

---

# **Auf dem Weg an die Expo 2010 Shanghai**

## **Strategische Landeswerbung der Schweiz in China**

**Medienkonferenz**

**Bern, 24. Mai 2007**

# Auf dem Weg an die Expo 2010 Shanghai

## Inhalt

---



- **Die Schweiz und China**
  - > Seine Exzellenz Zhu Bangzao, Botschafter der VR China in der Schweiz
- **Der Auftritt der Schweiz in China**
  - > Botschafter Johannes Matyassy, CEO Präsenz Schweiz
- **House of Switzerland 2008 und Expo 2010 Shanghai**
  - > Manuel Salchli, Leiter Internationale Grossveranstaltungen
- **Das Gewinnerprojekt – Expo 2010 Shanghai**
  - > Dr. Uli Sigg, Jurypräsident und Generalkommissär Schweizer Pavillon Expo 2010 Shanghai
- **Fragen und Antworten**
- **Gelegenheit für Interviews im Anschluss an die Medienkonferenz**



## Auf dem Weg an die Expo 2010 Shanghai Die Schweiz und China

---



### Seine Exzellenz Zhu Bangzao Botschafter der VR China in der Schweiz:

- Bedeutung der Olympischen Sommerspiele 2008 und Expo 2010 Shanghai für die VR China und das chinesische Volk

## Auf dem Weg an die Expo 2010 Shanghai Strategische Landeswerbung der Schweiz in China

---



**Botschafter Johannes Matyassy**  
**Geschäftsleiter Präsenz Schweiz:**

- Der Auftritt der Schweiz in China



## Der Auftritt der Schweiz in China

### Image der Schweiz in China

---



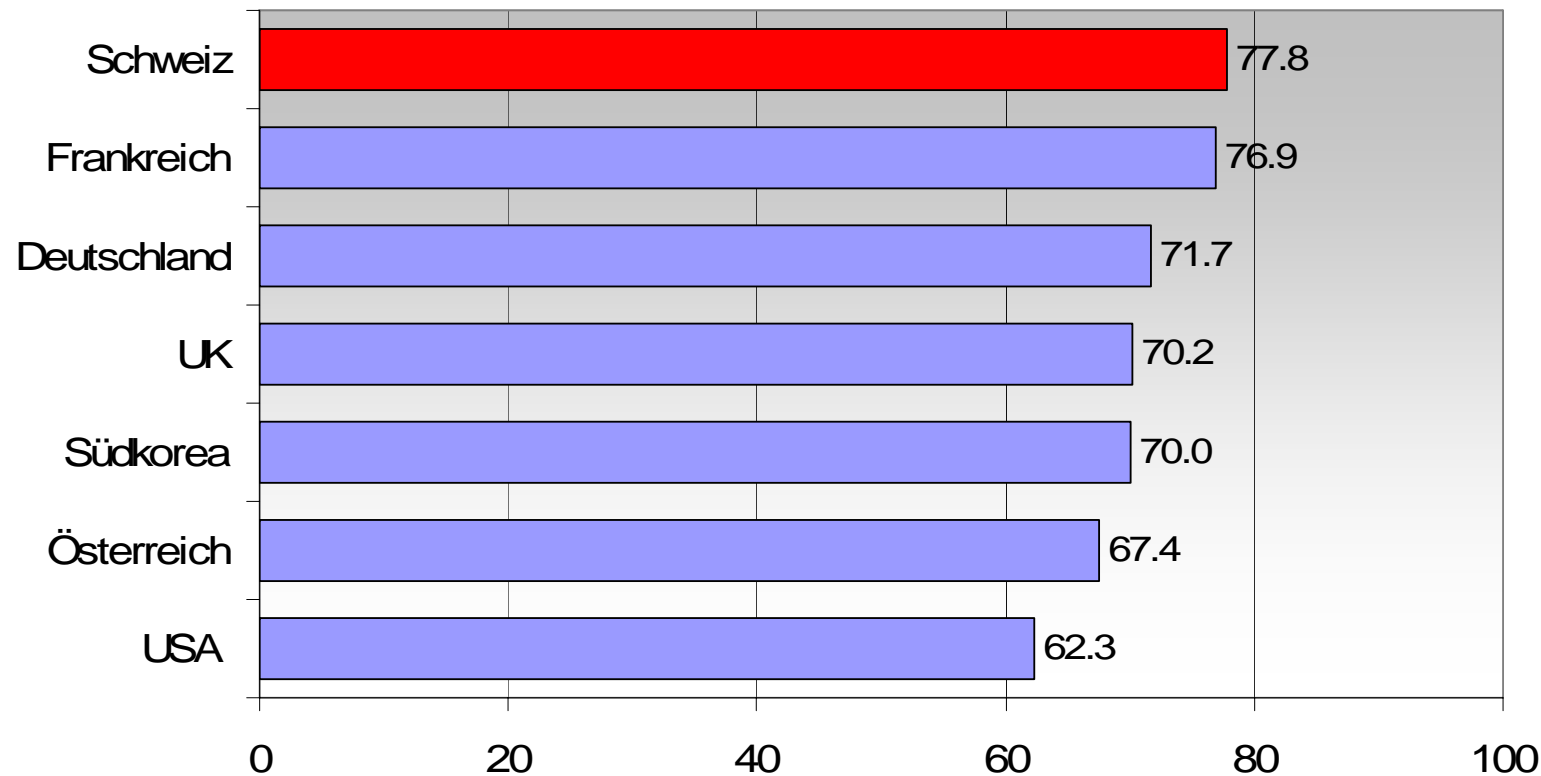
### Studiendesign

- Umfrage vom März 2006
- China und Hong Kong separat befragt und ausgewertet
- Repräsentative Stichproben **urbane Bevölkerung** (Mittelklasse +) sowie Stichproben **Meinungsführer** (Politiker, Manager, Journalisten und Studenten)
- Benchmark zu Frankreich, Deutschland, UK, Südkorea, Österreich, USA



Präsenz Schweiz  
Présence Suisse  
Presenza Svizzera  
Preschientscha Svizra  
Presenno Switzerland

