



Leitfaden für die Gesuchstellung

Projektanträge via «FDFA Activities»

Der vorliegende Leitfaden erläutert die Leitlinien sowie die inhaltlichen und formalen Kriterien von Präsenz Schweiz für die Unterstützung von Projekten im Bereich der Landeskommunikation. Er richtet sich an Projektverantwortliche bei den Schweizer Auslandvertretungen, die bei Präsenz Schweiz eine finanzielle Unterstützung ihres Projekts beantragen möchten.

1. Auftrag der Landeskommunikation

Der Auftrag der Landeskommunikation wird durch das **Bundesgesetz** und die **Verordnung über die Pflege des schweizerischen Erscheinungsbildes im Ausland** (SR 194.1 und 194.11) festgelegt und in der **Bundesratsstrategie Landeskommunikation 2016–2019** konkretisiert. Daraus ergeben sich die folgenden Kriterien, die bei der Beurteilung von Unterstützungsgesuchen angewandt werden. Die Bewilligung eines Projekts ist dann möglich, wenn das Projektgesuch die Mehrheit der inhaltlichen sowie alle formalen Kriterien erfüllt.

2. Verhältnis der Landeskommunikation zur Förderung sektorieller Interessen

Die Aufgabe von Präsenz Schweiz besteht darin, die in der Bundesratsstrategie Landeskommunikation 2016–2019 aufgeführten schweizerischen Themen gegenüber einem ausländischen Zielpublikum zu kommunizieren. Präsenz Schweiz kann Projekte zu diesen Themen unterstützen. Dazu bedient sich Präsenz Schweiz verschiedener Instrumente und Kanäle, wie Medien, soziale Medien, Events, Einladung von ausländischen Delegationen usw. Die Landeskommunikation kombiniert bevorzugt mehrere Instrumente und Massnahmen.

Präsenz Schweiz arbeitet aktiv mit den spezialisierten Verwaltungseinheiten des Bundes und Schweizer Organisationen mit einem entsprechenden gesetzlichen Auftrag zusammen, darunter DEZA, SBFI, Pro Helvetia, Schweiz Tourismus und Switzerland Global Enterprise. Die Unterstützung von Projekten, die ausschliesslich sektorielle Interessen verfolgen (in Bereichen wie Kultur, Tourismus, Wissenschaft, Export- und Standortförderung, menschliche Sicherheit, Entwicklungszusammenarbeit), ist Gegenstand einer Zusammenarbeit zwischen den direkt zuständigen Ämtern und Präsenz Schweiz.

3. Zulassung zur Gesuchstellung

Unterstützungsgesuche können von **offiziellen Schweizer Auslandvertretungen** (Botschaften, Konsulate, Missionen, Swissnex, Swiss Business Hubs, Kooperationsbüros) eingereicht werden.

Präsenz Schweiz tritt nicht auf Gesuche ein, die direkt von Dritten eingereicht werden. Jedoch können Dritte via die Auslandvertretungen ein Gesuch einreichen. Die Botschaften und Konsulate bearbeiten diese Gesuche unter Berücksichtigung ihrer Kohärenz mit der lokalen Strategie zur Kommunikation über die Schweiz im Ausland.

Präsenz Schweiz steht ein Jahresbudget zur Verfügung, wovon ein Teil für Projekte der Auslandvertretungen vorgesehen ist. Dieses Jahresbudget wird gemäss den strategischen Prioritäten der Landeskommunikation eingesetzt, es können folglich nicht sämtliche eingereichten Projektgesuche unterstützt werden.

4. Strategisches Oberziel

Die Landeskommunikation unterstützt die Interessenwahrung der Schweiz im Ausland. Sie analysiert die Wahrnehmung der Schweiz im Ausland und antizipiert Chancen und Risiken für das Image des Landes. Sie vermittelt die Politik und Positionen der Schweiz kohärent und empfängergerecht auf geeigneten Kanälen an ihre Zielgruppen. Dabei rückt sie die Stärken in den Vordergrund. So trägt die Landeskommunikation zu einer positiven und differenzierten Wahrnehmung der Schweiz im Ausland bei. Das positive Image wiederum kann Entscheide im Ausland beeinflussen und der Schweiz helfen, ihre Interessen auf internationaler Ebene zu wahren.

Auf der Grundlage dieses Oberziels umfasst die Strategie drei Unterziele auf der Wahrnehmungsebene, die besonders geeignet sind, auf Entscheide im Ausland positiv einzuwirken.

