

# AMS-Corporate Design (CD) für Förderungs- und AuftragnehmerInnen sowie KooperationspartnerInnen

(gemäß AMS CD-Richtlinie  
in der Fassung vom Juni 2016)

# Inhaltsverzeichnis

|   |    |
|---|----|
| Einleitung, Anwendung im Printbereich                     | 3  |
| Anwendung im Onlinebereich: Internet                      | 4  |
| Anwendung im Onlinebereich: Social Media (Facebook & Co.) | 5  |
| Konkrete Logoanwendung im Print- und Onlinebereich        | 7  |
| Zulässige Versionen des AMS-Logos                         | 10 |
| Elemente und Aufbau des AMS-Logos                         | 11 |
| Zulässige Hintergrundfarben                               | 12 |
| Die Schutzzone rund um das AMS-Logo                       | 13 |
| Leitfaden zur Medienarbeit                                | 14 |
| Ansprechpersonen & Kontaktdaten                           | 16 |

# Einleitung

Wenn zwischen AMS und Förderungs- bzw. AuftragnehmerInnen eine Fördervereinbarung bzw. ein Werkvertrag geschlossen wird, sind diese verpflichtet, **alle Aktivitäten** bezüglich der im Zusammenhang mit der gegenständlichen Vereinbarung durchgeführten Maßnahmen in den Bereichen Marketing und Öffentlichkeitsarbeit **zeitgerecht mit dem AMS abzustimmen**.

**Sämtliche Aktivitäten im Bereich Marketing/Öffentlichkeitsarbeit haben darüber hinaus folgende Kriterien zu erfüllen:**

- geschlechterspezifisch sensibler Umgang mit Sprache und Bildern
- die Verwendung des AMS-Logos ist nur mit Zustimmung des Arbeitsmarktservice zulässig
- das AMS muss als Förderungs- bzw. Auftraggeber aufscheinen
- die Bestimmungen des Mediengesetzes, insbesondere in Bezug auf Impressum (§ 24) und Offenlegung (§ 25) müssen eingehalten werden

## Anwendung im Printbereich

Förderungs- bzw. AuftragnehmerInnen haben bei der grafischen Konzeption ihrer Druckwerke die Implementierung der grafischen AMS-Mindeststandards (AMS CD-Richtlinie in der jeweils gültigen Fassung) zu gewährleisten.

Die Erwähnung des AMS als Fördergeber wird als Mindestforderung formuliert. Dieses Manual beinhaltet die konkreten Vorgaben des AMS Kärnten für die Umsetzung dieser Mindestforderung.

Für Printprodukte gilt grundsätzlich:

**Alle Produkte, die nicht ausschließlich für den Träger-internen Gebrauch gedacht sind, müssen die Erwähnung des AMS als Förder- bzw. Auftraggeber aufweisen!**

Hier eine beispielhafte Aufzählung:

- Medieninformationen
- Broschüren & Folder (Infobroschüren, Geschäftsbericht, Quartalsfolder, etc.)
- Informationsblätter
- Einladungen
- Plakate
- Formulare (Briefpapier, Rechnungen, etc.)
- Inserate, sonstige Druckwerke und Informationsmaterialien
- auch Tafeln/Schilder zählen in diesem Zusammenhang als Druckwerk

*Ausnahmen*

**Visitenkarten:** Auf Visitenkarten von FörderungsnehmerInnen sind AMS-Logo und Förderhinweis nicht anzubringen. Träger- und AMS-Logo auf der kleinen Fläche einer Visitenkarte sorgen einerseits für Verwirrung (für wen arbeitet die Person tatsächlich?) und andererseits für Platzprobleme.

**E-Mail-Signatur:** Eine E-Mail-Signatur ist eine Art elektronische Visitenkarte und aus den gleichen Gründen wie bei der Visitenkarte kann hier das AMS-Logo weggelassen werden. Nachdem es in E-Mails keine Platzprobleme gibt, kann, muss aber nicht, der Finanzierungshinweis am Ende der Signatur angeführt werden.