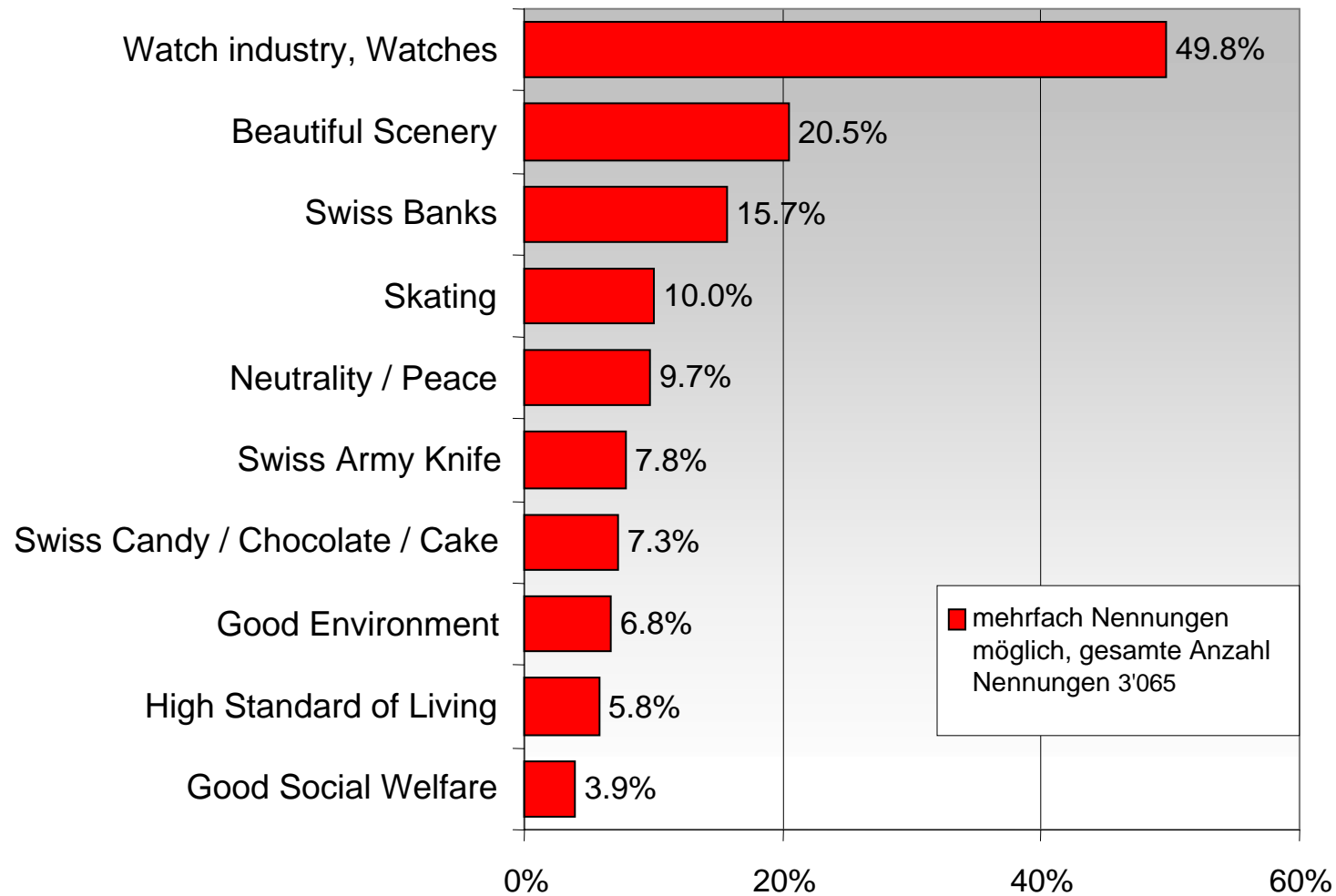
## Das Gesamtimage der Schweiz im Vergleich mit ausgewählten Benchmarkländern – Bevölkerung China



Basis: Bevölkerung China, 2'000 Personen  
Frage 1; Skala 1-100, 1=sehr schlecht, 100=sehr gut

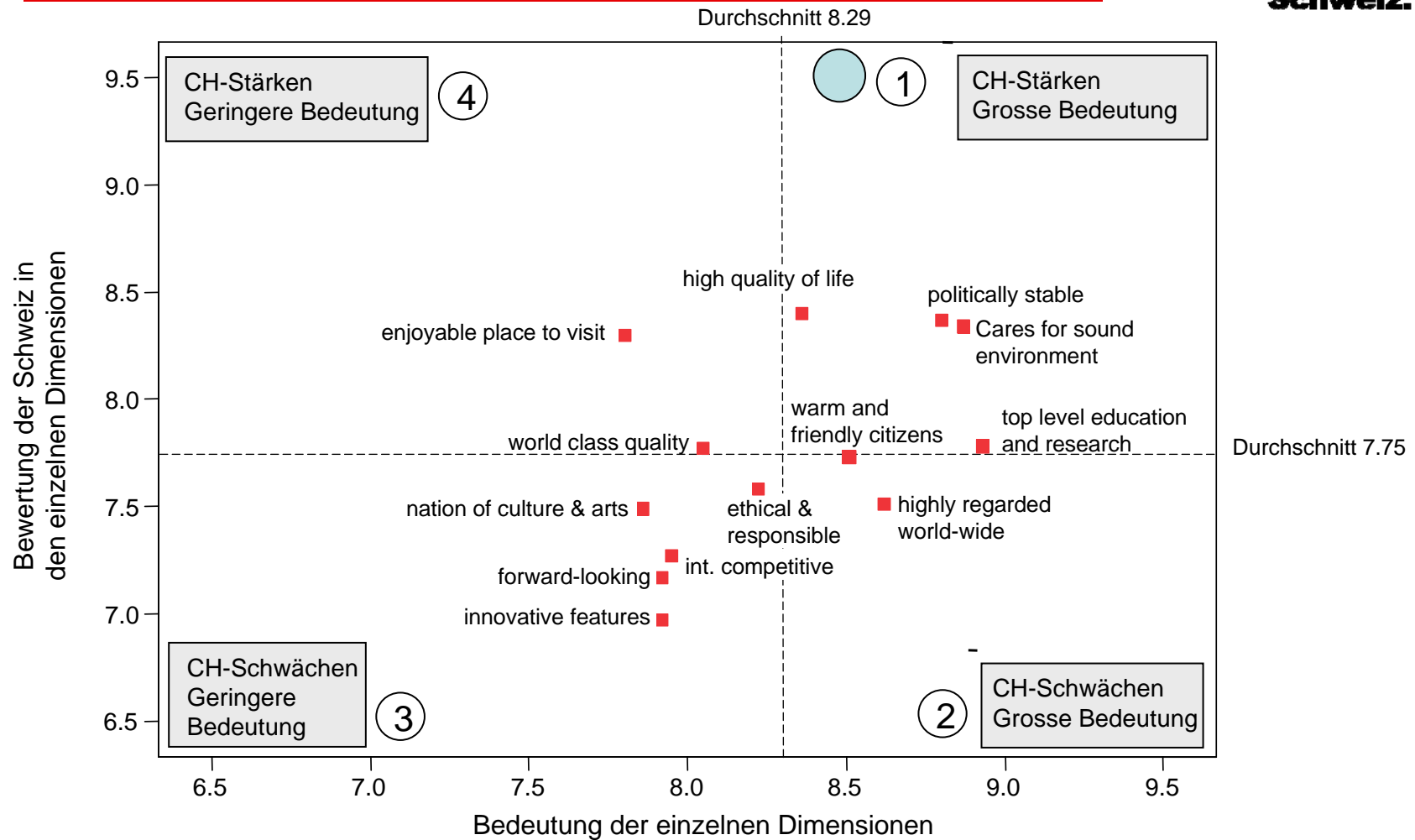


## Aktives Wissen der Bevölkerung in China über die Schweiz



Präsenz Schweiz  
Présence Suisse  
Presenza Svizzera  
Preschientscha Svizra  
Presenza Switzerland

# Kombinierte Betrachtung der Bewertung und der Bedeutung der einzelnen Dimensionen - China



Basis: Bevölkerung China, 2000 Personen  
Frage 3 und 5

Präsenz Schweiz  
Présence Suisse  
Presenza Svizzera  
Preschientscha Svizra  
Presenza Switzerland



## Der Auftritt der Schweiz in China

### Fazit Imagestudie 1/2

---



## Das Image der Schweiz in China ist:

### 1) ausgezeichnet:

- Die Schweiz genießt bei allen befragten Gruppen ein ausgezeichnetes Image
- Die Schweiz liegt im Benchmark gesamthaft an erster Stelle
- Durchwegs bessere Bewertung im Vergleich zu **Frankreich** und **Deutschland** > Gesamtbewertung wichtiger als absolute Zahlen
- Insbesondere genießt die Schweiz ein hohes Ansehen in den oberen und gut ausgebildeten Sozialschichten

### 2) stereotyp:

- Image basiert auf bekannten Klischees
- positiv bewertet werden die politische Stabilität, Umweltbewusstsein und die hohe Lebensqualität
- kritischer bewertet werden Innovationspotenzial und internationale Wettbewerbsfähigkeit



