



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI

**Eidgenössisches Büro für die  
Gleichstellung von Frau und Mann EBG**

Finanzhilfen nach dem Gleichstellungsgesetz

**Finanzhilfen nach Gleichstellungsgesetz**

# **Transfer von Projekten**

**Leitfaden**

Juli 2002

Eidgenössisches Büro für die  
Gleichstellung von Frau und Mann EBG  
Schwarztorstrasse 51, 3003 Bern  
Tel. +41 58 464 05 15 / +41 58 464 05 16  
ebg@ebg.admin.ch  
[www.gleichstellung-schweiz.ch](http://www.gleichstellung-schweiz.ch)

## **Inhaltsverzeichnis**

1. Einführung .....	3
2. Transfer: sinnvoll und nützlich .....	3
3. Grundlagen des Transfers .....	4
4. Transferziele .....	5
5. Transferaktivitäten .....	5
6. Wirkungsdimensionen des Transfers .....	6
7. Vorgehensweise für einen erfolgreichen Transfer .....	7
8. Informationen zum Transfer im Gesuch .....	9

# 1 Einführung

Sie planen ein Projekt, das zur Chancengleichheit im Erwerbsbereich beiträgt. Dafür wollen Sie beim Eidgenössischen Büro für die Gleichstellung von Frau und Mann (EBG) Finanzhilfe beantragen. Sie haben Ihre Projektidee formuliert und die einzelnen Schritte erklärt. Bevor das EBG Ihr Projekt unterstützen kann, müssen Sie jedoch noch einen weiteren Arbeitsschritt leisten. Denn die Verordnung zum Gleichstellungsgesetz<sup>1</sup> sieht vor, dass Ihr Gesuch auch Informationen zu den geplanten Transferaktivitäten enthält.

Auf den folgenden Seiten erfahren Sie alles Wissenswerte zum Thema «Transfer». Sie lernen die Anforderungen des EBG kennen und erhalten praktische Informationen zu Konzeption und Durchführung Ihrer Transferaktivitäten.

## Welche Begriffe werden in diesem Leitfaden verwendet?

Unter **Transfer** verstehen wir alle Aktivitäten, die das Projekt, seine Produkte und Ergebnisse bekannt machen, verbreiten und verankern.

Die **Öffentlichkeitsarbeit** ist ein Teil des Transfers und eher von kurzfristigerer Wirkung: Sie macht das Projekt in den Medien bekannt und weist auf Anlässe oder Produkte hin.

Auch alle Aktivitäten im Bereich der **Public Relations (PR)** gehören zum Transfer: Also alle Bemühungen, bei denen es um Kontaktpflege, Vernetzung und Vertrauen schaffen in der Öffentlichkeit geht.

Mit dem Begriff **Nachhaltigkeit** ist gemeint, dass die Wirkungen des Projekts über seinen Abschluss hinaus gewährleistet sind und dass es gelingt, das Weiterbestehen von Projektangeboten organisatorisch und finanziell zu sichern. Transferaktivitäten zielen auf die Nachhaltigkeit des Projekts.

## 2 Transfer: sinnvoll und nützlich

Der Transfer ist ein wesentlicher Bestandteil Ihres Projekts. Sie garantieren damit von Anfang an die Wirksamkeit und Nachhaltigkeit Ihrer Arbeit. Und zudem zahlt sich jeder von Ihnen, Ihrer Trägerschaft und vom Bund investierte Franken doppelt und dreifach aus:

- Die Öffentlichkeit kennt Ihr Projekt und seine Ergebnisse. Damit steigt die Wahrscheinlichkeit, dass weitere ähnliche Projekte geplant und realisiert werden können.
- Interessierte Personen und Organisationen übernehmen Ihr Projekt – oder Teile davon.
- Die Projektarbeit bringt Ihnen neue und nützliche Kontakte, sie erweitert Ihr berufliches Netzwerk.
- Sie erwerben sich Fachwissen und legen an Professionalität zu. Das nützt Ihrer persönlichen Laufbahn. Ein erfolgreiches Projekt zieht oft Anfragen nach Fachkompetenz und Know-how nach sich.
- Sie ernten für Ihre Arbeit Anerkennung und nützliche Kritik.

