

# Swiss Insights News



#5

## Schweiz trotz internationalem Stimmungstief

# Die Schweiz trotz dem internationalen Stimmungstief



Dr. Kim Buchmüller  
Projektleiterin, intervista AG

In einer weltweiten Studie mit über 18'000 Teilnehmenden wurde die Stimmungslage in 27 Ländern zu den Themen Klima, Wirtschaft und Gesundheit untersucht. Dabei sticht die Schweiz als Wohlfühloase heraus.

2023 untersuchte das Markt- und Sozialforschungsinstitut intervista zusammen mit den Partnerinstituten des globalen IRIS-Netzwerks die weltweite Stimmungslage zu den Themen Klima, Wirtschaft und Gesundheit. Das IRIS-Netzwerk ist auf sechs Kontinenten aktiv und damit weltweit eines der grössten Marktforschungsnetzwerke.

Für diese Studie wurden in insgesamt 27 Ländern in Nord- und Südamerika, Europa, Asien und Australien über 18'000 Personen zu ihren Ansichten befragt. In der Schweiz wurden die Teilnehmenden über das intervista Online-Panel rekrutiert, in den meisten anderen Ländern jeweils über regionale Panelanbieter. Im vorliegenden Artikel werden die Daten der Nullmessung 2023 dargestellt. Die Befragung wird zukünftig jährlich durchgeführt.

## Schweizer Bevölkerung im internationalen Vergleich zuversichtlich

Obwohl Schweizer:innen nicht unbedingt für ihren Optimismus bekannt sind, zeigen sie sich im internationalen Vergleich überdurchschnittlich zuversichtlich hinsichtlich der aktuellen Lage im eigenen Land. Eine Mehrheit der Bevölkerung der befragten Länder glaubt, dass sich ihr Land in die falsche Richtung bewege. In der Schweiz ist das Gegenteil der Fall: Rund zwei Drittel der Bevölkerung denken, dass der richtige Weg eingeschlagen sei.

Zudem beurteilt die Schweizer Bevölkerung auch die wirtschaftliche Situation deutlich positiver als die Bevölkerung anderer Länder. Dennoch zeigen sich auch in der Schweiz kritische Tendenzen: Fast die Hälfte der Bevölkerung berichtet, dass sie 2023 im Vergleich zum Vorjahr den

Frage: Denken Sie persönlich, dass in [Ihrem Land] die Wirtschaft stärker, schwächer wird oder ungefähr gleich bleibt?

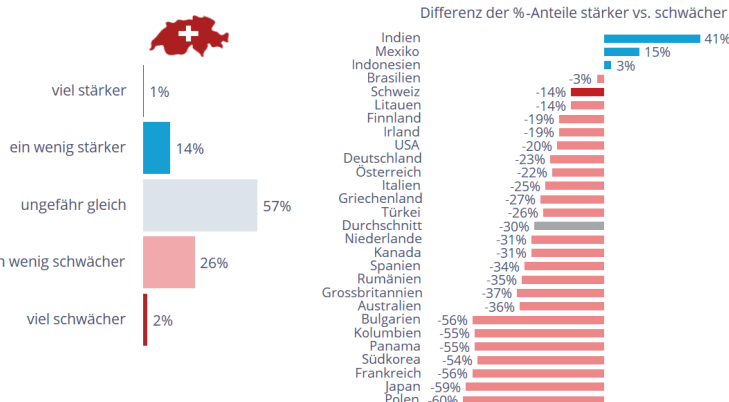


Abb. 1: Erwartete wirtschaftliche Entwicklung in der Schweiz (links) und im internationalen Vergleich (rechts)

Gürtel enger schnallen musste. Gespart wird vor allem bei Kleidern und Restaurantbesuchen; glücklicherweise muss kaum jemand auf Medikamente verzichten oder kann seine Miete nicht bezahlen. Dies ist keine Selbstverständlichkeit: Im internationalen Durchschnitt berichtete jede:r Fünfte, die Miete oder den Hypothekarzins nicht mehr rechtzeitig bezahlen zu können. Zudem konnte sich fast jede:r Vierte nicht mehr leisten, eigentlich benötigte Medikamente zu konsumieren.