## Der Auftritt der Schweiz in China

### Fazit Imagestudie 2/2

---



**Das Image der Schweiz in China ist:**

**3) sehr homogen:**

- im China-internen Vergleich
- Im weltweiten Vergleich (bisherige Imagestudien)
- Im Vergleich breite Bevölkerung – Opinion Leaders



Präsenz Schweiz  
Présence Suisse  
Presenza Svizzera  
Preschientscha Svizra  
Presence Switzerland

## Der Auftritt der Schweiz in China

### Lösungsansatz für die strategische Landeswerbung

---



- >> Implementierung einer interdisziplinären (d.h. verschiedene Themenbereiche umfassende) Schweizer Kommunikationskampagne in China, die von 2007- 2011 eine verstärkte und aktualisierte Positionierung einleitet.**

**Die Kommunikationskampagne soll basierend auf den Erkenntnissen der Imagestudie entwickelt werden:**

- Erstkontakt mit CH über bekannte, positive Imagedimensionen
- Sehr gutes Potenzial: nur positive allgemeine Dimensionen
- Konzentration auf Dimensionen der Lebensqualität (live-in)

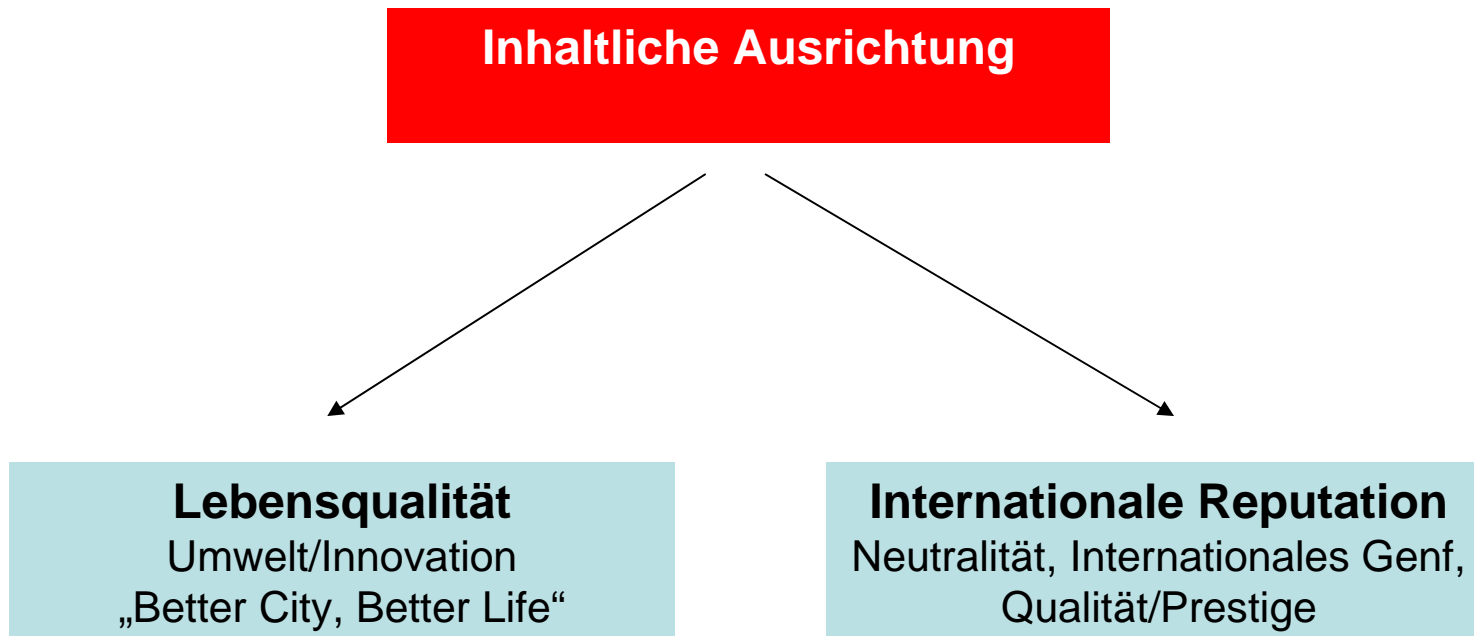
- >> Ein Land, ein Auftritt**



## Der Auftritt der Schweiz in China

### Strategische Landeswerbung der Schweiz in China

---



Präsenz Schweiz  
Présence Suisse  
Presenza Svizzera  
Preschientscha Svizra  
Presenno Switzerland

## Der Auftritt der Schweiz in China

### Inhaltliche Grundlage – Story Schweiz

---



#### Die „Story Schweiz“:

- inhaltliche Grundlage für die strategische Landeswerbung
- definiert das Stärkenprofil der Schweiz:  
Stabilität, Selbstbestimmung, sichere Zukunft, etc.
- Mehrwert, respektive das „Plus“ der Schweiz gegenüber ihren Konkurrenzländern
- Kommunikative Leitidee: sämtliche „Plus“-Elemente der Schweiz bilden sektorenübergreifend die längste Addition der Welt



Präsenz Schweiz  
Présence Suisse  
Presenza Svizzera  
Preschientscha Svizra  
Presenno Switzerland

# Der Auftritt der Schweiz in China

## Inhaltliche Grundlage – Story Schweiz



clean water for our children

Due to sophisticated environmental technologies and the great care that people take when dealing with the environment, drinking water bubbles from taps and fountains in Switzerland. Clean rivers and lakes invite people to jump in for a swim. The provincial capital Kunming benefited from this wealth of knowledge when twinning with the Swiss town Zurich. Zurich contributed to the creation of a master plan to provide drinking water to Kunming, to dispose of sewage and to provide training of technical staff. Measures were put into place to protect Kunming's lakes, rivers and canals, to purify polluted water and to bring drinking water from far away to Kunming to supply its ever growing population.

> [www.gokunming.com](http://www.gokunming.com)  
> [www.zuerich.info](http://www.zuerich.info)  
© Präsenz Schweiz



Präsenz Schweiz  
Présence Suisse  
Presenza Svizzera  
Preschientscha Svizra  
Presenza Switzerland

# Der Auftritt der Schweiz in China

## Inhaltliche Grundlage – Story Schweiz



Bridges have always connected people. Alpine environments such as Switzerland provide particular challenges which is why this country has consistently set new standards in bridge building. For example the research institute Empa developing a technology to prevent bridges from dangerous cable vibrations. This "smart" system adjusts optimally the damping force to the actual vibration amplitudes and stay cables properties. Also, this system may be called failsafe since the dampers produce a certain amount of damping during a power break down. Hence, it comes as little surprise that the world's longest cable-stayed bridge, the Buzong Bridge over the Yangtze, opted for this system to get maximum safety.

> [www.empa.ch](http://www.empa.ch)  
© Präsenz Schweiz



Präsenz Schweiz  
Présence Suisse  
Presenza Svizzera  
Preschientscha Svizra  
Presenza Switzerland

## Der Auftritt der Schweiz in China

### Ziele

---



**Verstärkung und Erweiterung** positiver Image-Dimensionen und von Wissen über die Schweiz, um dadurch die Positionierung in China in allen relevanten Themenbereichen langfristig zu festigen. Dadurch soll Interesse und Nachfrage bei allen definierten Zielgruppen gefördert werden.



