

KOORDINATIONSKOMMISSION FUER DIE
PRAESENZ DER SCHWEIZ IM AUSLAND

E n t w u r f

c/o Eidg. Politisches Departement
s.B.30.1.(12). - HI/mt

3003 Bern, den 6. Mai 1974

Ergebnisse der Umfrage über die Präsenz der
Schweiz im Ausland (Antworten auf den blauen
und gelben Fragebogen vom 15. März 1973)

Region: LATEINAMERIKA und ANTILLEN

1. Quellen: alle Empfängerkategorien, ausser Verkehrszentrale-Agenturen
und Handelskammern.

2. Einleitung

2.1. Die Region "Lateinamerika/Antillen" umfasst ein riesiges Gebiet,
das sich durch eine grosse Vielfalt auszeichnet. Die Beurteilungen,
die sich aus der Enquete ergeben, können von Land zu Land verschieden
sein. Zu unterscheiden ist auch zwischen den grossen Ballungszentren
und der Provinz.

2.2. In Südamerika haben wir es mit Entwicklungsländern zu tun, die
nach wie vor gewaltige Probleme zu lösen haben. Die Bevölkerung weist
nicht selten 60-80 % Analphabeten auf, die sich wenig oder überhaupt
nicht um die Welt ausserhalb ihres Wirkungskreises kümmern. Der
Hunger nach Bildung ist oft nicht gross. Schulflucht ist ein Problem,
das hier stellvertretend für viele andere als Beispiel erwähnt sei.

2.3. Landeswerbung kann nur dann gedeihlich sein, wenn sie in der
Sprache geschieht, die im betreffenden Land vorherrscht.

3. Das Image der Schweiz

Unser Image ist im allgemeinen gut bis sehr gut. Das gilt vor allem
für die Städte. Auf dem Land kennt man die Schweiz kaum und nur sehr
oberflächlich. Oft wird die Schweiz mit Schweden verwechselt. Die
Massenmedien berichten wenig über unser Land. Für das Image sind
wir ungefähr gleich eingestuft wie Belgien, die Niederlande, Schweden,
Oesterreich, Dänemark und Norwegen.

In bezug auf das allgemeine Image sind bloss in San Salvador, Kuba,
Chile, Equador, Trinidad einige Vorbehalte anzubringen.

Geschätzt, sogar bewundert werden die Qualität und die Präzision
unserer Erzeugnisse, unsere politischen Institutionen, die Neutralität,
die Stabilität unseres Regierungssystems und unserer Währung.

Wenn auch der Ruf, den die Schweiz genießt, im wesentlichen in Ordnung ist, so ist er doch nicht immer so gut, wie man sich das im Durchschnitt in unserem Land vorstellt. Das gute Image besteht vor allem bei der älteren Generation und bei der regelmässig konservativ eingestellten Oberschicht.

Bei der Jugend ist das Bild der Schweiz vielfach anders: unser Land wird als kapitalistisch angeprangert; das Bankengeheimnis steht in der Kritik deutlich im Vordergrund. Beanstandet werden ferner das allzulange Fehlen des Frauenstimmrechts, ein gewisses Ueberlegenheitsgefühl des Schweizers (verkörpert in: Schulmeisterei, Verhältnis zu den Gastarbeitern, usw.).

4. Differenzierte Wertung der wichtigsten Aktionstypen

4.1. Berücksichtigt man den Wirkungsgrad, die Kosten, das Publikumsinteresse und die bisherige Verwendung, dann werden in erster Linie folgende Aktionstypen empfohlen:

- Film,
- Verteilung schriftlicher Dokumentation,
- Stipendien,
- Sport,
- Organisation von Ausstellungen (allgemeiner oder wirtschaftlicher Art).

Als am wenigsten empfehlenswert gelten:

- Vorträge,
- Hilfe an Autoren und Kulturschaffende,
- Organisation von Opern und Musicals,
- Teilnahme an kulturellen Ausstellungen sowie an Theater- und Musik-Festivals,
- Partnerschaft zwischen Städten,
- Programme der ausländischen Kurzwellensender,
- kulturelle Aktionen grossen Stils.

4.2. Die Umfrage ergibt, dass der Film eindeutig und mit Abstand im ersten Rang steht. Sämtliche Antworten gehen in der gleichen Richtung.

4.2.1. Vor allem werden die Ausleihe an lokale Institutionen (Schulen, TV-Stationen usw.) und der Programmaustausch zwischen nationalen TV-Gesellschaften befürwortet.

4.2.2. Etwas weniger im Vordergrund stehen: die Teilnahme an Filmfestivals, die Organisation von Filmabenden und nationalen Filmwochen. Aber auch diese Fälle stehen über der Durchschnittsbewertung aller Aktionstypen. Zu beachten ist, dass häufig (auch in Kinos) moderne Vorführapparate nicht zur Verfügung stehen.