Auch in der Schweiz wurde zum Messzeitpunkt 2023 eine Schwächung der Wirtschaft erwartet, wenn auch bei weitem nicht so stark wie anderswo. Einzig einige Schwellenländer (Indien, Mexiko, Indonesien) zeigten sich optimistischer und erwarteten trotz der damaligen Weltlage ein Wirtschaftswachstum.

## Nachhaltige Kaufentscheidungen

Die im internationalen Vergleich angenehme wirtschaftliche Lage, in der sich viele Schweizer:innen zum Zeitpunkt der Erhebung 2023 befinden, hat einen direkten Einfluss auf ihre alltäglichen Entscheidungen. So können es sich Schweizer:innen eher leisten, bei Kaufentscheidungen auf Nachhaltigkeit zu achten. In fast allen untersuchten Dimensionen erreicht die Schweizer Bevölkerung höhere Werte als die befragte Weltbevölkerung. Besonders auffällig ist dies bei Produktverpackungen. Ganze 92 Prozent und damit ein im weltweiten Vergleich überdurchschnittlich hoher Anteil der Bevölkerung legten in der Schweiz Wert auf reduzierte oder recyclebare Verpackungen.

## Wahrnehmung des Klimawandels

Generell sind Klimawandel und Nachhaltigkeit Themen, die bewegen. Ganze 82 Prozent der Schweizer Bevölkerung machen sich Sorgen über die Folgen des Klimawandels. Damit befindet sich die Schweiz im internationalen Mittelfeld und auf gleichem Niveau wie andere europäische Länder (zum Beispiel Spanien, Deutschland und Österreich). Die grösste Besorgnis äussern Bewohner:innen in Schwellenländern. Beispielsweise zeigen sich in der Türkei 98 Prozent der Bevölkerung besorgt hinsichtlich des Klimawandels.

In den Industrieländern geht man davon aus, dass nicht das eigene Land oder gar die eigene Wohnregion, sondern in erster Linie andere Länder vom Klimawandel betroffen sind. Auch in den Schwellenländern findet sich diese differenzierte Wahrnehmung, jedoch in bedeutend geringerem Ausmass. Dies widerspiegelt die Situation, dass Schwellenländer von den Folgen des Klimawandels tendenziell stärker betroffen sind als Industrieländer.

Zur Frage, ob die Folgen des Klimawandels noch abgefedert werden können, gibt es in der Bevölkerung unterschiedliche Meinungen. In der Schweiz ist knapp die Hälfte noch optimistisch, während 35 Prozent der Bevölkerung denken, dass es bereits zu spät sei, schwerwiegende negative Effekte des Klimawandels zu vermeiden. Im internationalen Vergleich sind nur 23 Prozent der befragten Bevölkerung pessimistisch.

Rund 70 Prozent der Schweizer:innen glauben nicht mehr daran, dass man weltweit Netto-Null-Emissionen erreichen wird. Auch hier sind die Schweizer:innen deutlich pessimistischer als der globale Durchschnitt. Allerdings ist die Schweizer Bevölkerung etwas optimistischer, wenn es um die Frage geht, ob in der Schweiz das Netto-Null-Ziel erreicht werden kann. Dann glaubt bloss noch die Hälfte, dass dieses Ziel nicht erreicht werden kann.

Frage: Wenn Sie wüssten, dass ein Unternehmen einen der folgenden Punkte umsetzt, inwieweit würde dies dazu führen, dass Sie die Produkte oder Dienstleistungen dieses Unternehmens gegenüber anderen bevorzugen würden?