# Anwendung im Online-Bereich: Internet

Auch im Online-Bereich – konkret auf Web- und Social Media-Seiten von Förderungs- bzw. AuftragnehmerInnen – ist das AMS Kärnten als Förder- bzw. Auftraggeber zu nennen. Siehe dazu auch „Konkrete Logoanwendung“ auf den Seiten 7-9 dieses Handbuchs.

## 1. Umsetzungsvarianten für Webseiten von FörderungsnehmerInnen

### a) auf der Startseite

Viele Webseiten haben im seitlichen oder unteren Bereich ihrer Homepage Platz für Logo und Finanzierungshinweis „Mit finanzieller Unterstützung des/von“ – siehe Beispiele in Abbildung 1

### b) beim Menüpunkt „Über uns“ oder „Über Projekt XY“

Die meisten Webseiten haben einen Menüpunkt, der Informationen über die jeweilige Institution enthält. Meistens heißt dieser Punkt „Über uns“ oder „Wir über uns“, etc. Auch hier ist die Platzierung von Logo und Finanzierungshinweis passend.

### c) beim Menüpunkt „Fördergeber“

Manche Ausbildungsträger haben auf ihrer Website einen eigenen Menüpunkt „Fördergeber“. Gibt es einen solchen Menüpunkt, so sind Logo und Finanzierungshinweis jedenfalls hier zu platzieren.

Grundsätzlich gilt:

**Mindestens eine der drei Varianten (a, b oder c) muss umgesetzt werden.**

Sollte das nicht möglich sein, so ist die Platzierung von Logo und Finanzierungshinweis an einer anderen Stelle der Website mit dem AMS abzustimmen.

**Das AMS-Logo ist immer mit dem Link <http://www.ams.at/ktn> zu hinterlegen.**

## 2. Umsetzung auf Webseiten von AuftragnehmerInnen

Bei einer Zusammenarbeit auf Werkvertragsbasis ist die Verpflichtung zur Nennung des AMS Kärnten als Auftraggeber abhängig davon, ob die konkrete Dienstleistung, die das AMS beauftragt hat, Thema auf der Website des Auftragnehmers ist.

*Beispiel:*

Auftragnehmer XY bildet im Auftrag des AMS Kärnten arbeitslose Personen zu LandschaftsgärtnerInnen aus. Wird diese konkrete Ausbildung auf der Webseite des Auftragnehmers genannt oder beworben, dann ist der Eintrag entsprechend mit AMS-Logo und Finanzierungshinweis „Im Auftrag des“ zu kennzeichnen.

**Das AMS-Logo ist immer mit dem Link <http://www.ams.at/ktn> zu hinterlegen.**



Abbildung 1: [www.jaw-kaernten.at](http://www.jaw-kaernten.at)

# Anwendung im Online-Bereich: Social Media (Facebook & Co.)

Grundsätzlich gestattet das AMS FörderungsnehmerInnen das Betreiben eigener Seiten in Sozialen Netzwerken, allerdings müssen folgende Vorgaben berücksichtigt werden:

## 1. Nennung des AMS als Fördergeber

Betreibt ein vom AMS gefördertes Projekt als solches eine eigene Social Media-Seite, so ist auch diese Seite **zumindest mit einem textlichen Förderhinweis** kennzuzeichnen. Das AMS-Logo kann, muss aber nicht, an passender Stelle platziert werden. Siehe dazu auch „Konkrete Logoanwendung“ auf den Seiten 7-9 dieses Handbuchs.

## Platzierung

Der Finanzierungshinweis ist auf Facebook im „Info“-Menü zu platzieren. Siehe Beispielabbildung links.

Facebook ist sicherlich das am häufigsten genutzte Soziale Netzwerk, daher bezieht sich das Platzierungsbeispiel rechts konkret darauf.

In anderen Netzwerken ist der Finanzierungshinweis (und eventuell das Logo) entsprechend gleichwertig zu platzieren.

Wenn das AMS-Logo zum Einsatz kommt, ist es immer mit dem Link

<http://www.ams.at/ktn>

zu hinterlegen.

The screenshot shows a Facebook page for 'Gemeinnützige Organisation - Klagenfurt'. The 'Info' tab is highlighted with a red circle. The 'Info' section displays a map of Klagenfurt and the address 'Musterstraße 1, Musterstadt'. At the bottom of the 'Info' section, the text 'Mit finanzieller Unterstützung des Arbeitsmarktservice Kärnten' is circled in red. A large grey rectangular area is labeled 'Musterbildtext'.