4.1. Strategische Ziele in Bezug auf das Image

1. **Die Schweiz wird als innovatives und kompetitives Land wahrgenommen.**
Diese Wahrnehmungsebene umfasst insbesondere die Ansichten über die Kompetenzen und die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz.
2. **Die Schweiz wird als solidarisches und verantwortungsbewusstes Land wahrgenommen.**
Diese Wahrnehmungsebene umfasst insbesondere die Ansichten über die Werte und Normen der Schweiz und über ihre Bereitschaft, Verantwortung im Umgang mit Menschen und den natürlichen Lebensgrundlagen zu übernehmen.
3. **Die Schweiz wird als Land mit hoher Lebens- und Standortqualität wahrgenommen.**
Diese Wahrnehmungsebene umfasst insbesondere die Ansichten über die Rahmenbedingungen und Lebensumstände, die die Schweiz bietet, und über die Attraktivität des Landes und seine Standortqualitäten.

5. Inhaltliche Kriterien

- a. Das Projekt stimmt überein mit der Analyse des Erscheinungsbildes der Schweiz und der Kommunikationsstrategie im betreffenden Land, die anhand des «Leitfaden Imageanalyse» und des «Orientierungsrasters Länderstrategie Landeskommunikation 2016–2019» erstellt wurde.
<https://www.collaboration.eda.admin.ch/de/services/communication/Landeskommunikation-PRS/projekte-prs/allgemeine-information-projekte>
- b. Auf der Grundlage der Strategie für das betreffende Land erfüllt das Projekt die folgenden Kriterien:
 - es berücksichtigt die Chancen und Herausforderungen der Landeskommunikation vor Ort;
 - es stützt sich auf die drei strategischen Wahrnehmungsziele der Strategie Landeskommunikation 2016–2019;
 - es behandelt eine oder mehrere der prioritären Thematiken der Strategie Landeskommunikation 2016–2019;
 - es vermittelt eine oder mehrere zentrale Botschaften an bestimmte Zielgruppen;
 - im Idealfall wird es in Zusammenarbeit mit Partnerorganisationen oder dem Privatsektor umgesetzt;
 - seine Auswirkungen sind nachhaltig und möglichst messbar;
 - das Kosten-Nutzen-Verhältnis der Umsetzung ist ausgeglichen.
- c. Die Weisungen zum Corporate Design der Landeskommunikation werden bei allen im Rahmen des Projekts verwendeten Kommunikationsmitteln eingehalten.
- d. Das Projekt ist so weit wie möglich in den sozialen Medien präsent, auch im Vorfeld seiner konkreten Realisierung.

6. Formale Kriterien

- a. Zum Zeitpunkt der Gesuchseinreichung darf die Gesuchstellerin oder der Gesuchsteller für die beantragte Unterstützung noch **keine bindenden Verpflichtungen** eingegangen sein, damit das Projekt im Falle einer Nichtgenehmigung durch Präsenz Schweiz noch abgebrochen oder eine alternative Finanzierung gefunden werden kann.

- b. **EDA-externe Gesuchstellerinnen und Gesuchsteller**, die potenzielle Partner einer Schweizer Vertretung sind und ein Projekt realisieren möchten, nehmen **zuerst Kontakt zur zuständigen Schweizer Vertretung auf, um mit ihr** schon in der Planungsphase **die Machbarkeit des Projekts, seine Relevanz für die Strategie Landeskommunikation und die Chancen** einer finanziellen Unterstützung durch Präsenz Schweiz **abzuklären**.
- c. Je eher Präsenz Schweiz ein Projekt unterbreitet wird, desto grösser sind seine Chancen, Unterstützung zu erhalten. Wenn eine Vertretung mehrere Projekte vorsieht, kann sie Präsenz Schweiz die Planung für das Folgejahr vorlegen, und zwar spätestens per Ende November des laufenden Jahres. Frühzeitige Planung erhöht die Chance einer Mittelzusprache sowie der Bereitstellung von Beratung und Begleitung durch Präsenz Schweiz. Je nach den zur Verfügung stehenden Mitteln kann Präsenz Schweiz die Vertretung jedoch bitten, ihre Planung zu überprüfen und sich auf strategisch prioritäre Projekte zu beschränken.
- d. Besteht keine Jahresplanung (s. Bst. c.), nimmt die Schweizer Vertretung, die ein Projekt realisieren will, **möglichst frühzeitig** – schon in der Planungsphase – **Kontakt zu Präsenz Schweiz auf, um die Chancen einer Projektunterstützung abzuklären**. Parallel dazu nimmt sie weitere Budgetabklärungen bei potenziellen Partnern und Sponsoren vor.