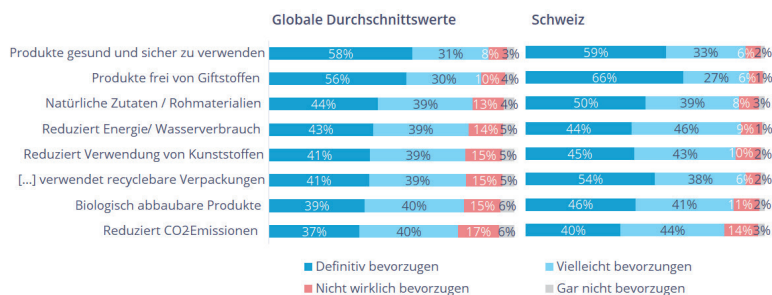


Abb. 2: Nachhaltige Entscheidungen weltweit (links) und in der Schweiz (rechts)

Frage: Basierend auf dem derzeitigen Fortschritt: In welchem Jahr, wenn überhaupt, wird [das eigene Land] / die Welt Ihrer Meinung nach eine Wirtschaft mit Netto-Null-Emissionen erreichen?

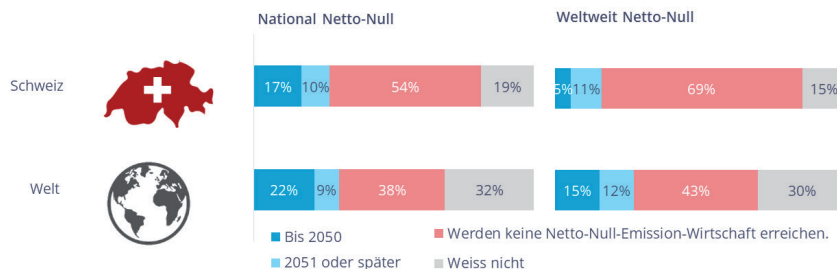


Abb. 3: Zuversicht, Netto-Null-Emissionen in der Schweiz (oben) und weltweit (unten) zu erreichen

## Einschätzung der Gesundheitsversorgung

Wenn man an den Klimawandel denkt, könnte man meinen, dass zusätzliche (finanzielle) Ressourcen viele Probleme lösen könnten – schliesslich sind Personen in den reicheren Industrienationen deutlich optimistischer. Bei der gesundheitlichen Versorgung zeigt sich aber, dass Geld nicht alles ist.

Aber zunächst die guten Nachrichten. Auch wenn sich Schweizer:innen über hohe Krankenkassenprämien ärgern, so meint doch mehr als die Hälfte der Schweizer Bevölkerung, dass wir ein gutes oder sogar hervorragendes Gesundheitssystem haben. Damit bewerten Schweizer:innen im internationalen Durchschnitt das nationale Gesundheitssystem deutlich positiver als Personen anderer Länder. Vier von fünf Schweizer:innen sind gar überzeugt, dass das Schweizer Gesundheitssystem zu den Besten der Welt gehöre. Nur in wenigen Ländern (Spanien, Südkorea, Japan) ist die Bevölkerung ebenso positiv zum eigenen Gesundheitssystem eingestellt.

Frage: Wie überzeugt sind Sie, dass das Gesundheitssystem [des eigenen Landes] zu einem der besten der Welt gehört?

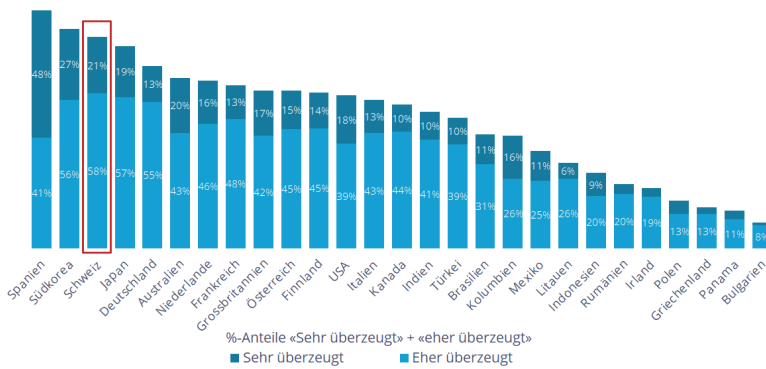


Abb. 4: Wahrgenommene Qualität des eigenen Gesundheitssystems im internationalen Vergleich