---

<sup>1</sup> [Verordnung über Finanzhilfen nach dem Gleichstellungsgesetz](#) (SR 151.15, Art. 3 Abs. 2 Bst. d)

## 3 Grundlagen des Transfers

Um den erfolgreichen Transfer Ihres Projektes zu gewährleisten, müssen Sie in einem ersten Schritt die Grundlagen dafür schaffen.

Dazu gehören:

### A. Transfer als Teil der Projektplanung

Planen Sie den Transfer rechtzeitig:

- Stellen Sie sicher, dass der Transfer bereits in der Phase der Projektplanung thematisiert und berücksichtigt wird.
- Achten Sie darauf, dass die für die geplanten Transferaktivitäten notwendige Fachkompetenz im Projektteam vorhanden ist und/oder überlegen Sie sich, wie Sie sich dieses Know-how extern beschaffen können.

### B. Die Vernetzung

Der Erfolg Ihrer Transferaktivitäten hängt von einer möglichst breiten Vernetzung ab:

- Bauen Sie zu allen für das Projekt relevanten Einzelpersonen und Kreisen Kontakte auf und pflegen Sie diese regelmässig. Rechnen Sie dafür genügend Zeit ein.
- Stellen Sie eine Liste mit den Namen der Personen, Institutionen, Organisationen und Unternehmen zusammen, die zum Erfolg des Projektes einen Beitrag leisten können. Ergänzen Sie diese Liste laufend.
- Stellen Sie eine Liste mit den Namen der Personen, Institutionen, Organisationen und Unternehmen zusammen, die an den Resultaten und Produkten des Projektes Interesse haben könnten und vervollständigen Sie diese Liste im Laufe der Projektarbeit.

### C. Die Dokumentation des Projektes

Wenn Sie wollen, dass Ihr Projekt bekannt wird, braucht es Informationsmaterialien, die Sie an interessierte Personen abgeben können:

- Erarbeiten Sie Informationsmaterialien, die auf Ihr Zielpublikum ausgerichtet sind (z.B. Projektpräsentation, Prospekt, Internet-Site).
- Auch nach Projektabschluss werden interessierte Personen Informationen zum Projekt wünschen. Stellen Sie sicher, dass auch nach Projektabschluss Informationsmaterialien abgegeben werden können.

### D. Die Evaluation des Projektes

Eine aussagekräftige Evaluation bildet eine weitere Grundlage für Transferaktivitäten. Mit den von Ihnen für die Evaluation erhobenen quantitativen und qualitativen Daten können Sie den Erfolg Ihres Projektes, die guten Resultate, aber auch die Schwächen und Fehler aufzeigen. Andere Personen und Organisationen, die Ihr Projekt übernehmen wollen, können so von Ihren Erfahrungen lernen.

## 4 Transferziele

### Verstärkung der Wirkung und Nachhaltigkeit

Der Transfer zielt auf die Verstärkung der Wirkung und der Nachhaltigkeit Ihres Projekts. Nachhaltig ist ein Projekt, wenn es über seinen Abschluss hinaus Wirkung erzielt und wenn es gelingt, das Weiterbestehen von Projektangeboten organisatorisch und finanziell zu sichern.

Das bedeutet konkret, bei Abschluss

- kennt eine interessierte Öffentlichkeit das Projekt, seine Produkte und Ergebnisse
- kennen Fachkreise das Projekt, seine Produkte und Ergebnisse
- sind alle notwendigen und erfolgversprechenden Schritte unternommen, um das Weiterbestehen des Projekts finanziell und organisatorisch zu sichern
- sind die Voraussetzungen geschaffen, dass das Projekt oder Teile davon von anderen Institutionen und Organisationen übernommen werden können
- sind die Voraussetzungen geschaffen, dass das Projekt bei Bedarf in andere Regionen und eventuell in andere Sprachen übertragen werden kann.

## 5 Transferaktivitäten

### Transfer konkret

Transfer bedeutet bekannt machen, verbreiten und verankern. Transfer heisst also mehr als Public Relations (PR) oder Öffentlichkeitsarbeit: Zum Transfer gehören auch die Verankerung des Projekts innerhalb und ausserhalb der eigenen Organisation und die Weitergabe und Verbreitung der im Verlauf des Projekts entstandenen Produkte und Erfahrungen.

