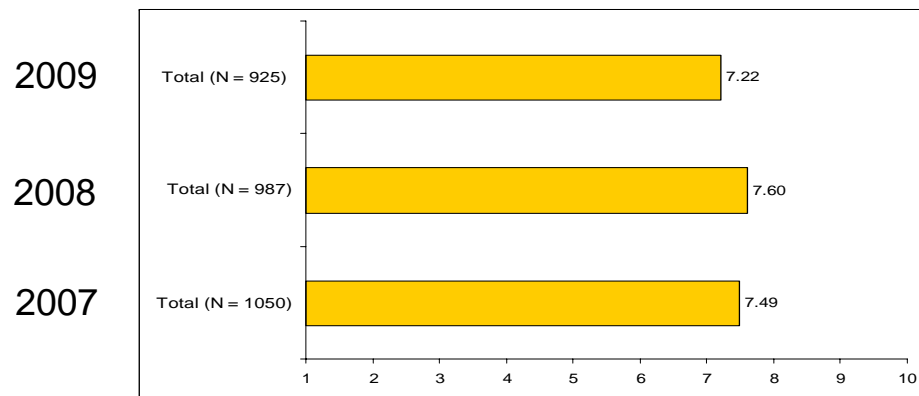
### Die spontanen Assoziationen zur Schweiz entsprechen auch nach der EURO 2008 dem gängigen Klischee.

- Analog wie 2007 und 2008 wird auch in der Befragung 2009 in Deutschland mit Abstand am häufigsten „Berge / Gebirge / Alpen“ mit der Schweiz assoziiert (21%).
- Die befragten Deutschen können 2007 durchschnittlich 2.5, 2008 durchschnittlich 2.7 und 2009 durchschnittlich 2.3 spontane Assoziationen zur Schweiz benennen.

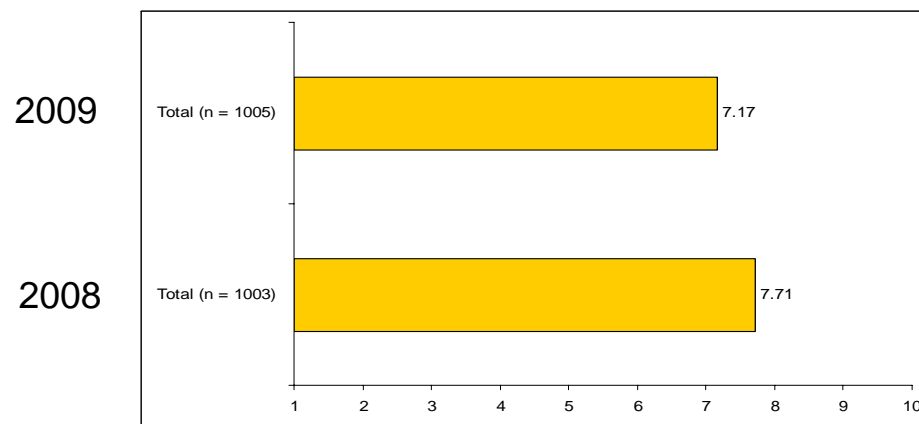
F2: Wie beurteilen Sie das Gesamtimage der Schweiz auf einer Skala von 1-10?

Mittelwerte, n = Anzahl befragte Personen

#### v Ergebnis Deutschland 2009



#### v Ergebnis Schweiz 2009



**Das Gesamtimage der Schweiz hat sich 2009 im Vergleich zu 2008 bzw. 2007 sowohl aus der Sicht der Deutschen wie auch aus der Sicht der Schweizer leicht aber nicht signifikant verschlechtert.**

- Im Austragungsjahr der EURO 2008 war das Gesamtimage der Schweiz mit 7.71 Punkten aus der Sicht der Schweizer bzw. 7.60 Punkten aus der Sicht der Deutschen am besten.
- Die Schweizer und Deutschen beurteilen das Gesamtimage der Schweiz sehr ähnlich.
- 2009 beurteilten die Deutschen das Gesamtimage der Schweiz leicht besser (0.05 Punkte) als die Schweizer. 2008 war es umgekehrt (Unterschied 0.11 Punkte).