# Anwendung im Online-Bereich: Social Media (Facebook & Co.)

## 2. Netiquette

Die Netiquette bezeichnet empfohlene Verhaltensweisen in der digitalen Kommunikation: UserInnen sollen sich auch in der virtuellen Welt stets ebenso respektvoll, aufrichtig und höflich verhalten, wie sie es auch im „realen“ Leben tun.

## 3. Verantwortlichkeit

Das Internet ist kein rechtsfreier Raum. Gesetzliche Vorgaben wie z.B. Datenschutz, Urheber- oder Markenrecht bleiben daher uneingeschränkt gültig. Beim Posten in Social Media-Plattformen besteht eine persönliche rechtliche Verantwortlichkeit für die geposteten Inhalte.

Dies betrifft zum Beispiel:

- den Datenschutz: Keine Preisgabe personenbezogener Daten von KundInnen oder GeschäftspartnerInnen, an deren Geheimhaltung ein schutzwürdiges Interesse besteht
- die Amtsverschwiegenheit: Keine Erwähnung von Tatsachen, deren Geheimhaltung etwa zur Vorbereitung einer Entscheidung geboten ist
- sonstige Verschwiegenheitspflichten: Schutz von Geschäfts- oder Betriebsgeheimnissen, deren Geheimhaltung im berechtigten betrieblichen Interesse des Unternehmens liegt

Weiters können diffamierende, ehrenrührige oder feindselige Äußerungen (z.B. Story-Postings), wie

- geschäfts- oder rufschädigende Anmerkungen,
- Drohungen, Beleidigungen, Verleumdungen oder falsche Tatsachenbehauptungen,
- Bemerkungen, die den Betriebsfrieden ernstlich gefährden,
- diskreditierende Aussagen über das Unternehmen, KollegInnen, Vorgesetzte oder KundInnen oder
- Kommentare, die eine Gesinnung an den Tag legen, die für das AMS – als Unternehmen, in dessen Leitbild Chancengleichheit, vorurteilsfreie Behandlung sowie Fairness und Achtung der Würde Einzelner verankert sind – nicht tragbar sind,

sowohl zivilrechtliche als auch strafrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen.

# Konkrete Logoanwendung im Print- und Onlinebereich

## Variante a) Das AMS ist der einzige Fördergeber bzw. Auftraggeber bzw. Kooperationspartner

### AMS-Logo und Finanzierungshinweis

Verpflichtend lt. AMS-CD-Richtlinie in der Fassung vom Juni 2016 ist künftig ein kurzer Finanzierungshinweis. Hierfür ist das zutreffende Sujet, bestehend aus Finanzierungshinweis und AMS-Logo, zu verwenden. Dieses existiert in drei unterschiedlichen Varianten (siehe unten), die vom Büro der Landesgeschäftsführung - Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung gestellt werden. Sollte die Verwendung des Sujets aus praktischen Gründen nicht möglich sein, kann der Finanzierungshinweis, wie im folgenden Beispiel veranschaulicht, an anderer Stelle platziert werden. Die Platzierung ist aber jedenfalls mit dem AMS abzustimmen.

Mit finanzieller Unterstützung des



**Der Text des Hinweises ist abhängig von der Art der Zusammenarbeit zwischen Träger und AMS:**

Förderungsvertrag (z.B.: GBB, SÖB und BBE):

Werkvertrag (z.B.: Kurse):

Kooperationen (z.B.: von anderen Trägern finanzierte Maßnahmen):

Mit finanzieller Unterstützung des



Im Auftrag des



In Kooperation mit dem



### Platzierung von AMS-Logo und Finanzierungshinweis in Druckwerken von MaßnahmenträgerInnen

**Logo und Finanzierungshinweis sind immer gemeinsam anzuführen.**

Bei mehrseitigen Publikationen mit Umschlag: Platzierung auf der Titelseite bzw. auf der Titel-Innenseite (U2) oder auf der Rückseite (U4) der Publikation. Ist das aus Platzgründen nicht möglich, so sind Logo und Hinweis nach Maßgabe und in Abstimmung mit dem AMS an anderer Stelle zu platzieren.

