

Wie wird Schweden in der Welt wahrgenommen? Was denken die Menschen außerhalb Schwedens über das skandinavische Land? Das will die schwedische Regierung ganz genau wissen, weshalb das *Svenska institutet* (SI), eine Behörde, deren Aufgabe es ist, den Austausch mit anderen Ländern auf den Gebieten Kultur, Forschung und Gesellschaft zu fördern, jährlich einen Bericht zum Ansehen Schwedens in der Welt erstellt.



Schweden wird in der Welt viel mit Natur, Umwelt und Nachhaltigkeit konnotiert.

*(Symbolbild Christer Mårtensson)*

Im aktuellen [Bericht](#) für das Jahr 2018 stellt SI fest, dass das Image Schwedens in der Welt überwiegend positiv ist, trotz einer Vielzahl negativer Berichterstattung über das Land. SI-Analyst Jacob Stenberg konstatiert: „Soweit wir es erkennen, haben die negativen Berichte das Bild Schwedens in der Welt im Großen und Ganzen nicht beschädigt. Es ist immer noch überwältigend positiv.“

Die Teilnehmer der Befragung brachten Schweden hauptsächlich mit den Themen „Sozialstaat“, „Natur und Umwelt“, „modernes und gut funktionierendes Land“ und „Nachhaltigkeit“ in Verbindung.

Die Untersuchung nahm insbesondere die Sicht der Niederländer und Serben auf Schweden unter die Lupe. In beiden Ländern wurde Schweden von der Mehrheit der Befragten positiv wahrgenommen. In den Niederlanden haben 58 Prozent der Befragten ein „sehr klares und positives“ Image von Schweden. 15 Prozent gab an, das positive Bild Schwedens habe sich in den vergangenen Jahren verstärkt.

Diejenigen, die Schweden besucht haben oder Freunde in Schweden haben, verfügen über einen überdurchschnittlich positiven Eindruck von Schweden. Daraus schließt das SI, dass Berührungspunkte mit Schweden zum positiven Image des Landes beitragen.

## **Top 5 der Diskussionsthemen über Schweden in englischer Sprache in den Sozialen Medien**

Photo: Shutterstock

## De största digitala diskussionsämnen om Sverige på engelska under 2018 var:

- 1 Fotbolls-VM
- 2 Swedish House Mafia spelar i Miami
- 3 Aviciis bortgång
- 4 Bilbränder i Göteborg
- 5 Det svenska valet

(Grafik Svenska institutet)

Ein anderer Aspekt der Untersuchung warf einen Blick darauf, wie oft Zeitungsberichte und andere Formen des Inhalts, der mit Schweden in Verbindung steht, in den Sprachen Englisch, Russisch, Spanisch und Arabisch online zu finden gewesen ist.

Dabei kam heraus, dass vor allem zwei Themen aus Schweden eine globale Verbreitung fanden: Der Tod des Künstlers Avicii und der Fund eines Schwertes aus der Vor-Wikingerzeit durch ein achtjähriges Mädchen.

Ebenfalls gab es viele Diskussionen über die Wiedervereinigung der DJ-Crew Swedish House Mafia. Wohingegen das nationale Top-Thema des Jahres, die Wahlen in Schweden, im

Ausland kaum Beachtung fanden.

„Politik ist grundsätzlich ein Diskussionsthema mit wenig Resonanz. Die traditionellen Medien berichteten zwar über die Wahlen in Schweden, allerdings spielte das Thema in den Sozialen Medien keine Rolle.“, sagte Stenberg. „Schwedens Vermittlungen im Jemen-Konflikt wurden auf den arabischen Plattformen hingegen stark beachtet.“

Kultur und Sport wurden ebenfalls häufig diskutiert, Schwedens gutes Abschneiden bei den Fußballweltmeisterschaften und beim Eurovision Song Contest führten zu einer breiten Berichterstattung über Schweden. Große Beachtung fand das ganze Jahr über auch das Thema Migration. Die Serie von Brandanschlägen auf Autos in Westschweden machte ebenfalls die Runde außerhalb Schwedens.

Das Svenska institutet untersuchte außerdem etliche internationale Indizes, bei denen Schweden zu den Themen Gleichheit, Demokratie, Glück und Bildung bewertet wurde. In allen untersuchten 22 Indizes schaffte Schweden es, sich innerhalb der Top 10 zu positionieren. Bei der Hälfte der Indizes verbesserte sich Schweden jeweils gegenüber dem Vorjahr, in zwei Bereichen der Indizes verschlechterte man sich: Digitale Wettbewerbsfähigkeit und Innovation.

Beispielsweise wurde Schweden im Good Country Index an dritter Stelle und an erster Stelle im Commitment to Development Index geführt. Im Nation Brands Index, der darauf schaut, wie Menschen aus aller Welt die Landesmarke wahrnehmen, belegte Schweden den 9. Platz. Platz 1 wurde übrigens von Deutschland belegt, so wie bereits im Jahr zuvor.

*ap*