### F3: Welche Imagewirkung konnte die Schweiz Ihrer Meinung nach mit der Fussball EURO 2008 im Ausland erzielen?

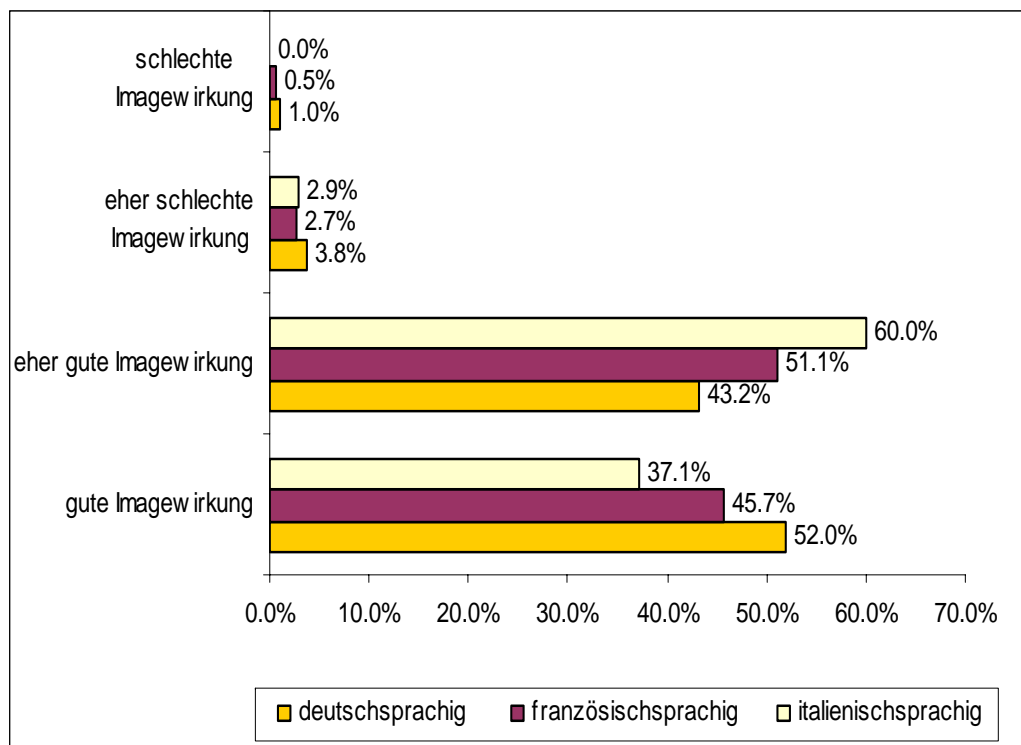
Häufigkeitsauszählungen

#### Ergebnis Schweiz 2009

Anzahl deutschsprachig befragte Personen n = 683

Anzahl französischsprachig befragte Personen n = 186

Anzahl italienischsprachig befragte Personen n = 35



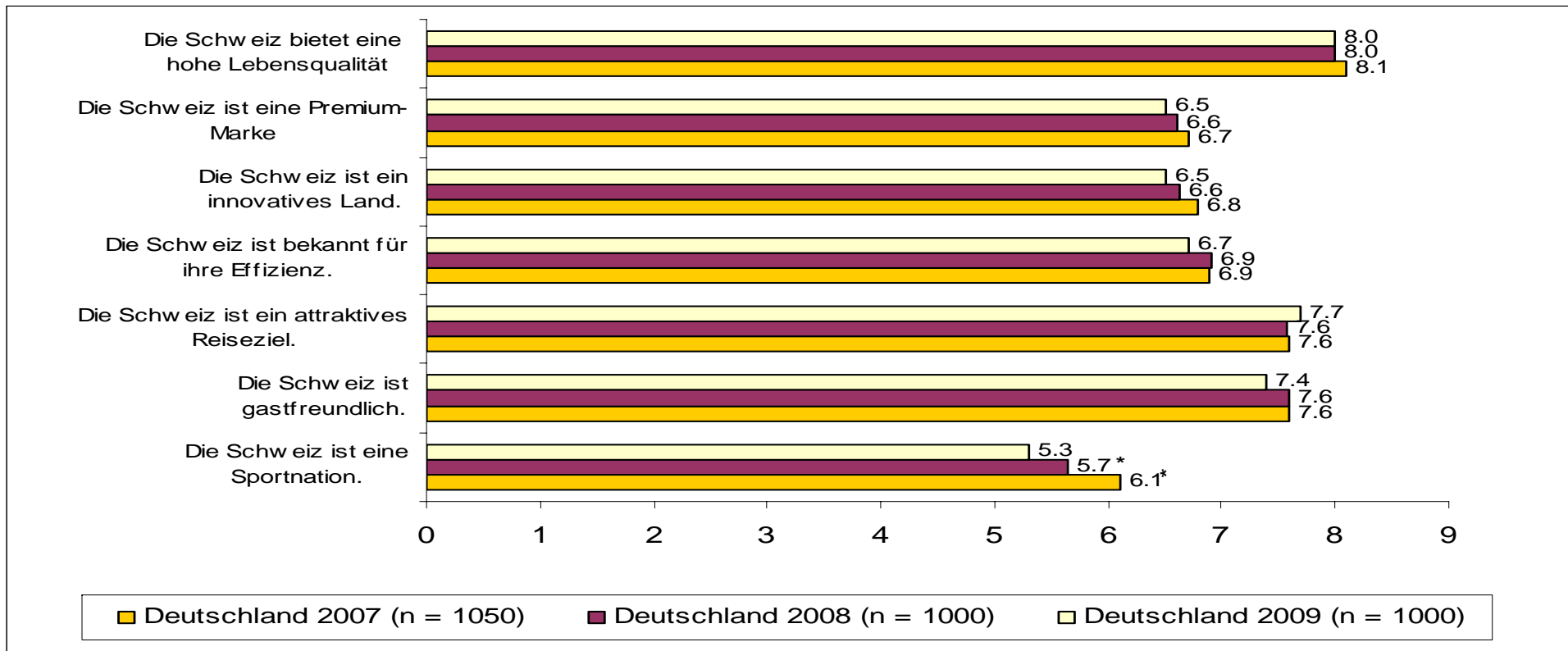
**Ein Jahr nach der EURO 2008 sind 96% der befragten Schweizer der Meinung, dass die Schweiz mit der EURO 2008 eine gute oder eher gute Imagewirkung erzielen konnte.**

- 50% der befragten Personen bewerten die erzielte Imagewirkung der EURO 2008 im Ausland als gut und knapp 46% als eher gut.
- Weniger als 1% der Befragten sind der Meinung, dass die EURO 2008 eine schlechte Wirkung auf das Image der Schweiz im Ausland hatte.
- Zwischen den verschiedenen Landesteilen gibt es praktisch keine Unterschiede.

F4: Wie beurteilen Sie folgende Aussagen auf einer Skala von 1-10?

Mittelwerte, n = Anzahl befragte Personen

v Ergebnisse Deutschland 2007 – 2009



„Die Schweiz bietet eine hohe Lebensqualität“ erhält in Deutschland wie bereits 2007 und 2008 die grösste Zustimmung.

- Die Schweiz wird von den Deutschen immer weniger als Sportnation wahrgenommen. Seit 2007 findet die Aussage, „Die Schweiz ist eine Sportnation“ immer weniger Zustimmung: signifikante Abnahme von 6.1 auf 5.3 Punkte.
- Praktisch unverändert geblieben ist die Wahrnehmung der Schweiz als gastfreundliches Land.