**Steigerung des Markenwerts Schweiz**





## Der Auftritt der Schweiz in China

### Zielgruppen

---



- Medien
- Top-Universitäten
- Gegenwärtige und zukünftige Meinungsmacher der spezifischen Sektoren (Politik und öffentliche Hand, Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft, Bildung)
- Breite Bevölkerung (v.a. mit dem Pavillon an der Expo 2010)

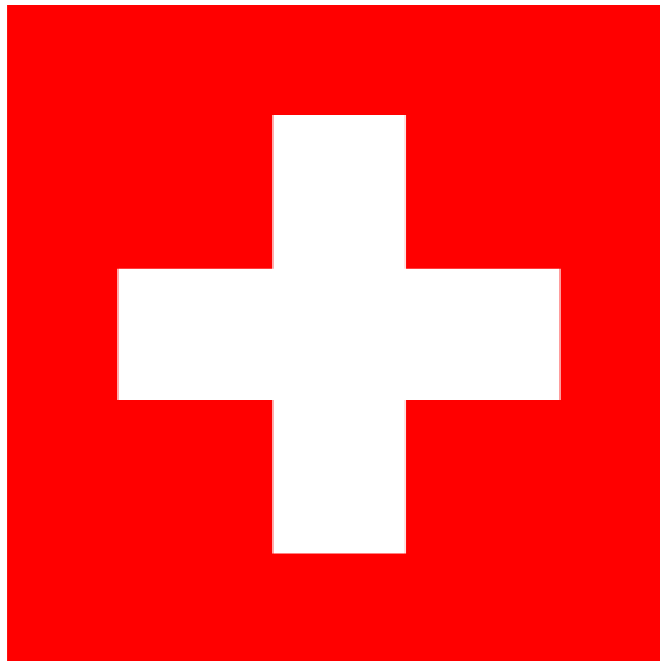


## Der Auftritt der Schweiz in China Kommunikationskampagne

---



### Kommunikationskampagne



**Schweiz.**

Schweizer Pavillon an der  
Expo 2010 Shanghai

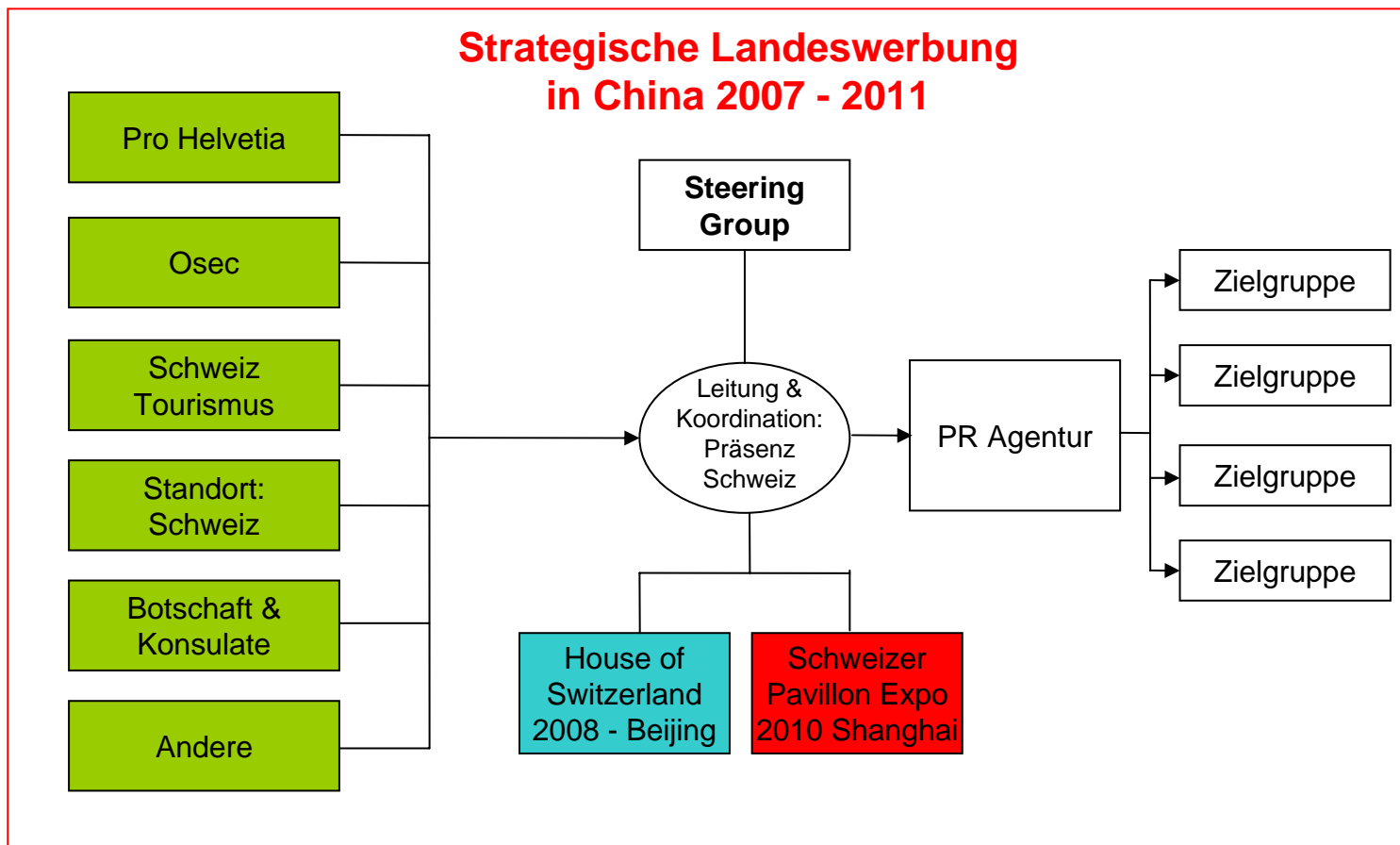
House of Switzerland  
2008 - Beijing

Interdisziplinäres  
Rahmenprogramm  
(verschiedene Events  
und Programme)



Präsenz Schweiz  
Présence Suisse  
Presenza Svizzera  
Preschientscha Svizra  
Presence Switzerland

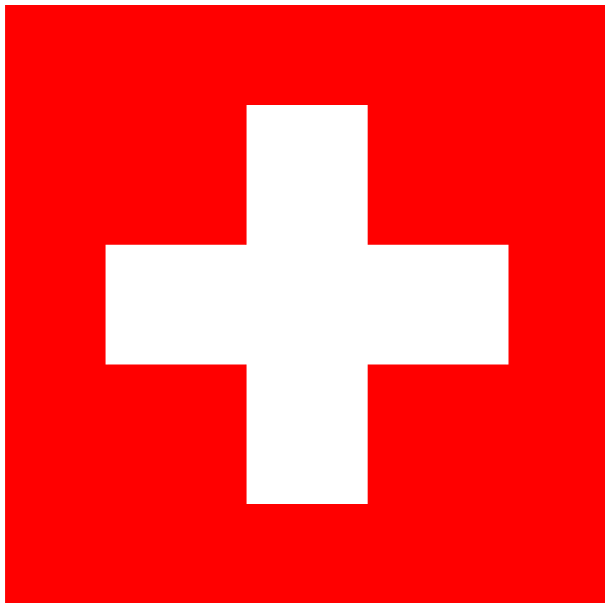
## Der Auftritt der Schweiz in China Kommunikationskampagne – Partnerstruktur



