

AMS-Corporate Design (CD)

für Förderungs- und Auftragnehmer_innen
sowie Kooperationspartner_innen

Inhaltverzeichnis

Darum ist Corporate Design wichtig	3
Grundsätzliches	4
Anwendung im Printbereich	5 - 6
Anwendung im Online-Bereich: Webseite	7 - 8
Anwendung im Online-Bereich: Social Media	9 - 10
Logoanwendung im Print- & Online-Bereich	11 - 13
Zulässige Versionen des AMS-Logos	14
Elemente & Aufbau des AMS-Logos	15
Zulässige Hintergrundfarben	16
Schutzzone rund um das AMS-Logo	17
Leitfaden zur Medienarbeit (Förderungs- / Auftragnehmer_innen)	18 - 20
Kontakt	21

Darum ist Corporate Design wichtig

- ▶ AMS steht für Service, Qualität und Vernetzung. Für das gemeinsame Finden von Lösungen im Sinne unserer Kundinnen und Kunden – Arbeitsuchende wie Unternehmen.
- ▶ Um diese Wahrnehmung zu unterstützen, gibt es klare Corporate Design-Vorgaben, welche – bewusst gesteuert und konsequent umgesetzt – zu einem prägnanten, konsistenten Erscheinungsbild beitragen. Ganz nach dem Motto: **Wo AMS draufsteht, ist AMS drin.**
- ▶ In diesem Sinne sollen die in diesem CD-Manual vorgegebenen Designrichtlinien für Förderungs- und Auftragnehmer_innen sowie für Kooperationspartner_innen konsequent eingehalten werden.

Das Corporate Design (Erscheinungsbild) bildet gemeinsam mit dem Corporate Behaviour (Verhalten) und den Corporate Communications (Kommunikation) die Corporate Identity (Unternehmenspersönlichkeit).

Grundsätzliches

Seit März 2023 hat das AMS eine neue „Hausschrift“ (AMS Laborat), was u. a. **Änderungen beim AMS-Logo** mit sich gebracht hat und Anlass zur Aktualisierung dieses AMS-Corporate Design-Manuals gab.

Grundsätzlich gilt: Wenn zwischen AMS und Förderungs- bzw. Auftragnehmer_innen eine **Fördervereinbarung** bzw. ein **Werkvertrag** geschlossen wird, sind diese verpflichtet, **alle Aktivitäten in den Bereichen Marketing und Öffentlichkeitsarbeit**, die mit der gegenständlichen Vereinbarung im Zusammenhang stehen, **zeitgerecht mit dem AMS Kärnten abzustimmen**.

Des Weiteren haben alle Aktivitäten im Bereich Marketing und Öffentlichkeitsarbeit 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
- Einhaltung der Bestimmungen des Mediengesetzes, insbesondere in Bezug auf Impressum (§ 24) und Offenlegung (§ 25)

Anwendung im Printbereich

Förderungs- bzw. Auftragnehmer_innen haben bei der grafischen Konzeption ihrer Druckwerke die Implementierung der grafischen AMS-Mindeststandards zu gewährleisten (AMS CD-Richtlinie in der jeweils gültigen Fassung). **Die Erwähnung des AMS als Fördergeber wird als Mindeststandard 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_innen-internen Gebrauch gedacht sind, müssen die Erwähnung des AMS als Förder- bzw. Auftraggeber aufweisen.**

Beispiele:

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

Anwendung im Printbereich

Ausnahmen

- **Visitenkarten:** Auf Visitenkarten sind AMS-Logo und Förderhinweis nicht anzubringen. Träger_innen- 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:** Wie bei der Visitenkarte kann auch in der E-Mail-Signatur das AMS-Logo weggelassen werden. Nachdem es in E-Mails keine Platzprobleme gibt, kann – muss aber nicht – der Finanzierungshinweis (als Text) am Ende der Signatur angeführt werden.

Anwendung im Online-Bereich: Webseite

Auch im Online-Bereich (Web- und Social Media-Seiten von Förderungs- bzw. Auftragnehmer_innen) ist das AMS Kärnten als Förder- bzw. Auftraggeber zu nennen (siehe zur konkreten Logoanwendung S. 11 - 13).

1. Umsetzungsvarianten für Webseiten von **Förderungsnehmer_innen**

- **Startseite:** Viele Webseiten haben im seitlichen oder unteren Bereich Platz für das AMS-Logo und den Finanzierungshinweis „Mit finanzieller Unterstützung des/von“ – siehe als Beispiel Abbildung 1.
- **Menüpunkte „Über uns“, „Über Projekt XY“ etc.:** Die meisten Webseiten haben einen Menüpunkt, der Infos über die jeweilige Institution enthält. Auch hier ist die Platzierung von Logo und Finanzierungshinweis passend.
- **Menüpunkt „Fördergeber_innen“:** Gibt es solch einen eigenen Menüpunkt, sind Logo und Finanzierungshinweis jedenfalls (auch) hier zu platzieren.