Es zeigen sich aber auch Schattenseiten. Wenn es um die Probleme im Gesundheitssystem geht, meint die Mehrheit, dass dies nicht ein Problem der finanziellen Ressourcen sei. Ganz im Gegenteil, die Probleme seien auf ein ineffizientes Management zurückzuführen. In anderen Ländern wird dies ähnlich eingeschätzt. So erstaunt es auch nicht, dass mehr als die Hälfte der Schweizer Bevölkerung mit dem politischen Management des Gesundheitssystems

nicht einverstanden ist. Ein ähnliches Bild zeigt sich im restlichen Europa und in Amerika. In Asien und Australien hingegen unterstützt man die gesundheitspolitischen Entscheide der eigenen Regierung deutlich stärker.

Frage: Welcher der folgenden Punkte ist Ihrer Meinung nach stärker für die Probleme im [eigenen Land] Gesundheitssystem verantwortlich?

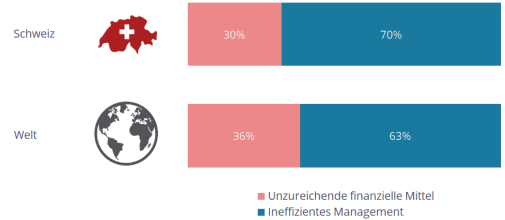


Abb. 5: Ursachen der Probleme im Gesundheitssystem in der Schweiz (oben) und im weltweiten Vergleich (unten)

## Studiendesign

### Datenerhebungsmethode:

Online-Befragung im intervista Online-Panel sowie in den Panels von 24 IRIS-Partnerinstituten; in zwei Ländern wurde die Stichprobe über einen externen Panelpartner erhoben

### Zielgruppe:

Bevölkerung im Alter von über 18 Jahren, jeweils repräsentativ nach Alter, Geschlecht und Siedlungstyp

### Stichprobengrösse:

Min. n = 500 pro Land, total n = 18'572 (maximaler Standardfehler für die Schweiz +/- 4.3 %, für alle Länder zusammen +/- 0.7 %)