## Der Auftritt der Schweiz in China Kommunikationskampagne – Institutionelle Partner



### Interdisziplinäres Rahmenprogramm 2007 – 2011



**Schweiz.**

**Kultur/Kunst:** Pro Helvetia

**Standortförderung:** Standort:Schweiz

**Tourismus:** Schweiz Tourismus

**Exportförderung:** Osec Business  
Network Switzerland

**Wissenschaft/Bildung:** Swissnex  
(House of Science), ETHZ, etc.

**Politik/Bilaterale Beziehungen:**  
Botschaft & Konsulate

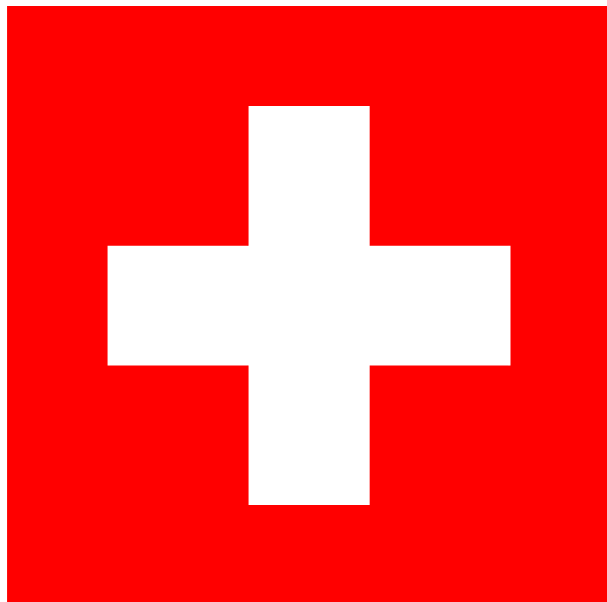


Präsenz Schweiz  
Présence Suisse  
Presenza Svizzera  
Preschientscha Svizra  
Presence Switzerland

## Der Auftritt der Schweiz in China Kommunikationskampagne – Hauptsponsoren



### Kommunikationskampagne 2007 - 2011



**Schweiz.**

#### Hauptsponsoren



weitere in Verhandlung



Präsenz Schweiz  
Présence Suisse  
Presenza Svizzera  
Preschientscha Svizra  
Presenno Switzerland

## Auf dem Weg an die Expo 2010 Shanghai Grossveranstaltungen

---



**Manuel Salchli**  
**Leiter Internationale Grossveranstaltungen:**

- Das House of Switzerland 2008 - Beijing
- Expo 2010 Shanghai



## Olympische Sommerspiele 2008 Beijing House of Switzerland 2008 - Beijing

---



Spiele:	The Games of the XXIX Olympiad Beijing 2008
Slogan:	One World, One Dream
Datum:	8. – 24. August 2008
Sportarten:	28 Sommersportarten, 38 Disziplinen 302 Wettbewerbe
Athleten:	10'500
Medien:	20'000 akkreditierte Medien
Besucher:	10'000'000 erwartete Besucher



Präsenz Schweiz  
Présence Suisse  
Presenza Svizzera  
Preschientscha Svizra  
Presence Switzerland

## Olympische Sommerspiele 2008 Beijing

### House of Switzerland 2008 - Beijing

---



Das House of Switzerland ist eine Begegnungsstätte für alle schweizerischen, internationalen und lokalen Interessierten:

- Für das breite, lokale und internationale Publikum geöffnet
- Treffpunkt für die Schweizer Swiss Olympic Delegation
- Netzwerk-Plattform, Empfänge, VIP- und Kunden-Anlässe
- Marketing-Plattform für eine Schweizer Region sowie für weitere Partner und Sponsoren
- Exklusiver und prestigeträchtiger Standort. Beispiel Turin:



Präsenz Schweiz  
Présence Suisse  
Presenza Svizzera  
Preschientscha Svizra  
Presence Switzerland



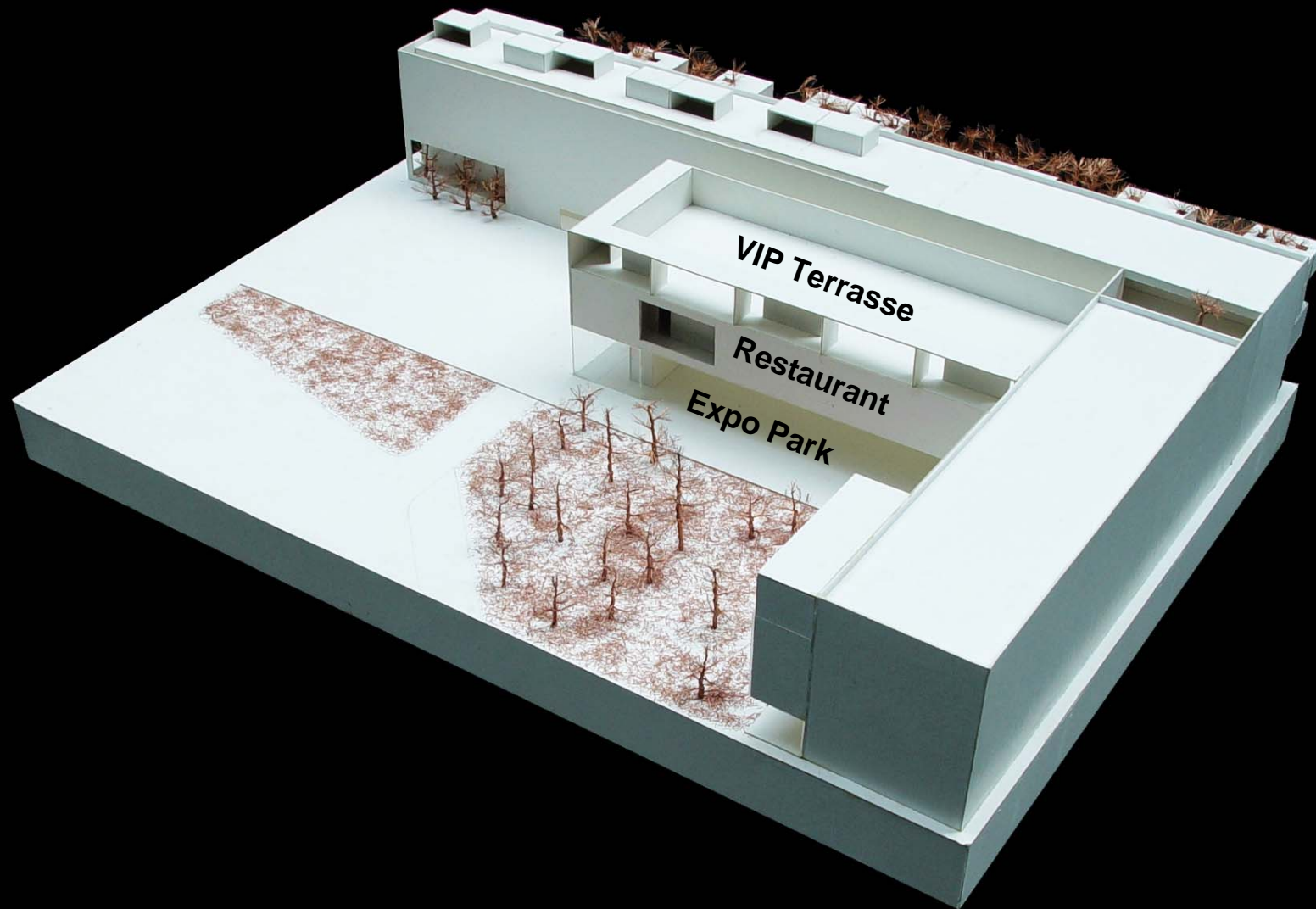
# Olympische Sommerspiele 2008 Beijing

## House of Switzerland 2008 - Beijing: Lageplan



- Workers Stadium
- Olympic Stadium im Olympic Green
- Forbidden City

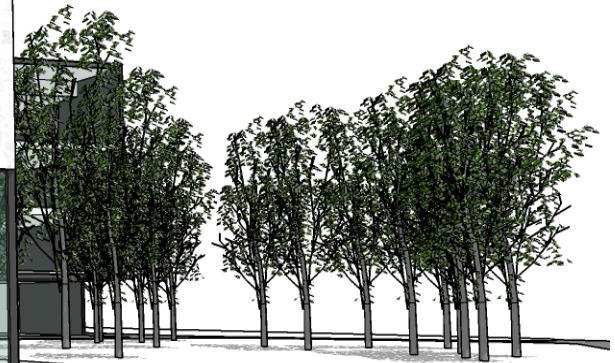
Präsenz Schweiz  
 Présence Suisse  
 Presenza Svizzera  
 Preschienscha Svizra  
 Presença Switzerland