Sie erreichen die Transferziele mit folgenden Transferaktivitäten:

- Planung des Projekts in der Art, dass seine Ergebnisse und Produkte auch in andere Institutionen, Organisationen oder Sprachregionen übertragen werden können
- Kontaktaufnahme, Vernetzung und Zusammenarbeit mit interessierten Organisationen, Institutionen und Unternehmen
- Lobbying für das Projekt und seine Ziele im engeren Umkreis (eigene Organisation, Zielgruppen, Fachkreise)
- Lobbying für das Projekt und seine Ziele in der interessierten Öffentlichkeit
- Bereitstellen von zielgruppengerechten Informationen (z.B. Zwischenbericht, Newsletter, Flyer usw.)
- Bereitstellen von zielgruppengerechten Produkten (z.B. Leitfaden, Checkliste, Handbuch, Internet-Site, Video, CD-Rom usw.)
- Medienarbeit (Kontakte zu JournalistInnen, Medienkonferenzen, Pressemitteilungen usw.)
- kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit (z.B. Vorträge, Informationsveranstaltungen, Tagungen, Workshops, Kurse, Beiträge und Artikel in Fachmedien, Werbematerialien usw.)

# 6 Wirkungsdimensionen des Transfers

## Transferaktivitäten wirken

### Eigene Organisation - nach innen

Die Ergebnisse und Produkte des Projekts werden in der eigenen Organisation verankert. Ziel ist es, die Nachhaltigkeit innerhalb der Institution oder des Unternehmens zu sichern. Denn selbst erfolgreiche Projekte gehen nach ihrem Abschluss schnell vergessen.

### Umfeld - nach aussen

Die Ergebnisse und Produkte des Projekts sowie das Know-how der Projektdurchführenden werden anderen Organisationen, Personenkreisen und Regionen zur Verfügung gestellt. Die Zielgruppen, Fachkreise und eine interessierte Öffentlichkeit sind über das Projekt, seine Ergebnisse und Produkte informiert. Ziel ist es, die Wirkung des Projekts auszudehnen.

## Beispiel: Die Transferdimensionen des Projektes «Medienverlage: Teilzeitarbeit in Kaderpositionen»

### Transfer nach innen

Das Transferkonzept «Medienverlage: Teilzeitarbeit in Kaderpositionen » enthält folgende Aktivitäten, die nach «innen» weisen:

- Die Schlussbroschüre wird an alle Abteilungen der beteiligten Medienunternehmen verteilt.
- Das Modul «In Teilzeit führen» ist neu in die internen Führungsausbildungen integriert.
- In der Personalabteilung gibt es eine Ansprechperson für alle Fragen und Probleme zu Teilzeitarbeit im Kader.
- Bei Stellenausschreibungen wird neu auf die Möglichkeit der Teilzeitarbeit im Kader hingewiesen.
- Die Entwicklung der Teilzeitarbeit im Kader wird von den Personalabteilungen im Rahmen des Controllings statistisch erfasst.
- Die Geschäftsleitungen setzen sich zum Ziel, den Anteil an Teilzeitstellen im Kader im Verlauf der nächsten fünf Jahre um 15% zu erhöhen.

### Transfer nach aussen

Das Transferkonzept «Medienverlage: Teilzeitarbeit in Kaderpositionen » enthält folgende Aktivitäten, die nach «ausen» weisen:

- Der Leitfaden «Medienverlage: Teilzeitarbeit in Kaderpositionen» erscheint in Deutsch, Französisch und Italienisch. Er wird an alle Medienverlage der Schweiz verschickt. Er enthält Checklisten, mit denen die Unternehmen ihre Organisation einer ersten Analyse unterziehen können.
- Flyer für den Leitfaden werden breit verteilt. Besonders berücksichtigt werden die Zielgruppen VerlagsleiterInnen, JournalistInnen, RedaktorInnen, Mitglieder der Mediengewerkschaften, Studierende der Medienwissenschaften und anderer Bildungsinstitutionen sowie Fachleute der Organisationsentwicklung und Organisationsberatung.
- Für das Projekt wird eine eigene Internet-Site eingerichtet. Dort können Informationen zur Implementierung von Teilzeitstellen auf Kaderstufe sowie Beispiele von KadermitarbeiterInnen, die Teilzeit arbeiten, abgerufen werden. Zudem wird auf der Internet-Site ein Diskussionsforum eingerichtet.
- In Verhandlungen wird erreicht, dass die Gewerkschaft der Verlagsangestellten das Thema «Teilzeitarbeit in Kaderpositionen» neu in ihre Aktivitätenliste aufnimmt.
- Das Projekt und der Leitfaden werden an diversen Fachtagungen für Personalverantwortliche

vorge stellt.