### Feldzeit:

Februar bis April 2023

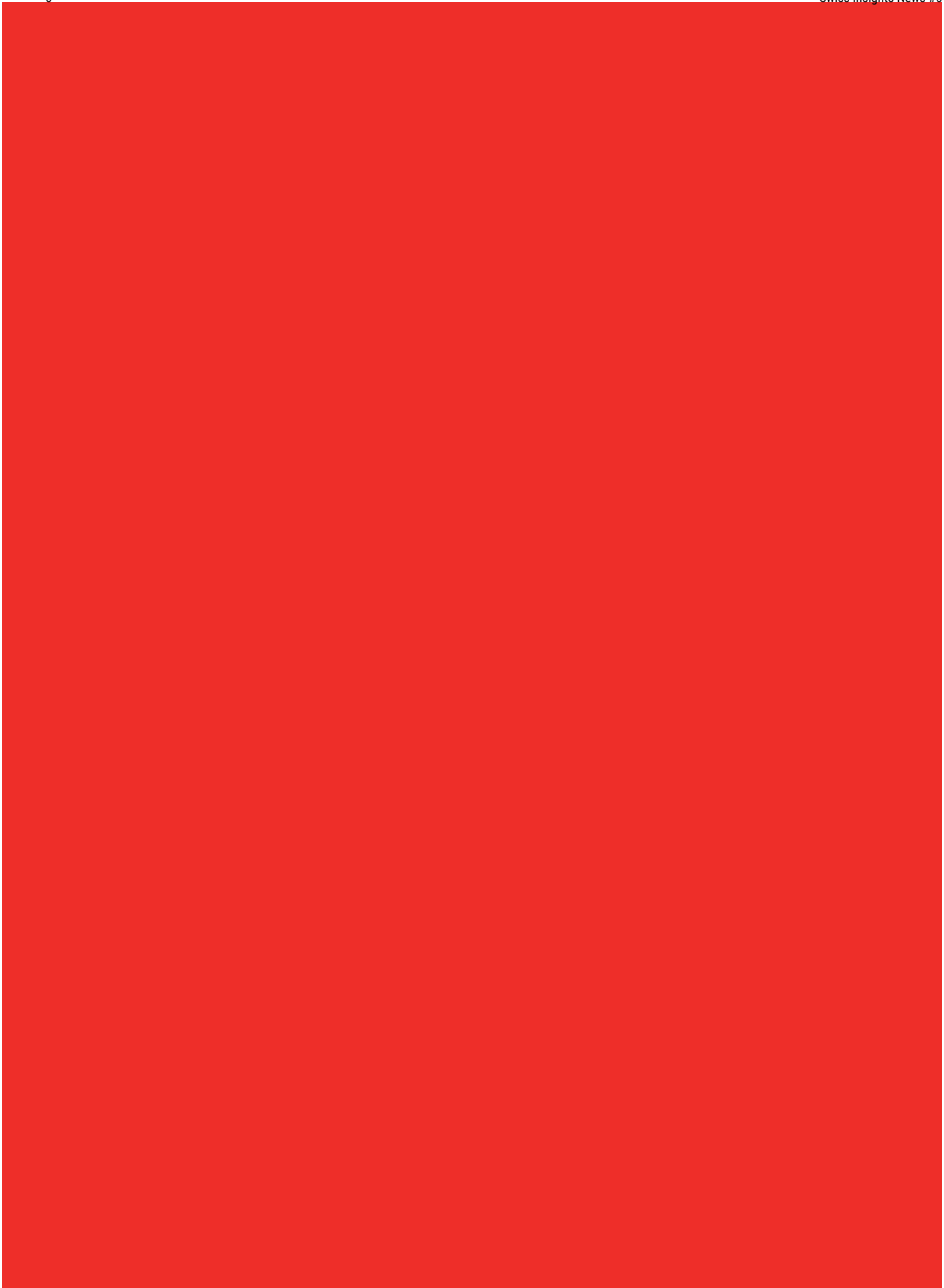
Weiterführende Informationen zur Studie finden Sie unter: [Gesundheitssystem](#), [Wirtschaftsentwicklung](#) und [Klimawandel](#).

### Die Autorin

Dr. Kim Buchmüller ist Projektleiterin beim Marktforschungsinstitut intervista. Sie promovierte an der Eidg. Technischen Hochschule Zürich (ETH Zürich) und ist Expertin für Fragestellungen zum Verhalten von Konsument:innen.

### Kontakt

Dr. Kim Buchmüller, Projektleiterin  
 intervista AG  
 kim.buchmueller@intervista.ch, +41 31 511 39 04



# Portrait



## intervista

Optingenstrasse 5, 3013 Bern  
Badenerstrasse 696, 8048 Zürich  
+41 31 511 39 00, anfragen@intervista.ch  
www.intervista.ch

## Gründungsjahr

2010

## Geschäftsleitung

Martin Bättig  
Felix Bernet  
Beat Fischer  
Dr. Michael Schrackmann  
Christoph Wüthrich

## Festangestellte

30 Mitarbeitende

## Institutphilosophie

- Wir lieben Marktforschung und begeistern unsere Kunden mit umsetzungsorientierten sowie technisch und psychologisch fundierten Lösungen.
- Wir sind ein zuverlässiger, kompetenter und flexibler Partner für die Erarbeitung von hochwertigen Entscheidungsgrundlagen.
- Wir verpflichten uns zu höchsten Qualitätsstandards – von der Projektplanung und Konzeption bis hin zur Analyse und Beratung auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse.