# Konkrete Logoanwendung im Print- und Onlinebereich

## Variante b) Es gibt neben dem AMS noch weitere Fördergeber bzw. Auftraggeber bzw. Kooperationspartner

Im Falle mehrerer Fördergeber bzw. Auftraggeber bzw. Kooperationspartner ändert sich lediglich der Text des Finanzierungshinweises:

Förderungsvertrag (z.B.: GBP, SÖB und BBE):

Mit finanzieller Unterstützung von



Werkvertrag (z.B.: Kurse):

Im Auftrag von



Kooperationen (z.B.: von anderen Trägern finanzierte Maßnahmen):

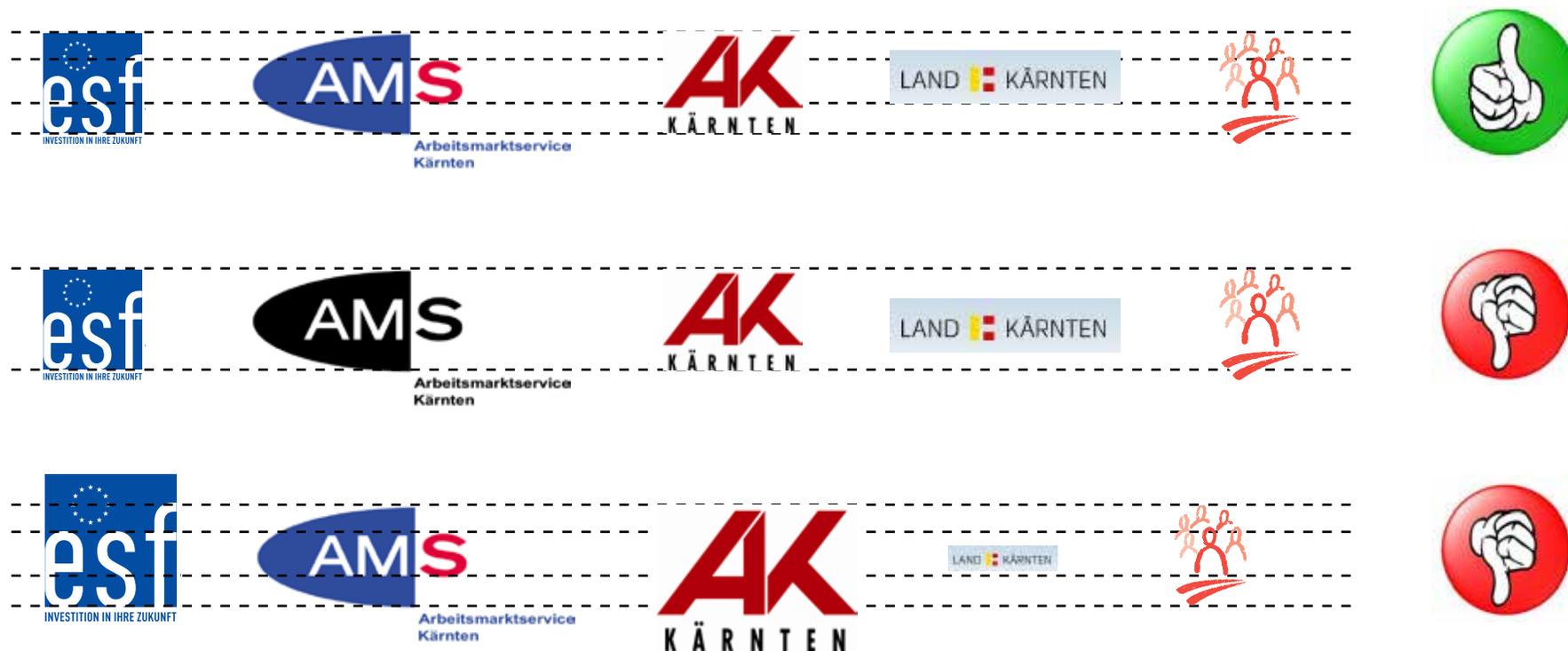
In Kooperation mit



# Konkrete Logoanwendung im Print- und Onlinebereich

## Einsatz mehrerer Logos

Kommen in einer Publikation mehrere Logos zum Einsatz, ist grundsätzlich auf **Gleichwertigkeit bei Farbe und Größe** zu achten. Nicht zulässig ist es, ein Logo in s/w und die übrigen in Farbe einzusetzen. Ebenso sollten die Logos auch möglichst gleich groß sein. Die Reihenfolge kann – bei gleichwertigen Fördergebern – alphabetisch sein oder nach der Wichtigkeit der Fördergeber.