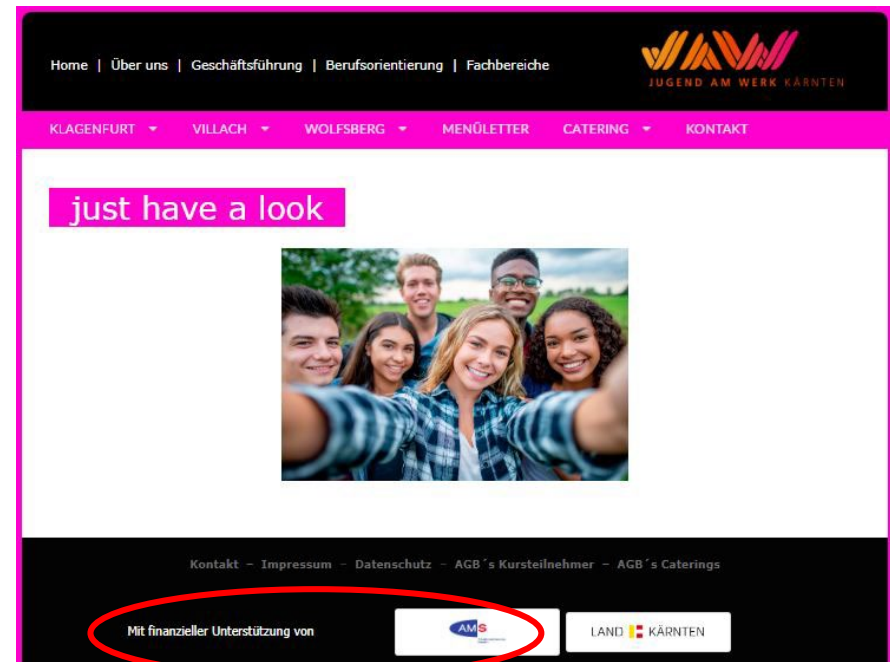


Abbildung1: www.jaw-kaernten.at

Mindestens eine dieser Varianten muss umgesetzt werden. Andere Platzierungen sind mit dem AMS abzustimmen.

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

Anwendung im Online-Bereich: Webseite

2. Umsetzung für Webseiten von **Auftragnehmer_innen**

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

Beispiel: Auftragnehmer_in XY bildet im Auftrag des AMS Kärnten arbeitslose Personen zu Landschaftsgärtner_innen aus. Wird diese konkrete Ausbildung auf der Webseite genannt oder beworben, dann ist der Eintrag entsprechend mit dem AMS-Logo und dem Hinweis „Im Auftrag des“ zu kennzeichnen.

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

Anwendung im Online-Bereich: Social Media

Das AMS Kärnten ist aktuell nicht auf Social Media Kanälen vertreten, gestattet aber grundsätzlich Förderungsnehmer_innen das Betreiben eigener Seiten in sozialen Netzwerken (Facebook, Instagram, LinkedIn etc.). Folgendes ist dabei zu berücksichtigen:

1. Nennung des AMS als Fördergeber

- Betreibt ein vom AMS gefördertes Projekt eine eigene Social Media-Seite, so ist auch diese zumindest mit einem textlichen Förderhinweis zu kennzeichnen. Das AMS-Logo kann – muss aber nicht – an passender Stelle platziert werden (siehe zur konkreten Logoanwendung S. 11 - 13).
- Facebook ist nach wie vor ein häufig genutztes soziales Netzwerk, daher bezieht sich das Platzierungsbeispiel rechts konkret darauf: Der Finanzierungshinweis ist auf Facebook im „Info“-Menü zu platzieren.
- In anderen Netzwerken ist der Finanzierungshinweis (und eventuell das Logo) entsprechend gleichwertig zu platzieren.

Kommt das AMS-Logo zum Einsatz, ist es immer mit dem Link <http://ams.at/ktn> zu hinterlegen.