intervista ist ein eigenständiges Full-Service-Institut für hochwertige, individuelle Markt- und Sozialforschung – mit Schwerpunkten in der quantitativen und qualitativen Onlineforschung im Bereich B2C und B2B, komplexen Mixed-Mode-Erhebungen, Custom IT-Solutions sowie modernsten digitalen Forschungslösungen. Unsere Leidenschaft für Qualität und Innovation macht uns zu einem exzellenten Partner.

## Mitgliedschaften / Zertifizierungen

- SWISS INSIGHTS, Swiss Data Insights Association
- ESOMAR
- IRIS Network: Market Research Worldwide
- ISO 20252:2019-zertifiziert als Full-Service-Dienstleister und als Access-Panel-Dienstleister

## Onlinebefragungen

### intervista Online-Panel

- über 120'000 aktive Panelisten im B2C-Panel
  - über 35'000 Fach- und Führungskräfte im B2B-Panel
- Unsere einzigartigen Rekrutierungsquellen, die sorgfältige Panelpflege und kompetentes Fieldwork Management garantieren höchste Stichprobenqualität sowohl für bevölkerungsrepräsentative Befragungen in der gesamten Schweiz als auch für Studien mit exklusiven Zielgruppen.

### Unser Online-Omnibus

bringt Sie jede Woche mit bis zu 1'000 Online-Interviews schnell und zuverlässig zu Ihren Antworten.

## Schriftliche Befragungen und Mixed-Mode

Für jedes Projekt die passende Methodenkombination – auch mit schriftlichen Befragungen und intelligenten Mixed-Mode-Ansätzen erfüllen wir höchste Repräsentativitätsansprüche.

## Analytics und Data Science

Strukturgleichungsmodelle, Faktoren- und Clusteranalysen, Regressionen, Conjoint, MaxDiff, implizite Messverfahren, IAT, komplexe Modellierungen, künstliche Intelligenz.

## Qualitative Marktforschung und Customer Experience

Einzelinterviews, Fokusgruppen, ethnografische Interviews, Co-Creation-Workshops, Online-Diaries, Online-Communities, Mystery-Shopping, Shadowing und Schnitzeljagden.

## Modernes Teststudio in Bern

- Multifunktionaler Testraum für bis zu 15 Personen
- Grosser Beobachtungsraum via Ganzwand-Einwegspiegel

## Footprints Research (Geolocation Tracking)

- Smartphone-basierte Messlösung zur kontinuierlichen Aufzeichnung von Aufenthaltsorten, genutzten Verkehrsmitteln und Werbekontakten
- Mehr als 1 Mio. Messtage pro Jahr

## Custom IT Solutions

Massgeschneiderte Apps und Web-Applikationen, Schnittstellen für den Datenaustausch, Online-Dashboards, automatisierte Datenaufbereitungen, Sampling-Applikationen, Daten- und Panelmanagement-Lösungen.

## Forschungsfelder (Auswahl)

- Markenbekanntheit, Branding Research, Imageforschung
- Kundenzufriedenheit und Loyalität
- Zielgruppenanalyse, Segmentierung und Personas
- Werbe- und Kommunikationsforschung
- Medienforschung
- Preis- und Produktforschung
- Usage & Attitude-Studien
- Mobilitätsforschung
- Einwohner:innenbefragungen
- Mitarbeitendenbefragungen

## Branchenkompetenz

Versicherungen, Banken, Krankenkassen, öffentliche Hand, Medien und Werbung, Hochschulen und Universitäten, Mobilität und Tourismus, Retail und FMCG, Energie, Telekom, Logistik, Healthcare und Gesundheit.