**Grundsätzlich ist die Platzierung mehrerer Logos eine heikle Sache, denn natürlich ist (theoretisch) auf das Corporate Design sämtlicher Fördergeber zu achten. Das wird in der Praxis meistens unmöglich sein. Daher sollen die obenstehenden Ausführungen und Illustrationen als Hilfestellung dienen, tatsächlich erfordert der Einsatz mehrerer Logos aber viel grafische Erfahrung und ist daher von Einzelfall zu Einzelfall abzustimmen.**

# Zulässige Versionen des AMS-Logos

Folgende Versionen des AMS-Logos sind zulässig und im Bereich der Förderungs- bzw. AuftragnehmerInnen sowie KooperationspartnerInnen relevant:



Logo färbig ohne Zusatzzeile



Logo schwarz-weiß ohne Zusatzzeile



Logo färbig mit einzeliliger Zusatzzeile



Logo schwarz-weiß mit einzeliliger Zusatzzeile



Logo färbig mit zweizeiliger Zusatzzeile



Logo schwarz-weiß mit zweizeiliger Zusatzzeile

Im Bereich der Zusammenarbeit des AMS Kärnten gilt: **Grundsätzlich ist das Logo mit dem zweizeiligen Textzusatz „Arbeitsmarktservice Kärnten“ einzusetzen.** Sollte bei Platzmangel das Logo so klein abgebildet sein, dass der Textzusatz nicht mehr leserlich ist, ist das AMS-Logo ohne Textzusatz zu verwenden.

# Elemente und Aufbau des AMS-Logos

Die Zusatzzeilen – egal, ob ein- oder zweizeilig – müssen immer **linksbündig an der Kante der Ellipse** angesetzt werden:



Logo und Zusatzzeile bilden eine Einheit, d.h. bei Größenveränderungen müssen alle Logobestandteile proportional verkleinert/vergrößert werden. Richtwert ist hier die Breite des Schriftzugs „Arbeitsmarktservice“ – sie entspricht immer der Breite der Ellipse:



Unzulässig ist auch ein Stauchen oder Verzerren des Logos:



# Zulässige Hintergrundfarben

Grundsätzlich ist das farbige AMS-Logo immer auf weißem Hintergrund anzuwenden.

Ausnahmen – z.B. bei der Verwendung des Logos in Fremdmedien – sind möglich, müssen aber in Absprache mit dem AMS Kärnten genehmigt werden.

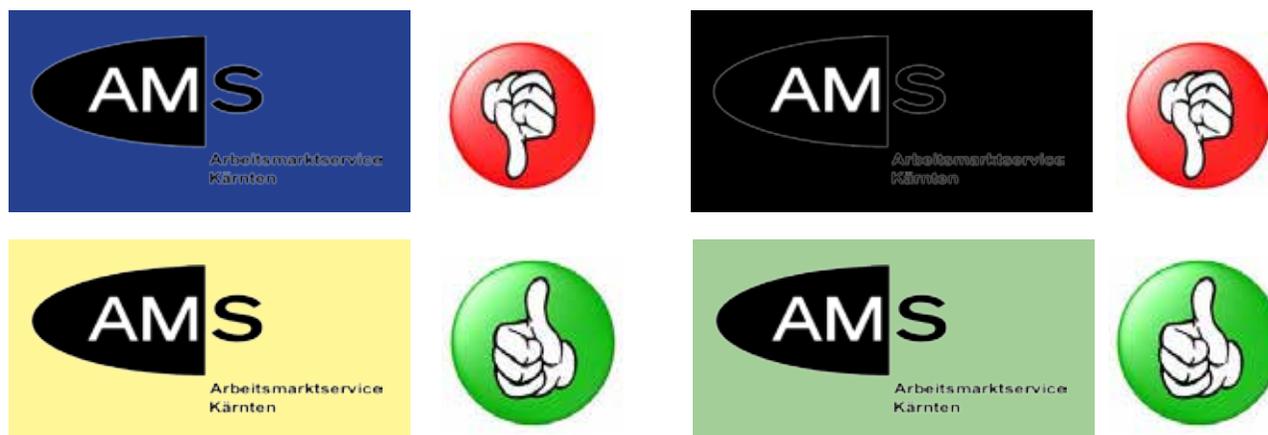
Keinesfalls darf das farbige Logo aber auf Schwarz und kräftigen Blau- und Rottönen als Hintergrundfarben angewendet werden.