- Das Projekt wird im Studiengang Medienwissenschaften an den Universitäten Bern und Basel vorgestellt und diskutiert.
- An der Fachhochschule Wirtschaft wird das Projekt im Rahmen der Ausbildung Personalentwicklung vorgestellt und diskutiert. Eine Gruppe von Studierenden erarbeitet in ihrer Diplomarbeit die Grundlagen für die Übertragbarkeit des Projekts in andere Branchen.
- Im Abschlussjahr ist in Zusammenarbeit mit anderen Projekten, die in diesem Bereich arbeiten, eine Tagung zum Thema «Teilzeit im Kader» mit renommierten Fachleuten geplant.
- Die Zeitschrift des Kaufmännischen Verbandes begleitet das Projekt über zwei Jahre.

## 7 Vorgehensweise für einen erfolgreichen Transfer

### A. Grundlagen

Erstellen Sie die Grundlagen für den Transfer (vgl. Seite 4)

### B. Zielsetzungen

Um erfolgreiche, effektive und effiziente Transferaktivitäten zu entwickeln, definieren Sie vorgängig Ihre Ziele:

- Konkretisieren Sie für Ihr Projekt die Grobziele des Transfers (vgl. Seite 5).
- Achten Sie darauf, dass Sie Ihre Transferziele realistisch formulieren und auf die einzelnen Zielgruppen hin ausrichten.
- Versuchen Sie, die Ziele so zu formulieren, dass die Zielerreichung messbar/beurteilbar ist.

### C. Zielgruppen

Definieren Sie die Einzelpersonen und Zielgruppen, die an Ihrem Projekt ein Interesse haben könnten. Fangen Sie dabei im Kernbereich Ihres Projektes an und erweitern Sie dann den Kreis der Zielgruppen:

- Welche Personenkreise, Organisationen und Unternehmen gehören zu den internen Zielgruppen (Trägerschaft, Nutzniesser-Innen des Projektes, MitarbeiterInnen der Organisation, andere Abteilungen usw.)?
- Welche Personenkreise, Organisationen und Unternehmen gehören zu den externen Zielgruppen (Fachkreise, verwandte Unternehmen und Organisationen, Branchen, Verbände, Bildungsinstitutionen, öffentliche Stellen usw.)?

### D. PartnerInnen

Listen Sie all jene Personen und Organisationen auf, mit denen Sie eine Zusammenarbeit planen und die Sie für bestimmte Dienstleistungen und/oder Unterstützung angehen wollen:

- • Gibt es Organisationen oder Projekte, die gleiche oder vergleichbare Ziele verfolgen, mit denen Sie zusammenarbeiten könnten?
- • Bei wem suchen Sie fachliche und/oder finanzielle Unterstützung? Wer kann dabei als «TüröffnerIn» dienen?

### E. Aktivitäten

Bestimmen Sie die Transferaktivitäten:

- Treffen Sie eine Auswahl von Transferaktivitäten an Hand Ihrer Projektziele und der vorgängig definierten Zielgruppen (vgl. Seite 5).
- Klären Sie, was Sie wem, wie mitteilen wollen. In der Regel gilt: Jede Zielgruppe hat ein spezi-

fisches Interesse am Thema und sollte deshalb auch zielgruppengerecht angesprochen werden. Das bezieht sich sowohl auf die Inhalte als auch auf die Kommunikationsform. So werden Sie die Mitglieder Ihrer Trägerorganisation sicher anders über die Inhalte des Projektes informieren als eine Gruppe von GemeindeparlamentarierInnen oder JournalistInnen.