VIP Terrasse

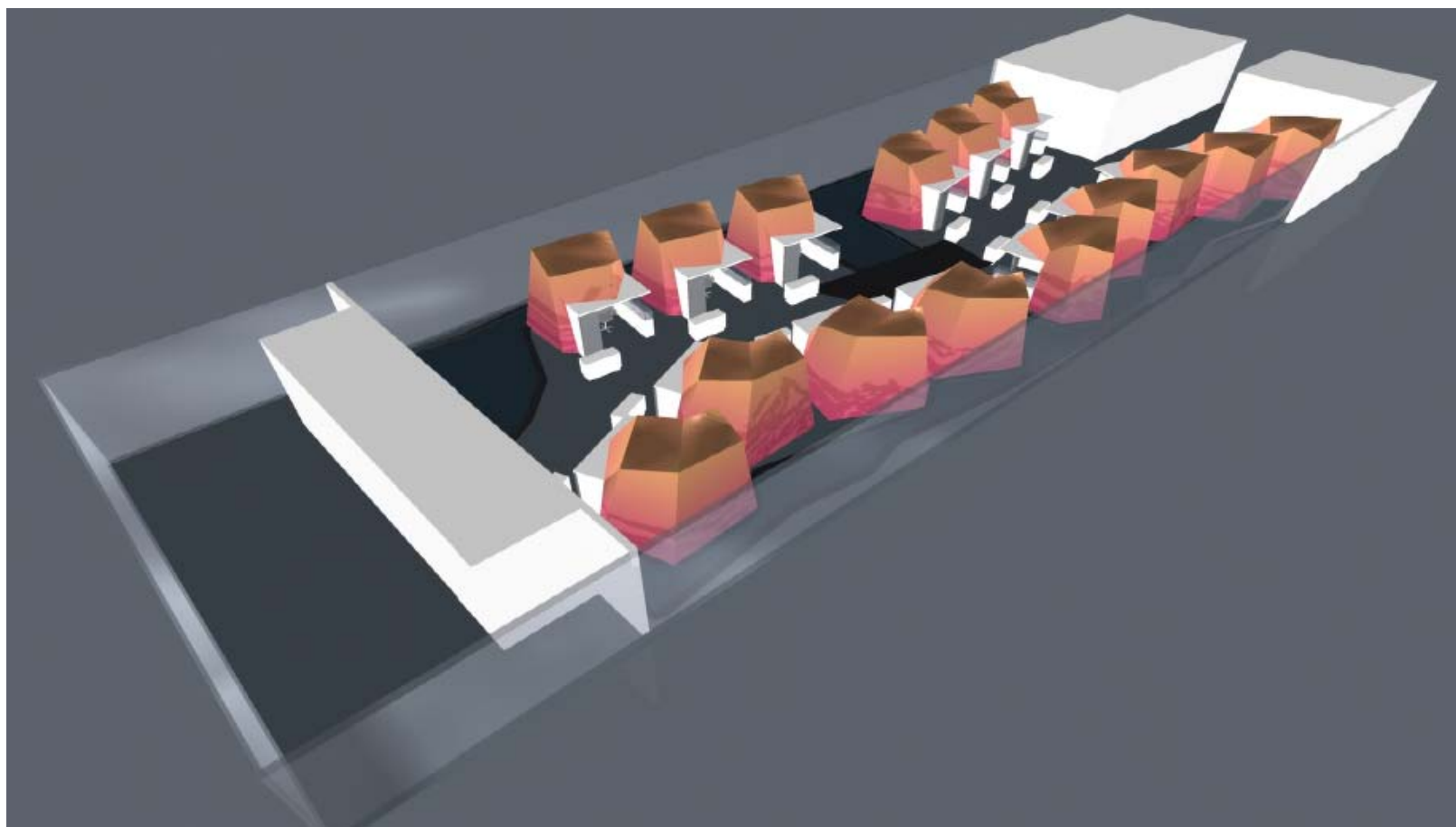
Restaurant

Expo Park



## House of Switzerland 2008 - Beijing Expo Park

---



## House of Switzerland 2008 - Beijing

### Aufgaben Präsenz Schweiz

---



- Gesamt-Projektleitung, Koordination und Budgetverantwortung durch Präsenz Schweiz
- Ausrichtung des House of Switzerland als Marketingplattform für die Partner, inklusive Kommunikationsdienstleistungen
- Nutzung des House of Switzerland: Lake Lucerne Region mit ihren Partnern

Luzern und Partner: CHF 3 Mio.

PRS und sonstige Partner: CHF 1,6 Mio.

**Total CHF 4,6 Mio.**

- Restaurationsbetrieb: Gamma Catering AG, International Hotel Management Institute IMI, Institut Hôtelier César Ritz

HOUSE OF  
SWITZERLAND  
2008

Beijing



Lake Lucerne Region

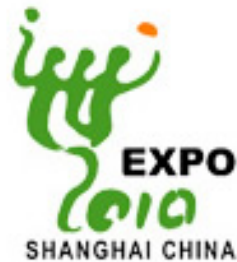
**LUZERN**  
**FACEBNE**  
THE CITY. THE LAKE. THE MOUNTAINS.

 Präsenz Schweiz  
Présence Suisse  
Presenza Svizzera  
Preschientscha Svizra  
Presence Switzerland



## Expo 2010 Shanghai Facts & Figures

---



城市,让生活更美好  
Better City, Better Life

- Ausstellung: World Expo 2010 Shanghai China
- Thema: **Better City, Better Life**
- Datum: 1. Mai – 31. Oktober 2010
- Teilnehmer: ca. 200 Länder, Organisationen und Unternehmen
- Besucher: 70 Mio. (ca 10 % aus dem Ausland)





### 29. März 2006 Grundsatzentscheid des Bundesrats für eine Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2010 Shanghai

Der Bundesrat hat folgendes Budget gesprochen:

Kompensation div. Departemente *	CHF 9 Mio.
Sponsoring	CHF 4 Mio.
Zusätzliche Bundesmittel:	<u>CHF 7 Mio.</u>
<b>Total</b>	<b>CHF 20 Mio.</b>

* EDA/PRS:	CHF 6 Mio.
EVD:	CHF 2 Mio.
EFD:	CHF 1 Mio.

## Expo 2010 Shanghai Facts & Figures

---



- Gelände: beidseitig des Huangpu Flusses angelegt  
Gesamtfläche: 5.28 km<sup>2</sup>  
8.3 km Promenade am Fluss
- Schweizer Pavillon: Fläche 4000 m<sup>2</sup>



Präsenz Schweiz  
Présence Suisse  
Presenza Svizzera  
Preschientscha Svizra  
Presenno Switzerland