**ACHTUNG: Die Verwendung des farbigen AMS-Logos auf farbigem Hintergrund stellt eine Ausnahme dar und ist in jedem Fall mit dem AMS Kärnten abzustimmen!!!**

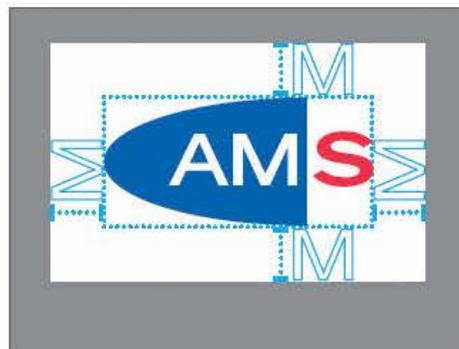
## Hintergrundfarben beim schwarz-weißen (s/w) AMS-Logo

Die Anwendung des schwarz-weiß-Logos ist auf farbigem Hintergrund möglich. Allerdings auch hier mit Maßgabe auf die Hintergrundfarbe, so muss z.B. ein deutlicher Kontrast zwischen s/w-Logo und Hintergrundfarbe gegeben sein.



# Die Schutzzone rund um das AMS-Logo

Rund um das Logo ist eine **Schutzzone** einzuhalten. Dieser Freiraum darf niemals Text oder illustrative Elemente enthalten. Er darf über-, aber niemals unterschritten werden!



\*  Weißraum = Höhe des „M“ von AMS

\*  Weißraum = Höhe des „M“ von AMS

# Leitfaden zur Medienarbeit durch Förderungs- bzw. AuftragnehmerInnen

## a) Redaktionelle Berichterstattung als Ergebnis von aktiver Medienarbeit

Bei der aktiven Medienarbeit geht die Initiative vom Ausbildungsträger aus. Ziel ist es, ein Thema redaktionell in Medien zu platzieren (im Gegensatz zu bezahlten Medienkooperationen oder Inseraten – siehe unten Punkt c)).

Beispiele:

- Medienarbeit rund um Veranstaltungen (z.B. Jubiläumsfeier eines Projektes, Tag der offenen Tür, ...)
- Erstellen einer Medieninformation zu einem bestimmten Anlass/Thema (z.B. neues vom AMS beauftragtes Kursangebot, Veränderungen in der Projektstruktur, ...)
- Pressekonferenz zu einem bestimmten Anlass/Thema (z.B. Präsentation einer Studie)

Steht der Anlass für die Medienarbeit mit dem AMS als Auftrag- oder Fördergeber in einem Zusammenhang, so sind alle daraus resultierenden Aktivitäten mit dem AMS Kärnten (Förderabteilung bzw. Büro der Landesgeschäftsführung/Öffentlichkeitsarbeit) abzustimmen. Dazu gehört u.a. die Abstimmung der Vertretung durch das AMS Kärnten bei persönlichen Medienterminen oder von schriftlichen Presseunterlagen. So müssen diese Unterlagen jedenfalls einen Hinweis auf den Förder- bzw. Auftraggeber AMS enthalten.

## b) Redaktionelle Berichterstattung als Ergebnis von passiver Medienarbeit

Bei der passiven Medienarbeit geht die Initiative von einem oder mehreren Medien aus, die beim Träger aus einem bestimmten Anlass oder zu einem bestimmten Thema recherchieren.

