



Leitfaden für die Gesuchstellung für Studien- und Medienreisen

Gesuchstellung via «FDFA Activities»

Der vorliegende Leitfaden erläutert die inhaltlichen und formalen Kriterien von Präsenz Schweiz für die Unterstützung von Studien- und Medienreisen im Bereich der Landeskommunikation. Er richtet sich an Projektverantwortliche bei den Schweizer Auslandsvertretungen, die bei Präsenz Schweiz eine Unterstützung ihrer Studien- oder Medienreise (Organisation und/oder finanzieller Beitrag) 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 einer Studien-/Medienreise ist dann möglich, wenn das Gesuch 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 von Schweizer Organisationen mit einem entsprechenden gesetzlichen Auftrag zusammen, darunter DEZA, Swissnex, 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 folgenden Stellen eingereicht werden: **offizielle Schweizer Auslandsvertretungen** (Botschaften, Konsulate, Missionen, Kooperationsbüros).

Präsenz Schweiz tritt nicht auf Gesuche ein, die direkt von Dritten eingereicht werden. Jedoch können Dritte via die Auslandsvertretungen ein Gesuch einreichen.

Präsenz Schweiz steht ein Jahresbudget zur Verfügung, wovon ein Teil für Studien- und Medienreisen der Auslandsvertretungen vorgesehen ist. Dieses Jahresbudget wird gemäss den strategischen Prioritäten der Landeskommunikation eingesetzt, es können folglich nicht sämtliche eingereichten Gesuche 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. Die Studien- oder Medienreise stimmt überein mit der Analyse des Erscheinungsbildes der Schweiz und der Kommunikationsstrategie im betreffenden Land, die anhand des « Leitfaden Imageanalyse » ([Link](#)) und des « Orientierungsraster Länderstrategie » ([Link](#)) erstellt wurde.
- b. Auf der Grundlage der Strategie für das betreffende Land erfüllt die Studien- oder Medienreise die folgenden Kriterien:
 - sie berücksichtigt die Chancen und Herausforderungen der Landeskommunikation vor Ort;
 - sie stützt sich auf die drei strategischen Wahrnehmungsziele der Strategie Landeskommunikation 2016–2019;
 - sie behandelt eine oder mehrere der prioritären Thematiken der Strategie Landeskommunikation 2016–2019;
 - sie vermittelt eine oder mehrere zentrale Botschaften an bestimmte Zielgruppen;
 - ihre 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 der Studien- oder Medienreise verwendeten Kommunikationsmitteln eingehalten.
- d. Die Studien- oder Medienreise ist so weit wie möglich in den sozialen Medien präsent, auch im Vorfeld der 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 die Studien- oder Medienreise im Falle einer Nichtgenehmigung durch Präsenz Schweiz noch abgebrochen oder eine alternative Unterstützung gefunden werden kann.

- b. **EDA-externe Gesuchstellerinnen und Gesuchsteller**, die potenzielle Partner einer Schweizer Vertretung sind und eine Studien- oder Medienreise realisieren möchten, nehmen **zuerst Kontakt zur zuständigen Schweizer Vertretung auf, um mit ihr schon in der Planungsphase die Machbarkeit der Studien- oder Medienreise, ihrer Relevanz für die Strategie Landeskommunikation und die Chancen** einer finanziellen Unterstützung durch Präsenz Schweiz **abzuklären**.
- c. Je eher Präsenz Schweiz eine Anfrage für eine Studien- oder Medienreise unterbreitet wird, desto grösser sind die Chancen, Unterstützung zu erhalten. Wenn eine Vertretung mehrere Projekte vorsieht, sollte sie Präsenz Schweiz die Planung für das Folgejahr vorlegen, und zwar spätestens per Ende November des laufenden Jahres. Frühzeitige Planung erhöht die Chance einer Budgetzusprache sowie der Bereitstellung von Beratung und Begleitung durch Präsenz Schweiz.
- d. Besteht keine Jahresplanung (s. Bst. c.), nimmt die Schweizer Vertretung, die eine Studien- oder Medienreise realisieren will, **möglichst frühzeitig – schon in der Planungsphase – Kontakt zu Präsenz Schweiz auf, um die Chancen einer Unterstützung abzuklären**. Sodann ist das formale Unterstützungsgesuch von der Vertretung **spätestens drei Monate** 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. Das Gesuch kann aufgrund einer **unklaren oder unvollständigen Eingabe** nicht beurteilt werden.
- c. Die Gesuchstellerin oder der Gesuchsteller ist bereits vor Vorliegen einer **schriftlichen Bestätigung Verpflichtungen** eingegangen oder das Unterstützungsgesuch betrifft die **Nachfinanzierung** einer Studien- oder Medienreise, welche ohne Unterstützung von Präsenz Schweiz bereits realisiert wurde.
- d. Das Gesuch beantragt die **dauerhafte** oder **sich wiederholende** und über eine zeitlich befristete Anschubfinanzierung hinausgehende **Finanzierung** eines mehrjährigen Projektes oder einer Institution durch Präsenz Schweiz.
- e. Die Studien- oder Medienreise dient ausschliesslich der direkten Förderung eines Sektors oder einer Person.

8. Abläufe nach Gesuchseinreichung

- a. Bei einer Bewilligung des Unterstützungsgesuchs wird der GesuchstellerIn durch Präsenz Schweiz eine **Bestätigung** zugestellt, welche die Art und Höhe der Unterstützung sowie weitere Rahmenbedingungen der Unterstützung spezifiziert. Falls erforderlich, schliesst Präsenz Schweiz mit der/dem GesuchstellerIn einen Vertrag ab, welcher die gegenseitige Zusammenarbeit sowie die Rechte und Pflichten der Vertragsparteien verbindlich regelt.
- b. Bei **Ablehnung** des Gesuchs erfolgt eine **schriftliche Absage** durch Präsenz Schweiz.
- c. **Evaluation der Studien- / Medienreise**, wenn **Projektverantwortung bei Präsenz Schweiz** liegt: Die/Der GesuchstellerIn evaluiert und dokumentiert die Reise (mündlich und schriftliche Rückmeldung an Präsenz Schweiz, sowie Medienmonitoring) gemäss dem der Bestätigung.
- d. **Evaluation der Studien- / Medienreise**, wenn **Projektverantwortung bei der/beim GesuchstellerIn** liegt: Nach der Durchführung der Reise erhält Präsenz Schweiz von der/vom GesuchstellerIn einen Abschlussbericht inkl. Schlussabrechnung sowie Kopien sämtlicher Publikationen und Beiträge mit Bezug zur Reise (gemäss Angaben im Vertrag).

Links:

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

Version *Leitfaden für die Gesuchstellung* gültig ab September 2016.