# Expo 2010 Shanghai Facts & Figures

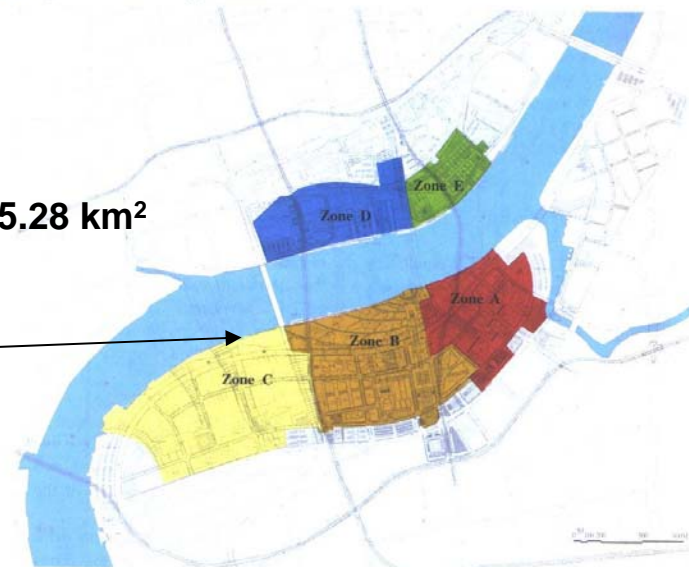


Teilnehmer/Zonen: ca. 200 Länder, Organisationen und Unternehmen

Figure 04: Zoning of the site

Standort des  
Schweizer  
Pavillons

Total 5,28 km<sup>2</sup>



	Area (Hectare)	Function
Zone A	53.93	<ul style="list-style-type: none"> <li>China pavilion</li> <li>Foreign national pavilions (Asian and Oceanian countries)</li> </ul>
Zone B	88.37	<ul style="list-style-type: none"> <li>Theme pavilions</li> <li>Public center</li> <li>Performing arts center</li> </ul>
Zone C	103.07	<ul style="list-style-type: none"> <li>Foreign national pavilions (European, American and African countries)</li> <li>International organization pavilions</li> </ul>
Zone D	49.73	<ul style="list-style-type: none"> <li>Corporate pavilions</li> </ul>
Zone E	26.90	<ul style="list-style-type: none"> <li>Corporate pavilions</li> <li>World Expo Museum</li> </ul>


 Präsenz Schweiz  
 Présence Suisse  
 Presenza Svizzera  
 Preschientscha Svizra  
 Presence Switzerland

## Expo 2010 Shanghai

### Schweizer Pavillon: Projektwettbewerb

---



- **Zweistufiger, offener Projektwettbewerb**
  - > 104 Projekte in der ersten Stufe
  - > 12 Projekte in der zweiten Stufe
  
- **11 Jurymitglieder:**
  - > Dr. Uli Sigg, Jurypräsident und Generalkommissär
  - > Prof. Marc Angélil, Architekt
  - > Prof. Dr. Yongjie Cai, Architekt
  - > Andreas Reuter, Architekt
  - > Dr. Juri Steiner, Direktor, Zentrum Paul Klee
  - > Dr. Stefan Nowak, Direktor, NET Nowak Energy & Technology Ltd.
  - > Pius Knüsel, Direktor, Pro Helvetia
  - > Dr. Thomas Wagner, Präsident, Schweizerisch-Chinesische Gesellschaft
  - > Susan Horvath, Direktorin, Swiss-Chinese Chamber of Commerce
  - > Eva Brechtbühl, Geschäftsleitung, Schweiz Tourismus
  - > Ruth Grossenbacher, Präsidentin Präsenz Schweiz



Expo 2010 Shanghai

**Das Gewinnerprojekt – Expo 2010 Shanghai**

---



**Dr. Uli Sigg**

**Jurypräsident und Generalkommissär Schweizer Pavillon Expo 2010 Shanghai:**

- Das Gewinnerprojekt für den Schweizer Pavillon an der Expo 2010 Shanghai.

Projektteam:

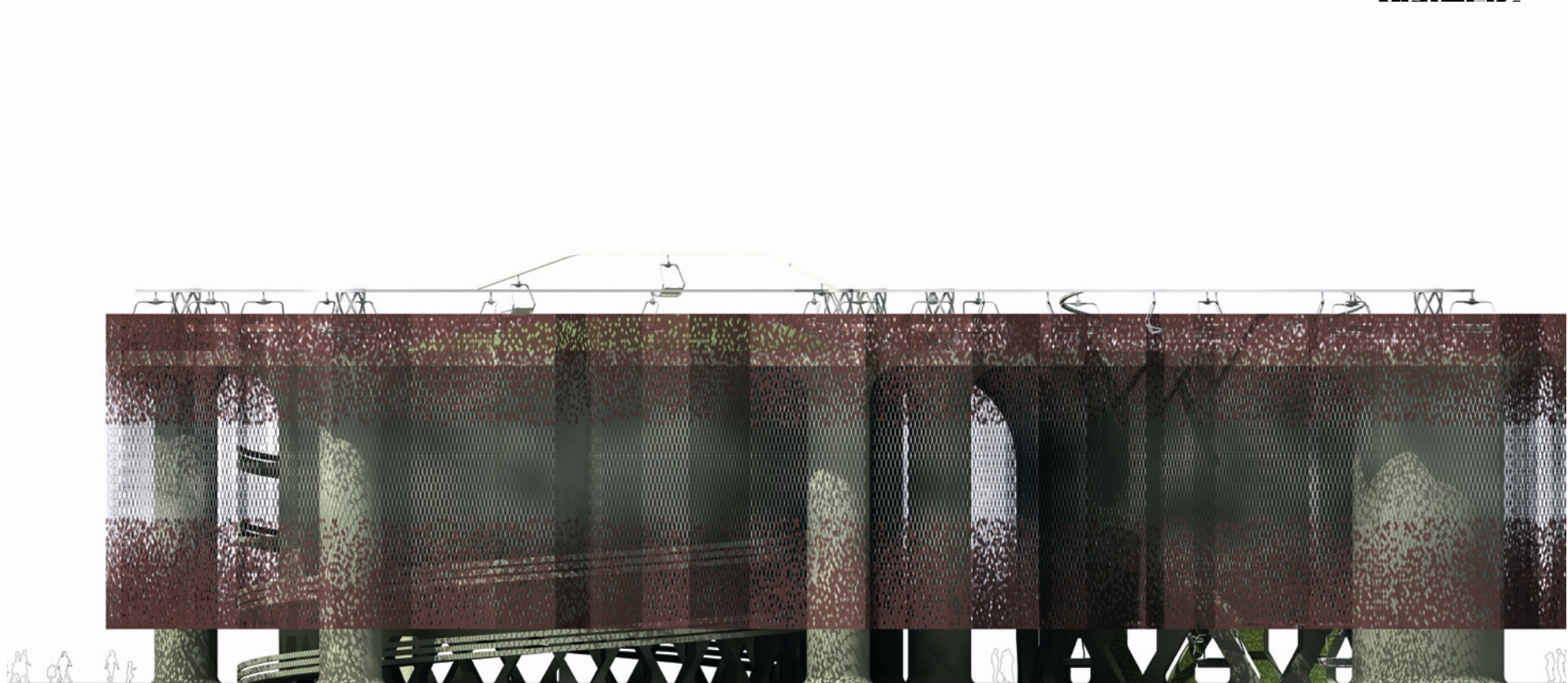
- > Andreas Bründler, Buchner und Bründler Architekten, Basel
- > Daniel Buchner, Buchner und Bründler Architekten, Basel
- > Andreas Hunkeler, Element Design, Basel
- > André Haarscheidt, Element Design, Basel



Präsenz Schweiz  
Présence Suisse  
Presenza Svizzera  
Preschientscha Svizra  
Presenno Switzerland