Beispiel:

- Ein/e JournalistIn recherchiert und kontaktiert den Ausbildungsträger, um Informationen zu einem bestimmten Thema zu bekommen (Telefoninterview, Besuch vor Ort, ...)

In der Regel entsteht aus den Recherchen des/der Journalisten/in ein sogenannter redaktionell erstellter Beitrag (z.B. in der Kärntner Woche, ORF Kärnten).

Textfreigaben sind in solchen Fällen unüblich, die wenigsten Journalisten würden sich darauf einlassen.

Ebensowenig kann der Ausbildungsträger hier die Nennung des AMS als Förder- bzw. Auftraggeber erzwingen, es sollte aber dennoch zumindest versucht werden, auf die Rolle des AMS als Förder- bzw. Auftraggeber hinzuweisen.

In solchen Fällen ist auf jeden Fall das AMS (regionale AMS-Geschäftsstelle bzw. Förderabteilung der Landesgeschäftsstelle) zu informieren und wenn möglich in das Interview oder die Recherchen einzubinden.

**ACHTUNG:** Werden Kurs- oder ProjektteilnehmerInnen im Rahmen eines Besuches vor Ort interviewt, fotografiert oder gefilmt, bzw. werden deren Daten weitergegeben (wie Telefonnummer für ein Interview), so ist vom Träger vorab von diesen Personen dafür die Zustimmung dafür einzuholen. Wir empfehlen, diese Zustimmung schriftlich zu dokumentieren.

# Leitfaden zur Medienarbeit durch Förderungs- bzw. AuftragnehmerInnen

## c) Bezahlte Einschaltungen und Medienkooperationen

Eine bezahlte Einschaltung wird vom Ausbildungsträger in Auftrag gegeben und bezahlt. Bezahlte Einschaltungen (egal, ob es sich um Inserate oder Advertorials handelt) müssen immer als solche gekennzeichnet sein.

Steht das Thema der bezahlten Einschaltungen in Zusammenhang mit dem AMS als Förder- oder Auftraggeber, muss das AMS als solches erwähnt oder (mit Logo) dargestellt werden.

Beispiele:

- Der Träger schaltet ein Inserat zur Bewerbung eines bestimmten Service (z.B. Erledigung von Gartenarbeiten durch Transitarbeitskräfte eines Projekts).
- Der Träger bezahlt ein Advertorial, um Infos zu einem bestimmten Thema gezielt in den Medien zu platzieren (z. B. der Verein Jugend und Arbeit schaltet einen PR-Beitrag zum Thema Arbeitskräfte im Rahmen der Hochwasserhilfe; die Lohnkosten werden von Land und AMS getragen).
- **Keine** Darstellung des AMS ist notwendig, wenn beispielsweise ein Ausbildungsträger sein neues (nicht vom AMS in Auftrag gegebenes) Kursprogramm präsentiert.

Da das Arbeitsmarktservice dem Medientransparenzgesetz unterliegt, gelten für das Arbeitsmarktservice sowohl die Pflicht zur Meldung von bezahlten Schaltungen in periodischen Medien als auch das sogenannte Kopfverbot (auf „oberste Organe der Verwaltung darf nicht (bildlich) hingewiesen werden“).

**Um den gesetzlichen und AMS-internen Erfordernissen (Ermittlung des „gemeinen Wertes“, Gestaltungs- und Kennzeichnungsnormen der Einschaltung) Genüge zu tun, ist in jedem Fall vor einer geplanten Schaltung durch den Träger mit der Öffentlichkeitsarbeit (Büro der Landesgeschäftsführung) Kontakt aufzunehmen!**

# Ansprechpersonen und Kontaktdaten

## **AMS Kärnten Landesgeschäftsstelle**

Rudolfsbahngürtel 42  
9021 Klagenfurt

## **Büro der Landesgeschäftsleitung – Öffentlichkeitsarbeit**

### **Mag.<sup>a</sup> Pierina Pizzato**

Tel.: +43 463 3831-9105  
E-Mail: [pierina.pizzato@ams.at](mailto:pierina.pizzato@ams.at)

### **Mag.<sup>a</sup> Birgit Kronig**

Tel.: +43 463 3831-9107  
E-Mail: [birgit.kronig@ams.at](mailto:birgit.kronig@ams.at)