# Swiss Insights

Swiss Insights ist der Verband und die Interessensvertretung aller Unternehmen, die Daten und prädiktive Modelle im Rahmen von Marketing, Innovationsprozessen, Kundenservice, Angebotsgestaltung, Kommunikation und Zielgruppendefinitionen erheben, analysieren, einsetzen und daraus Handlungsempfehlungen ableiten.

Die Corporate Mitglieder von Swiss Insights sind Unternehmen, die sich für den fairen Umgang mit Auskunftspersonen sowie Auftraggeber und den Schutz der Privatsphäre engagieren. Corporate Mitglieder sind berechtigt, das Logo "SWISS INSIGHTS - Corporate Member" zu tragen. Corporate Member haben zudem die Möglichkeit, das Label "Market and Social Research by Swiss Insights" und/oder das "Label Data Fairness by Swiss Insights" zu beantragen. Unternehmen, die eines der beiden Label tragen, garantieren, dass sie sich an die strengen Richtlinien und Reglemente von Swiss Insights und Esomar halten.

Das Label "Market and Social Research by Swiss Insights" kann von Unternehmen mit Sitz/Niederlassung in der Schweiz beantragt werden. Sie unterliegen einem strengen Regelwerk von schweizerischen und internationalen Normen und garantieren, dass keine Interviews mit Werbe- oder Verkaufsabsichten durchgeführt, wissenschaftlich abgesicherte Methoden angewendet und die Datenschutzrichtlinien eingehalten werden.

Das Label "Data Fairness by Swiss Insights" kann sowohl von Schweizer wie auch von ausländischen Unternehmen beantragt werden. Mit dem Label zeigen sie, dass sich ihr Unternehmen oder ihre Abteilung für den transparenten und verantwortungsvollen Umgang bei der Bearbeitung und Analyse von grossen Datenmengen verpflichtet.



## Herausgeber und Kontakt

Swiss Insights, Swiss Data Insights Association, Gruebengasse 10, 6055 Alpnach, Switzerland  
+41 44 3501960, [info@swiss-insights.ch](mailto:info@swiss-insights.ch), [www.swiss-insights.ch](http://www.swiss-insights.ch)

# SWISS INSIGHTS

## Corporate Member

### amPuls Market Research

Hirschengraben 49, 6000 Luzern 7  
+41 41 612 14 14 / info@ampuls.ch  
www.ampuls.ch



### gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung

Riedtlistrasse 9, 8006 Zürich  
+41 44 360 40 20 / gfs@gfs-zh.ch  
www.gfs-zh.ch



### amrein+heller MarktforschungTreuhand AG

Südweid 7, 6274 Eschenbach  
+41 748 63 70 / contact@ah-feedback.ch  
www.ah-feedback.ch



### gfs-befragungsdienst

Schaffhauserstrasse 491, 8052 Zürich  
+41 44 360 26 40 / info@gfs-bd.ch  
www.gfs-bd.ch



### Bilendi Schweiz AG

Reinhardstrasse 19, 8008 Zürich  
+41 79 801 88 80 / contact.ch@bilendi.com  
www.bilendi.ch



### GIM Suisse AG

General-Wille-Strasse 10, 8002 Zürich  
+41 44 283 18 18 / info@g-i-m.ch  
www.g-i-m.ch



### Boomerang Ideas AG

Sihlquai 131, 8005 Zürich  
+41 44 500 88 60 / raphael@boomerangideas.com  
www.boomerangideas.com



### Human8

Staufacherstrasse 101, 8048 Zürich  
+41 44 204 16 26 / christian@wearehuman8.com  
www.wearehuman8.com



### BSI Business Systems Integration AG

Täfernweg 1, 5405 Baden  
+41 58 255 90 00, info@bsi-software.com  
www.bsi-software.com



### INNOFACT (Schweiz) AG Research & Consulting

Flurstrasse 50, 8048 Zürich  
+41 43 931 77 82, Info@innofact.ch  
www.innofact.ch