### F5: Wissen Sie, welcher sportliche Grossanlass im Jahr 2008 in der Schweiz stattfand?

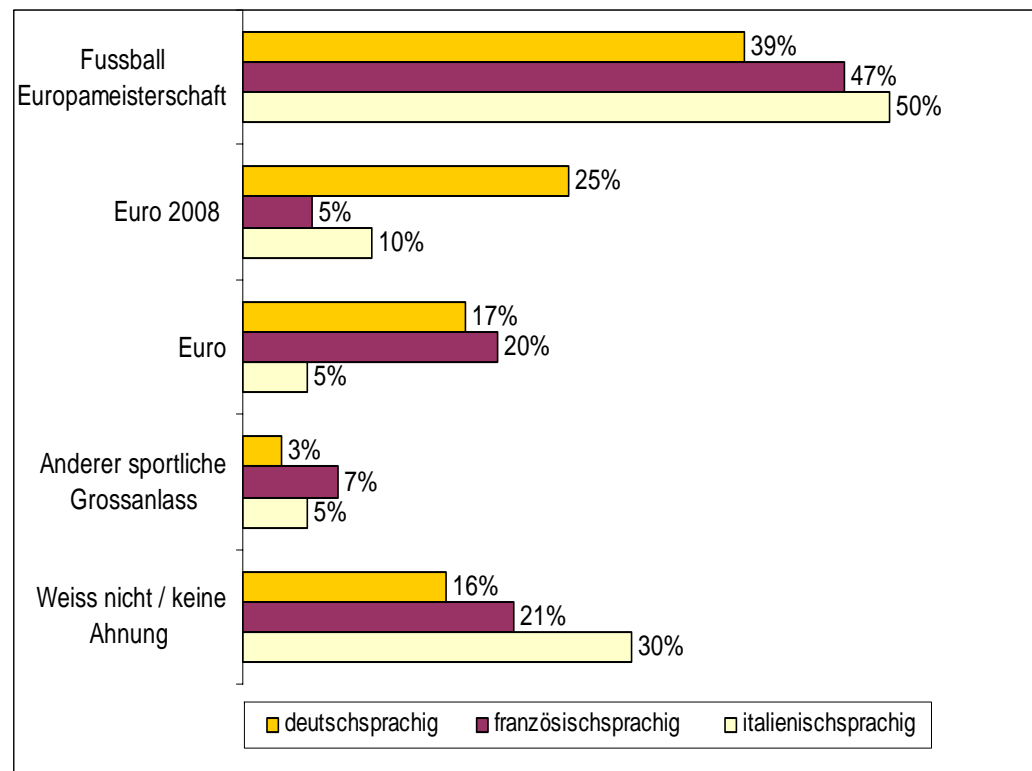
Häufigkeitsauszählungen, n = Anzahl befragte Personen

#### Ergebnis Schweiz 2009

Anzahl deutschsprachig befragte Personen n = 761

Anzahl französischsprachig befragte Personen n = 243

Anzahl italienischsprachig befragte Personen n = 40



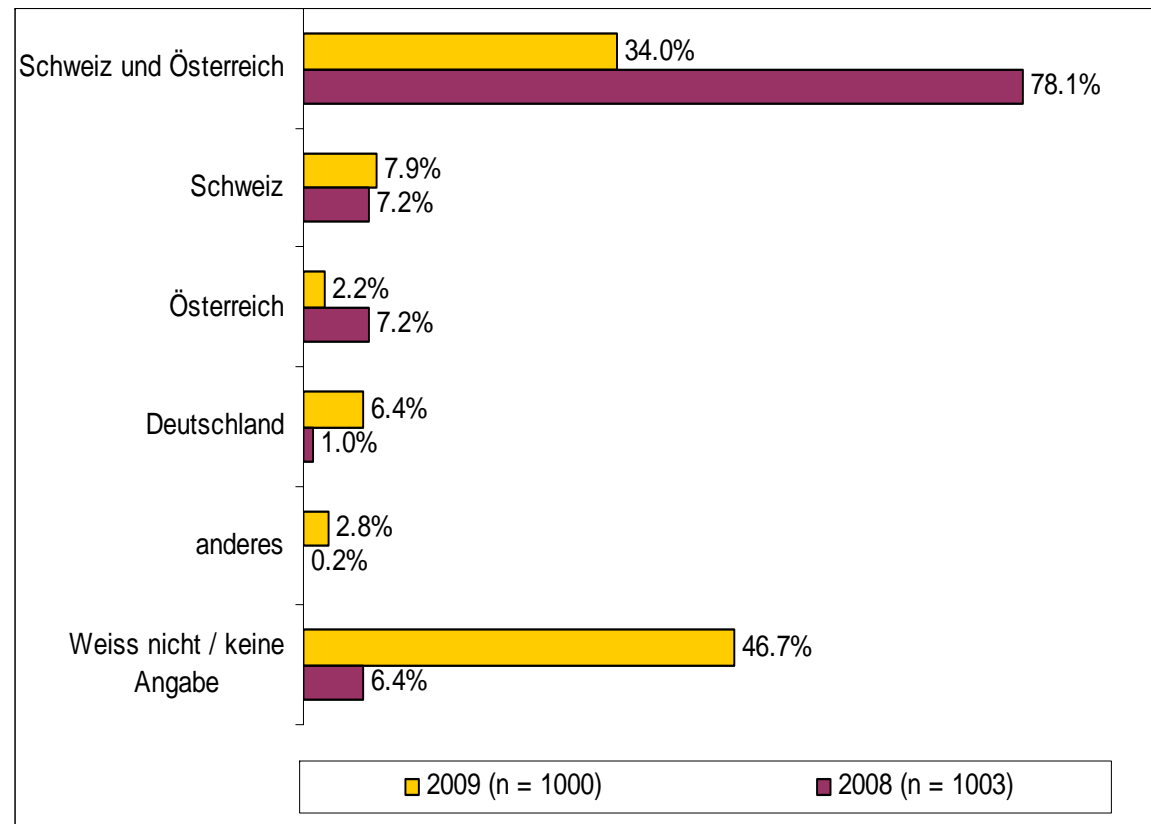
**75% der befragten Schweizer bzw. 81% der deutschsprachigen, 72% der französischsprachigen und 65% der italienischsprachigen wissen 2009 noch, dass die EURO 2008 der sportliche Grossanlass des letzten Jahres war.**