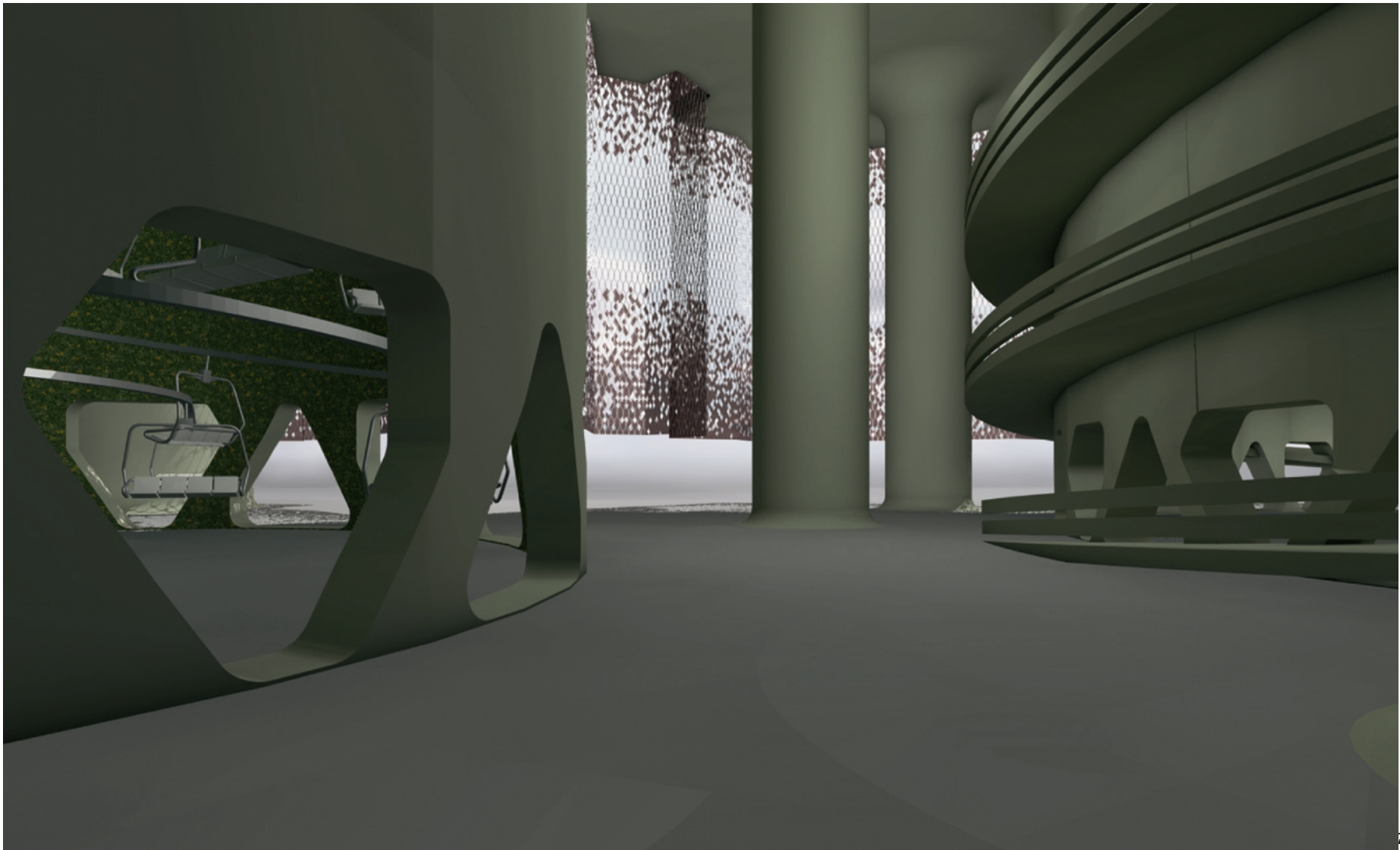
# Expo 2010 Shanghai Das Gewinnerprojekt

---



Expo 2010 Shanghai  
Das Gewinnerprojekt

---



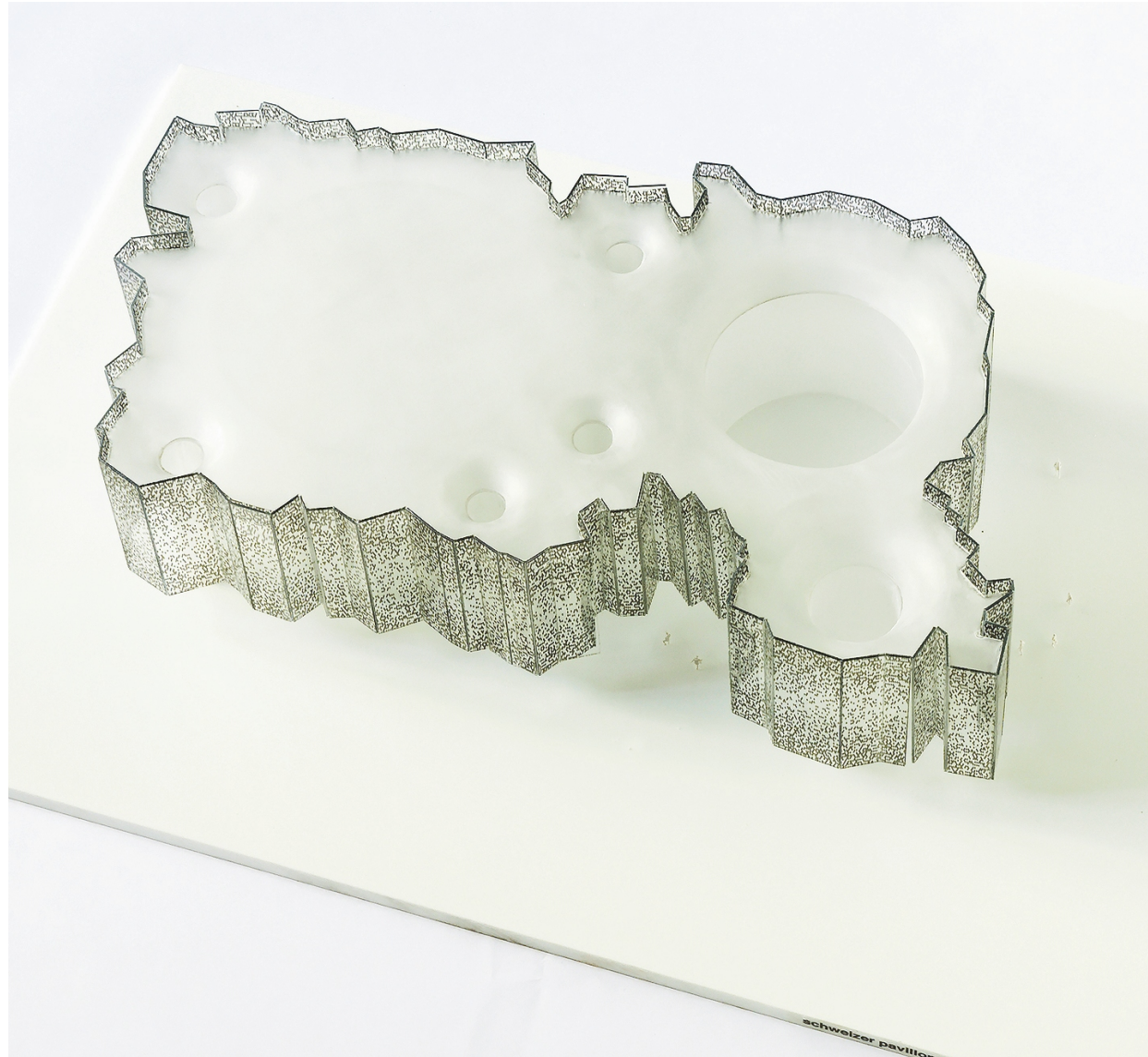


Expo 2010 Shanghai  
Das Gewinnerprojekt

---



## Expo 2010 Shanghai Das Gewinnerprojekt



Präsenz Schweiz  
Présence Suisse  
Presenza Svizzera  
Preschientscha Svizra  
Presença Switzerland

## Fragen und Antworten

[www.presence.ch](http://www.presence.ch)  
[www.story.presence.ch](http://www.story.presence.ch)