### Constant Dialog

Alte Steinhäuserstrasse 33, 6330 Cham  
+41 41 310 05 40 / info@constant-dialog.ch  
www.constant-dialog.ch



### Insight Institute AG

Bergstrasse 138, 8032 Zürich  
+41 44 387 90 90 / info@insightinstitute.ch  
www.insightinstitute.ch



### DemoSCOPE Data + Research

Klusenstrasse 18, 6043 Adligenswil  
+41 41 375 40 00 / demoscope@demoscope.ch  
www.demoscope.ch



### intervista

Optingenstrasse 5, 3013 Bern  
+41 31 511 39 00 / anfragen@intervista.ch  
www.intervista.ch



### Gallup AG

Reinhardstrasse 19, 8008 Zürich,  
+41 78 891 31 15 / office@gallup.swiss  
www.gallup.swiss



### IPSOS Suisse SA

11, Chemin du Château-Bloch, 1219 Le Lignon  
+41 22 591 06 00 / Contact\_Switzerland@ipsos.com  
www.ipsos.com/de-ch



### gff Swiss Research Services

Baarerstrasse 25, 6300 Zug  
+41 41 560 01 60 / gut@gff.ag,  
www.gff.ag



### just-medical!

Blegistrasse 5, 6340 Baar  
+41 41 766 11 55 / info@just-medical.com  
www.pharmaagentur.ch



### gfs.bern. Menschen. Meinungen. Märkte.

Effingerstrasse 14, Postfach, 3001 Bern  
+41 31 311 08 06 / info@gfsbern.ch  
www.gfsbern.ch



### Kantar Media Switzerland AG

Bahnhofstrasse 4, 3073 Gümligen  
+41 31 537 79 00 / ch.panel@kantarmedia.com  
www.kantarmedia.com





# SWISS INSIGHTS

## Corporate Member

### LINK

Baslerstrasse 60, 8048 Zürich  
+41 41 367 73 73 / zurich@link.ch  
www.link.ch



### TALK Online Panel

Lindenmoosstrasse 4, 8910 Zürich  
+41 43 550 14 62 / rfq@talkonlinepanel.com  
www.talk-group.com



### Marketagent.com Schweiz AG

Feldstrasse 40, 8004 Zürich  
+41 43 555 06 50 / schweiz@marketagent.com  
www.marketagent.com



### TransferPlus AG Market Research

Haldenstrasse 11, 6006 Luzern  
+41 41 618 33 11 / transfer@transferplus.ch  
www.transferplus.ch



### M.I.S. Trend SA

Pont Bessières 3, 1005 Lausanne  
+41 21 320 95 03 / info@mistrend.ch  
www.mistrend.ch



### NielsenIQ / GfK (Switzerland) GmbH

Park 6/8, 6039 Root D4  
nielsen-ch@nielsen.com / info.ch@gfk.com  
www.NielsenIQ.com / www.gfk.com



### onlineumfragen.com

Kernserstrasse 15, 6056 Kägiswil  
+41 44 500 50 54 / info@onlineumfragen.com  
www.onlineumfragen.com



### POLYQUEST AG

Flurstrasse 26, 3014 Bern  
+41 31 335 64 00 / info@polyquest.ch  
www.polyquest.ch



### Publicom AG

Winterthurerstrasse 92, 8006 Zürich  
+41 44 716 55 11 / publicom@publicom.ch  
www.publicom.ch



### QUALINSIGHT Sàrl

Route des Mosses 34, 1613 Maracon  
+41 79 911 62 19 / e.seve@qualinsight.ch  
www.qualinsight.ch



### Qualitest AG, Institut für Marketing- und Sozialforschung

Rosenberghöhe 3, 6004 Luzern  
+41 41 712 12 21 / qualitest@qualitestag.ch  
www.qualitestag.ch



### SensoPLUS

Industriestrasse 16, 6300 Zug  
+41 41 710 71 61 / info@sensoplus.ch  
www.sensoplus.ch