- 8% der Befragten haben einen anderen sportlichen Grossanlass genannt.
- 17% der befragten Schweizer bzw. 16% der deutschsprachigen, 21% der französischsprachigen und 30% der italienischsprachigen konnten 2009 keine Angaben zu einem sportlichen Grossanlass 2008 in der Schweiz machen.

## F6: Wissen Sie, zufällig noch, wo die Fussball EURO 2008 stattfand ?

Häufigkeitsauszählungen, n = Anzahl befragte Personen

## v Ergebnisse Deutschland 2008 und 2009



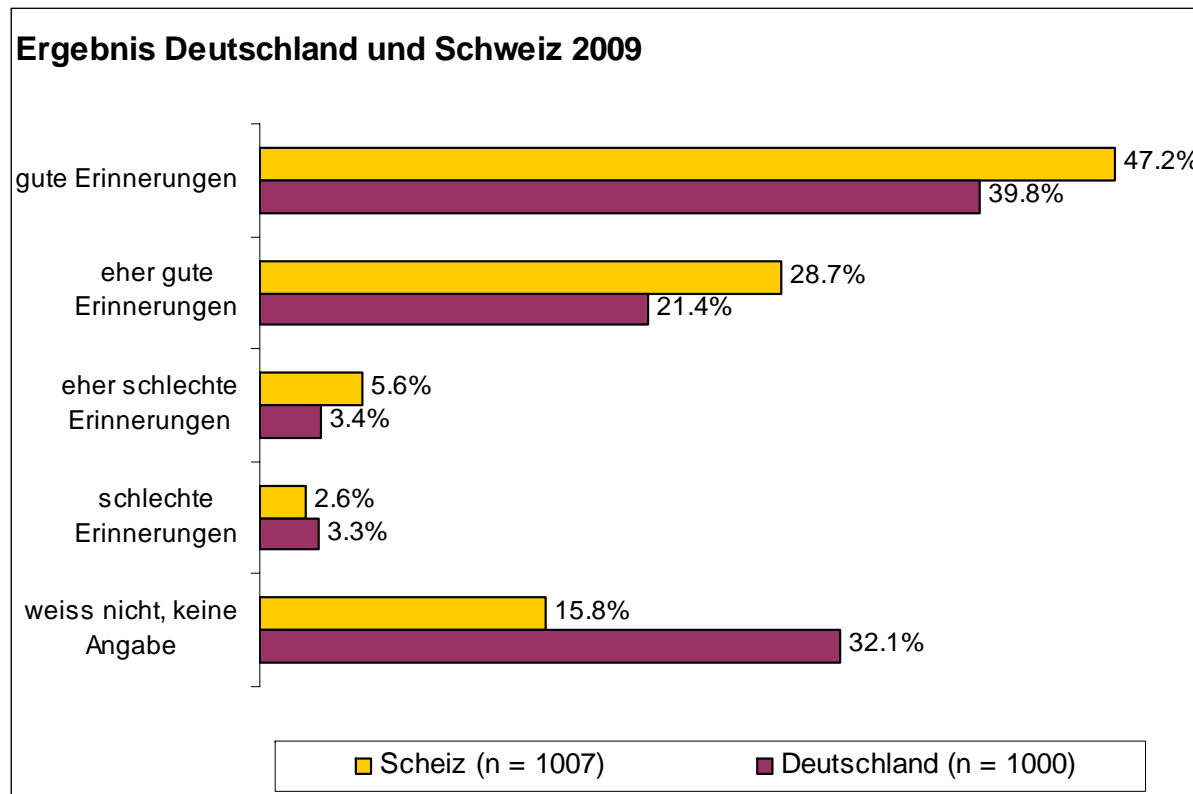
**2009 konnten nur noch 34% der befragten Deutschen die Schweiz und Österreich als Austragungsorte der EURO 2008 benennen. 2008 waren es noch 78%.**