4.2.3. Der Bedarf an Filmen ist gross. Er betrifft alle Sparten, nicht nur etwa den Tourismus, so sehr touristische Filme auch gewünscht

werden. Besonders befürwortet werden kulturelle und wissenschaftliche Streifen, namentlich für Schulen, die - nicht zuletzt, weil es um Entwicklungsländer geht - in erster Linie bedacht werden sollten. Gesucht werden vermehrt Filme, die Themen des gegenwärtigen Lebens behandeln.

Unerlässlich ist die Verwendung der spanischen oder portugiesischen Sprache (Synchronisation, Untertitel).

4.2.4. In organisatorischer Hinsicht werden gelegentlich Mängel festgestellt.

Gewünscht wird hier und dort die Errichtung einer zentralen Stelle in der Schweiz für den Filmverleih im Ausland, damit die Koordination erleichtert, Unklarheiten, Kompetenzschwierigkeiten, Verzögerungen vermieden werden. Der Transportmechanismus ist zu überprüfen und nach Möglichkeit zu erleichtern. Alle Möglichkeiten zur Erleichterung des Transportes müssen ausgeschöpft werden.

Die Filmbestände (Depots) sind gelegentlich veraltet (überholte Themata, "zuviel Käse", "zuviel Kühe"). Die Anzahl von Kopien ist ungenügend. Der in Sao Paulo 1969 bei einem Brand zerstörte Filmbestand konnte trotz Korrespondenzen mit den zuständigen Stellen in der Schweiz nicht ersetzt werden.

4.2.5. Buenos Aires befürwortet entschieden die Teilnahme am Festival International du Cinéma de court métrage. Die Absenz der Schweiz wird als ungerechtfertigt betrachtet. Der Entscheid hängt weitgehend von den Produzenten ab, die aber das Mitmachen überhaupt nicht unter dem Gesichtspunkt der Ausstrahlung unseres Landes betrachten.

Die nationalen Filmwochen werden vor allem in der Provinz Brasilia und Sao Paulo, wo ein Museum sich für schweizerische Filmwochen bewirbt, und in Kolumbien vorgeschlagen. Andere Staaten (Frankreich, Italien, die Bundesrepublik Deutschland, die Sowjetunion, Polen, Bulgarien usw.) haben damit gute Erfahrungen gemacht.

4.3. Die Verteilung schriftlicher Dokumentation ist ebenfalls wichtig.

4.3.1. In erster Linie sollte sie an Schüler, Gymnasiasten, Lehrkräfte, Schulbibliotheken gehen;

Journalisten, städtische und Hochschulbibliotheken, Persönlichkeiten des politischen, kulturellen, wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Lebens sollten ebenfalls nicht vernachlässigt werden.

4.3.2. Allgemein wird das vorhandene Dokumentationsmaterial als ziemlich gut, zahlenmässig aber nicht als genügend erachtet. Die Zuteilung, vor allem von Büchern, ist zu knauserig, so dass eine planmässige Verteilung, etwa an Bibliotheken und die Lokalpresse, nicht möglich erscheint. Mit einer solchen Verteilung kann man auf weite Sicht arbeiten; das Mittel ist deshalb verhältnismässig billig.

Die OSEC-Publikation "Suiza y su significado" stösst besonders in Ecuador auf reges Interesse.

Die Schrift "Suiza breve monografia" genügt nur für die Primarstufe.

Es gibt eine steigende Nachfrage nach Dokumentation über die schweizerische Gesetzgebung (ZGB, OR, Steuern, Erziehungswesen, besonders Universitäten, Umweltschutz, Raumplanung). Die Broschüre "Como se gobierna Suiza" begegnet einem grossen Interesse.

4.4. Die Stipendien werden, nicht zuletzt weil es um Entwicklungsländer geht und weil man die Jugend erreichen kann, entschieden befürwortet. Die Zuteilung an südamerikanische Staaten erscheint als zahlenmässig ungenügend.

Indessen sind besondere Vorkehren zu treffen: sorgfältige Beachtung der Auslese, damit nicht eine willkürliche Protektion massgebend ist; die Stipendiaten kehren oft nicht in ihr Land zurück.

4.5. Im Sport ist vor allem wichtig: Fussball; es folgen Autorennen, Leichtathletik, Kunstturnen.

Besonders im Fussball hat man es mit einem sehr anspruchsvollen, verwöhnten Publikum zu tun. Die Bedeutung des Fussballs zeigt z.B. die Tatsache, dass im Entwicklungsland Paraguay zwei Tageszeitungen sogar Fussballresultate aus der Schweiz melden.

In Curitiba spricht man heute noch von der schweizerischen Kunstturnequipe, die mit Erfolg vor 12 Jahren dort auftrat.

In Kolumbien nahmen vor kurzem schweizerische Radfahrer an einem Rennen teil und schnitten schlecht ab, nicht zuletzt wegen ungenügender Vorbereitung. Unter dem Gesichtspunkt der Landeswerbung hat eine Teilnahme an sportlichen Anlässen nur dann einen Sinn, wenn wir erstklassige, gut betreute Sportler entsenden.

4.6. Die Ausstellungen umfassen naturgemäss sehr verschiedenartige Anlässe. Allgemein wird ihr Wirkungsgrad als mittel angesehen. Am besten kommen die Ausstellungen allgemeiner Art und Industrieausstellungen sowie Messen weg.