Das formale Unterstützungsgesuch von der Vertretung ist spätestens **einen Monat vor** der Realisierung des Projekts über die Online-Plattform «FDFA Activities» (<https://intranet.fdfaactivities.eda.admin.ch>) einzureichen.

7. Gründe für Nichteintreten oder Ablehnung von Gesuchen

- a. **Nichterfüllung** der von Präsenz Schweiz festgelegten **formalen Bedingungen und Kriterien** (s. Ziff. 1, 2, 3, 4 und 5).
- b. Ein **Projektbestandteil** wird bereits von anderen Bundesstellen unterstützt (z. B. Pro Helvetia, Bundesamt für Kultur, Schweizerischer Nationalfonds, Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit).
- c. Das Gesuch kann aufgrund einer **unklaren oder unvollständigen Projekteingabe** nicht beurteilt werden.
- d. Die Gesuchstellerin oder der Gesuchsteller ist bereits vor Vorliegen einer **Kostengutsprache Verpflichtungen** eingegangen oder das Unterstützungsgesuch betrifft die **Nachfinanzierung** eines Projekts, das ohne Unterstützung von Präsenz Schweiz bereits realisiert wurde.
- e. Das Unterstützungsgesuch hat die Finanzierung einer **bleibenden Infrastruktur** zum Gegenstand.
- f. Das Gesuch beantragt die **dauerhafte** oder **sich wiederholende** und über eine zeitlich befristete Anschubfinanzierung hinausgehende **Finanzierung** eines mehrjährigen Projekts oder einer Institution durch Präsenz Schweiz.
- g. Das Projekt dient ausschliesslich der direkten Förderung eines Sektors oder einer Person.

8. Abläufe nach Gesuchseinreichung

- a. Bei einer Bewilligung des Unterstützungsgesuchs wird der Gesuchstellerin oder dem Gesuchsteller durch Präsenz Schweiz eine **Kostengutsprache** zugestellt, die die Art und Höhe der Unterstützung, die Modalitäten der Evaluation und der Schlussabrechnung sowie Richtlinien zur Anwendung der Marke Schweiz präzisiert. Falls erforderlich, schliesst Präsenz Schweiz mit der Gesuchstellerin oder dem Gesuchsteller einen Projektvertrag ab, der die Zusammenarbeit sowie die Rechte und Pflichten der Vertragsparteien verbindlich regelt.
- b. Bei **Ablehnung** des Gesuchs erfolgt eine **schriftliche Absage** durch Präsenz Schweiz.
- c. Nach Projektende wird eine **Evaluation** durchgeführt, deren Ergebnisse zusammen mit der **detaillierten Schlussabrechnung** und weiteren verfügbaren Unterlagen (Medienartikel, Fotos, Videos, Publikationen) innerhalb von zwei Monaten über die Online-Plattform «FDFA Activities» (<https://intranet.fdfaactivities.eda.admin.ch>) einzureichen sind.
- d. Die **Abrechnung und Belastung des Kontokorrents von Präsenz Schweiz muss zwingend bis zu dem in der Kostengutsprache genannten Datum** abgeschlossen werden.

Wenn die Gesuchstellerin oder der Gesuchsteller feststellt, dass das durch Präsenz Schweiz unterstützte Projekt entgegen der ursprünglichen Planung **nicht innerhalb des im Gesuch aufgeführten Rechnungsjahrs stattfinden und rechtzeitig abgerechnet werden kann**, informiert sie oder er unverzüglich Präsenz Schweiz. Präsenz Schweiz prüft, ob das Projekt zu Lasten des Budgets des Folgejahres unterstützt werden kann, und informiert die Gesuchstellerin oder den Gesuchsteller. Ohne gegenteilige Mitteilung durch Präsenz Schweiz verfällt die Kostengutsprache von Präsenz Schweiz nach Ablauf des letztmöglichen Abrechnungstermins des Rechnungsjahres, in dem das Projekt hätte durchgeführt werden sollen.

Links:

- [Strategie Landeskommunikation 2016–2019](#)
- [Online-Plattform FDFA Activities](#)

«*Leitfaden für die Gesuchstellung*», aktualisierte Version März 2019