- 2009 konnten knapp die Hälfte der Befragten (47%) keine Angaben machen zur Frage „Wo die Fussball EURO 2008 stattfand“, 2008 waren es nur 6%.
- Bei 21.9% der Befragten ist 2009 die FIFA WM 2006 wohl stärker in Erinnerung geblieben als die EURO 2008.

### F7: Welche Erinnerungen haben Sie persönlich im Rückblick an die Fussball EURO 2008?

Häufigkeitsauszählungen, n = Anzahl befragte Personen

#### Ergebnis Deutschland und Schweiz 2009



**76% der befragten Schweizer und 61% der befragten Deutschen haben gute oder eher gute persönliche Erinnerungen an die EURO 2008.**

- Die Schweizer haben insgesamt positivere Erinnerungen an die EURO 2008 als die Deutschen.
- Lediglich 8.2% der Schweizer und 6.7% der Deutschen haben schlechte oder eher schlechte Erinnerungen an die EURO 2008.
- 15% der Schweizer und 32% der Deutschen haben keine Angaben gemacht zu ihren persönlichen Erinnerungen an die EURO 2008.

### F8: Soll Ihrer Meinung nach die Schweiz einen Event wie die Fussball EURO 2008 noch einmal durchführen?

Häufigkeitsauszählungen

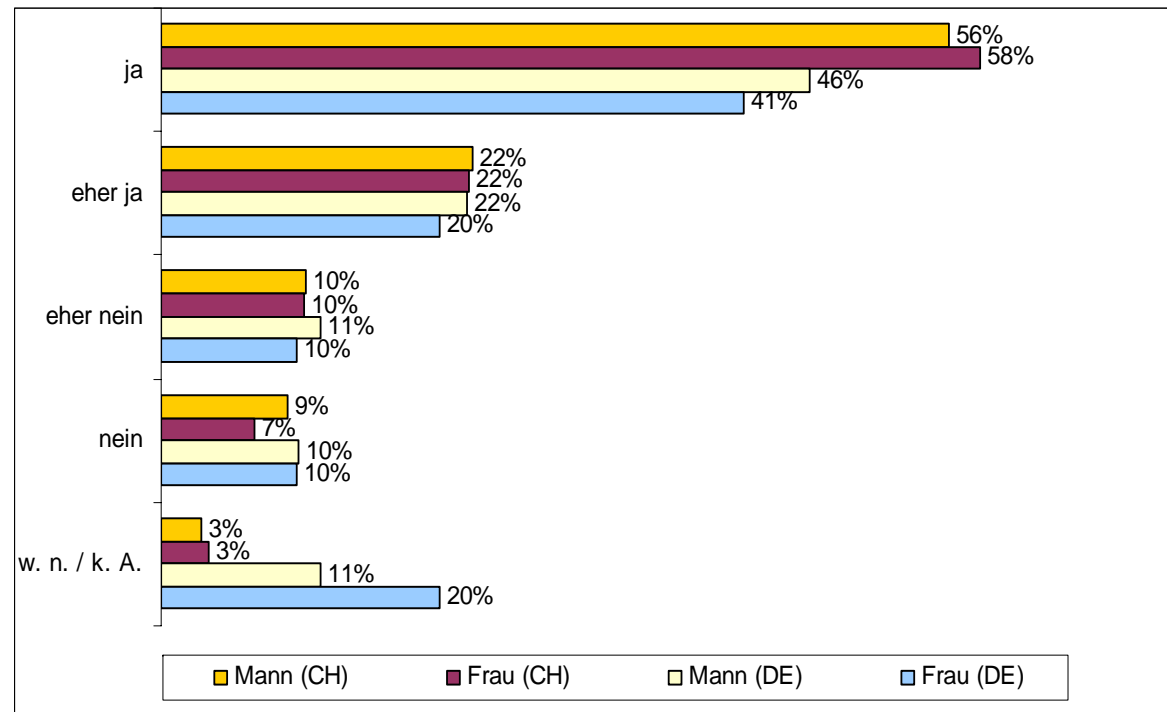
#### Ergebnis Deutschland und Schweiz 2009