Für Einzelfragen seien folgende Hinweise gemacht:

- es sollten Industrieausstellungen in mehreren südamerikanischen Handelsstädten organisiert werden;
- Brasilia wünscht eine allgemeine Ausstellung;
- Comptoir Lausanne sollte von Zeit zu Zeit südamerikanische Staaten einladen;
- empfohlen wird die Teilnahme an der internationalen Messe in Bogotá;
- die OSEC-Multivision hatte einen grossen Erfolg in Kolumbien;

- Buenos Aires erinnert an den grossen Erfolg der Paul Klee Ausstellung 1970, ein Erfolg, der sich heute noch bemerkbar macht;
- Gewünscht wird für Buenos Aires eine Volkskunstaussstellung;
- Plakat-Ausstellungen sollten mit Zurückhaltung veranstaltet werden, da in der Vergangenheit dieses Werbemittel genügend verwendet worden ist.

5. Besondere Fragen

5.1. Obschon sich die Landeswerbung in der Regel vor allem auf die Ballungszentren konzentriert, dürfte es sich lohnen, vermehrt die Provinz zu erfassen. Die Osteuropäischen Staaten tun dies schon seit einiger Zeit und benützen mit erheblichem Erfolg diese Möglichkeiten.

5.2. Die Zusammenarbeit mit dem Bundesdeutschen Goethe-Institut, der Alliance Française und ähnlichen Organisationen kann, wenn mit der gebotenen Vorsicht ans Werk gegangen wird, zu guten Ergebnissen führen. Es ist darauf zu achten, dass der schweizerische Beitrag nicht mit einer ausländischen Etikette versehen wird. In Kolumbien wurde Giacometti als Franzose vorgestellt.

5.3. Das Fehlen von Kulturabkommen wird sowohl von ausländischen Stellen, wie auch gelegentlich von Südamerikaschweizern beanstandet. Immerhin ist es möglich, den Interessenten unsere bisher eingenommene Haltung verständlich zu machen. Kulturabkommen wären geeignet, die Arbeiten unserer Vertretungen zu erleichtern und würden zahlreiche Umtriebe, namentlich administrativer Natur, zum Verschwinden bringen.

5.4. Die Qualität des Empfangs des schweizerischen Kurzwellensenders wird verschieden beurteilt (Beispiele: Haiti und Curitiba gut, Venezuela und Kolumbien schwierig).

5.5. Vom Standpunkt der Landeswerbung aus gesehen, ist Entwicklungshilfe nur dann zweckmässig, wenn sie bilateral organisiert wird. Die multilaterale Entwicklungshilfe verpufft in dieser Beziehung wirkungslos.

In Kolumbien haben sich die Stipendien positiv auf unseren Ruf ausgewirkt.

5.6. Kuba entwickelt eine eigene reiche Kulturtätigkeit. Nicht zuletzt deswegen unternehmen beispielsweise Frankreich und Grossbritannien auf kulturellem Gebiet besondere Anstrengungen. Eine kulturelle Tätigkeit der Schweiz wäre in Kuba erwünscht und auch möglich. Der Wirkungsgrad der zugelassenen Veranstaltungen muss als gross bezeichnet werden. Der Abschluss eines Kulturabkommens ist nicht unbedingt notwendig.

5.7. Institutionell wird die Eröffnung von Agenturen der Verkehrszentrale in Sao Paulo und Venezuela sowie einer Swissair-Vertretung in Caracas befürwortet.

5.8. Für Vorträge und Musikveranstaltungen gilt gemeinsam, dass sie nur dann veranstaltet werden sollten, wenn es sich um erstklassige, internationalen Ansprüchen genügende Darbietungen handelt. Zudem ist eine organisatorisch einwandfreie Vorbereitung unerlässlich. Ist das Niveau nicht überdurchschnittlich hoch, dann haben sogar Goethe-Institut, Alliance Française usw. nur mit einer ganz kleinen Zahl von Zuhörern zu rechnen.

5.9. In Uruguay sind die Schweizervereine verarmt und nützen dem Ansehen unseres Landes in diesem Land nicht. Osteuropäische Kolonien in Uruguay können auf Hilfe ihres Botschafters zählen, was sich für die betreffenden Länder bezahlt gemacht hat.

6. Zusammenfassung

6.1. Der Ruf der Schweiz ist im allgemeinen, vor allem bei der älteren Generation gut. Die Jugend ist gegenüber unserem Land kritischer eingestellt.

6.2. Als Aktionstypen kommen in erster Linie in Frage: Film, Verteilung schriftlicher Dokumentation, Stipendien, Sport, Ausstellungen allgemeiner und industrieller Art.

6.3. Die Zusammenarbeit mit ausländischen Kulturorganismen (Goethe-Institut, Alliance Française) ist nur dann zu befürworten, wenn mit der gebotenen Vorsicht vorgegangen wird.

6.4. Kulturabkommen sind grundsätzlich erwünscht.

6.5. Unsere Landeswerbung sollte vermehrt als bisher auch die Provinz erfassen.