## **F. Organisation, Team**

Übertragen Sie die Verantwortung für die Transferaktivitäten einer oder mehreren Personen des Projektteams:

- Wer trägt die Hauptverantwortung?
- Wer übernimmt welche Transferarbeiten?
- Welche Personen wollen Sie ausserhalb des Projektteams für die Durchführung der Transferaktivitäten beiziehen?
- Haben Sie intern das notwendige Know-how oder benötigen Sie für die Planung und Umsetzung der Transferaktivitäten externe Fachpersonen?
- Wo können nach Projektabschluss Informationen zum Projekt eingeholt werden (Ansprechperson oder -stelle)?

## **G. Zeitplan**

Zu Ihrem Transferkonzept gehört ein detaillierter Zeitplan. Transferaktivitäten setzen nicht erst in der letzten Phase des Projekts ein. Sie verteilen sich über die gesamte Projektlaufzeit:

- Wann sind welche Transferaktivitäten vorgesehen?
- Haben Sie wichtige Jahresdaten, Jubiläen und Ereignisse berücksichtigt, die sich auf Ihr Projekt günstig auswirken könnten?
- Gibt es Termine, an denen Sie sinnvollerweise keine Aktivitäten vorsehen, weil die Konkurrenz durch andere Organisationen oder Veranstaltungen zu gross ist?
- Welche Transferaktivitäten planen Sie nach dem offiziellen Projektende ein (sogenannte Follow-ups)?

## **H. Mittel, Ressourcen, Budget**

Jede Aktivität kostet Zeit, Arbeit und Geld. Um Ihr Transferkonzept erfolgreich umzusetzen, müssen Sie wissen, welche und wie viele Personen und Sachmittel Sie benötigen. Ein detailliertes Budget ist eine unverzichtbare Grundlage, um sich auf die Suche nach den nötigen Ressourcen zu machen:

- Was kosten die einzelnen Aktivitäten, die Sie geplant haben? Wie hoch sind die Infrastruktur-, Material- und Produktionskosten? Welche Mittel werden allenfalls für Urheberrechte, Vertrieb und Versand benötigt?
- Wer führt die Aktivitäten aus? Wie viele Arbeitsstunden sind zu welchem Stundenansatz einzurechnen?
- Erkundigen Sie sich bei externen Fachleuten über Ansätze und Kosten. Holen Sie, wenn möglich, bereits die nötigen Offerten (etwa für Druckkosten, Beratungshonorare, Raummieten usw.) ein.
- Überprüfen Sie, ob das Budget und die Aktivitäten übereinstimmen.

## **I. Nachhaltigkeit**

Eines der wichtigsten Ziele des Transfers ist die Sicherung der Nachhaltigkeit. Überlegen Sie sich deshalb auch, wie es nach der erfolgreichen Projektdurchführung weitergeht:

- Was können Sie zum jetzigen Zeitpunkt bereits vorkehren, um das Projekt langfristig zu verankern?
- Wie lässt sich das Projekt oder Teile davon in andere Zusammenhänge (andere Unternehmen, Organisationen und Branchen, andere Regionen usw.) überführen?
- Gibt es mögliche Nachfolgeprojekte?



## 8 Informationen zum Transfer im Gesuch

Ein Gesuch um Finanzhilfen nach dem Gleichstellungsgesetz muss die nachfolgenden Informationen zu geplanten Transferaktivitäten enthalten:

**1. Welche Transferziele setzen Sie sich?**

(vgl. S. 7)

**2. Transfer nach innen**

Welche Aktivitäten planen Sie zur Verankerung des Projekts und der Ergebnisse innerhalb der beteiligten Organisationen und Betriebe?

(vgl. S. 6)

**3. Transfer nach aussen**

Welche Transferaktivitäten planen Sie für welche Zielgruppen ausserhalb der beteiligten Organisationen und Betriebe?

(vgl. S. 6)

**4. Terminplan**

Zu welchem Zeitpunkt sind welche Transferaktivitäten geplant?

(vgl. S. 8)

**5. Beteiligte und Zuständigkeiten**

Wer ist für die einzelnen Transferaktivitäten verantwortlich?

(vgl. S. 8)

**6. Budget**

Welche Ressourcen werden für die Transferaktivitäten benötigt? Wie werden Sie beschafft?

(vgl. S. 8)