Anzahl befragte Männer in der Schweiz: n = 494

Anzahl befragte Frauen in der Schweiz: n = 512

Anzahl befragte Männer in Deutschland: n = 452

Anzahl befragte Frauen in Deutschland: n = 548



**Ein Jahr nach der EURO 2008 befürworten 79% der Schweizer und 64% der Deutschen eine nochmalige Durchführung eines solchen Events.**

- 18% der befragten Schweizer und 20% der befragten Deutschen sind gegen eine nochmalige Durchführung eines solchen Events.
- Auffallend ist, dass in der Schweiz knapp mehr Frauen (80%) als Männer (78%) die nochmalige Durchführung eines solchen Events befürworten. In Deutschland ist es gerade umgekehrt (Männer 68%, Frauen 61%).



### **3. ZUSAMMENFASSUNG und KOMMENTAR**

- Bei der Befragung in Deutschland 2009 entsprechen die spontanen Assoziationen zur Schweiz wie bereits 2007 und 2008 den gängigen Klischees. Weiche Faktoren werden nach wie vor selten genannt.
- Das Gesamtimage der Schweiz hat sich gegenüber 2008 und 2007 leicht, aber nicht signifikant verschlechtert. Die befragten Deutschen bewerten das Gesamtimage der Schweiz 2009 (7.22) 0.38 Punkte schlechter als 2008 (7.60). Auch die befragten Schweizer bewerten das Gesamtimage der Schweiz 2009 (7.17) im Durchschnitt mit 0.54 Punkten negativer als 2008 (7.71).
- Aufgrund der empirischen Ergebnisse zur Veränderung des Images der Schweiz in den letzten drei Jahren kann man aus wissenschaftlicher Sicht davon ausgehen, dass sich das Image eines Landes auch durch einen einmaligen Sportgrossanlass in der Grösse der EURO 2008 kaum verändern lässt. Das Image eines Landes ist das Ergebnis einer Vielzahl von Einflussfaktoren über einen langen Zeitraum. Eine Ausnahme bildete die FIFA Fussball WM 2006 in Deutschland, die zumindest kurzfristig das Image von Deutschland positiv verändern konnte.
- Ein Jahr nach der EURO 2008 sind 96% der befragten Schweizer der Meinung, dass die Schweiz dank der EURO 2008 eine „eher gute“ bzw. „gute“ Imagewirkung im Ausland erzielen konnte.
- Ein Jahr nach der EURO 2008 können immer noch 75% der befragten Schweizer angeben, welcher sportliche Grossanlass 2008 in der Schweiz stattfand. In Deutschland wissen dagegen nur noch 34% der Befragten, in welchen beiden Ländern die EURO 2008 ausgetragen wurde. Im August 2008 waren es noch 78% der Deutschen.
- 76% der befragten Schweizer und 61% der befragten Deutschen haben positive Erinnerungen an die EURO 2008. Zudem befürworten 4/5 der Schweizer und 2/3 der Deutschen eine nochmalige Durchführung eines solchen sportlichen Grossanlasses in der Schweiz.