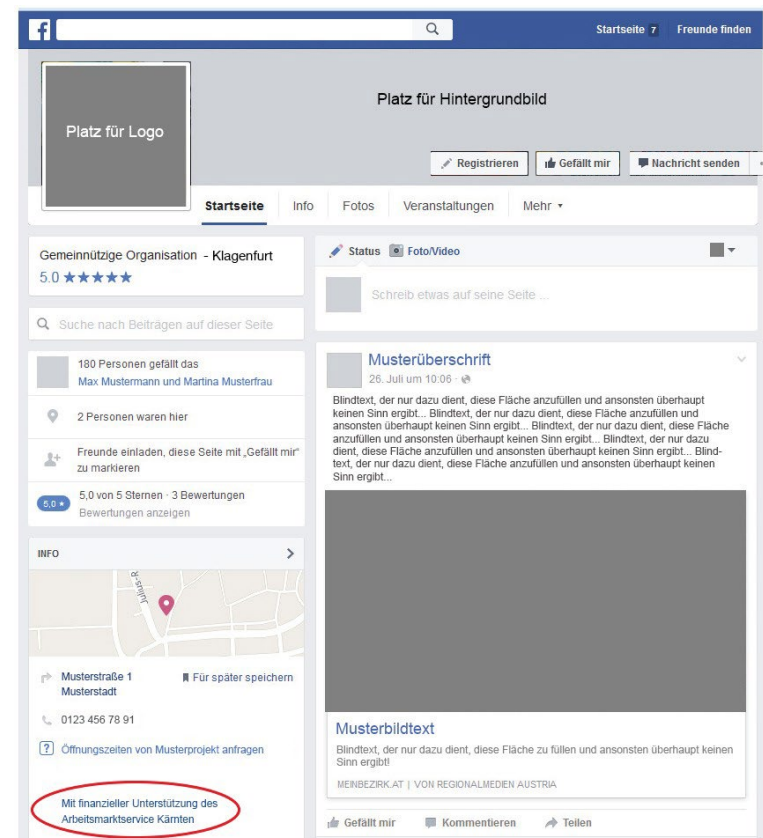


Abbildung 2: Platzierungsbeispiel Finanzierungshinweis.

Anwendung im Online-Bereich: Social Media

2. Netiquette

... bezeichnet empfohlene Verhaltensweisen in der digitalen Kommunikation: User_innen sollen sich in der virtuellen Welt so respektvoll und höflich verhalten, wie sie es im realen Leben tun.

3. Verantwortlichkeit

Das Internet ist kein rechtsfreier Raum. Gesetzliche Vorgaben wie Datenschutz, Urheber- oder Markenrecht sind uneingeschränkt gültig. Beim Posten auf Social Media-Plattformen besteht eine persönliche rechtliche Verantwortlichkeit für gepostete Inhalte. Das betrifft zum Beispiel:

- **den Datenschutz:** Keine Preisgabe personenbezogener Daten von Kund_innen oder Geschäftspartner_innen, 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, feindselige Äußerungen (z.B. Story-Postings) zivilrechtliche wie strafrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen. Das bezieht sich etwa auf:

- geschäfts- oder rufschädigende Anmerkungen; Drohungen, Beleidigungen, Verleumdungen oder falsche Tatsachenbehauptungen,
- diskreditierende Aussagen über das Unternehmen, Kolleg_innen, Vorgesetzte oder Kund_innen oder
- Kommentare, die eine Gesinnung an den Tag legen, die für das AMS nicht tragbar sind: Das AMS hat im Leitbild Chancengleichheit, vorurteilsfreie Behandlung, Fairness und Achtung der Würde Einzelner verankert!

Logoanwendung im Print- & Online-Bereich

Variante a) AMS als **einzig** Fördergeber, Auftraggeber bzw. Kooperationspartner

- **AMS-Logo mit entsprechendem Hinweis:** Verpflichtend lt. AMS-CD-Richtlinie von März 2023 ist die Verwendung des AMS Logos mit dem entsprechenden Hinweis über die Art der Zusammenarbeit zwischen Träger_in und AMS Kärnten. Dieses gibt es in vier Varianten, die von der Öffentlichkeitsarbeit des AMS Kärnten bzw. online ([zum Download auf der AMS Kärnten Webseite](#)) zur Verfügung gestellt werden.
- **Der Text** des Hinweises ist **abhängig von der Art der Zusammenarbeit** zwischen Träger_in und AMS:

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

Mit finanzieller Unterstützung des



Werkvertrag (z.B. Kurse):

Im Auftrag des



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

In Kooperation mit dem



Mit Unterstützung des



- **Alternativ:** Sollte die Verwendung der Sujets aus praktischen Gründen nicht möglich sein, kann der Hinweis an anderer Stelle platziert werden (siehe folgendes Beispiel). Die Platzierung ist mit dem AMS abzustimmen.

Mit finanzieller Unterstützung des



- **Platzierung:** Logo und entsprechender Hinweis sind **immer gemeinsam** anzuführen.
- **Mehrseitige Publikationen mit Umschlag:** Platzierung auf der Titelseite bzw. Titel-Innenseite (U2) oder Rückseite (U4). Ist das aus Platzgründen nicht möglich, sind Logo und Hinweis in Abstimmung mit dem AMS an anderer Stelle zu platzieren

Logoanwendung im Print- & Online-Bereich

Variante b) Es gibt neben dem AMS noch **weitere** Förder- bzw. Auftraggeber_innen bzw. Kooperationspartner_innen

In diesem Fall **ändert sich der Text** des entsprechenden Hinweises:

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

Mit finanzieller Unterstützung von



Werkvertrag (z.B. Kurse):

Im Auftrag von



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

In Kooperation mit



Mit Unterstützung von



Logoanwendung im Print- & Online-Bereich

Einsatz mehrere Logos

Kommen in einer Publikation mehrere Logos zum Einsatz, ist grundsätzlich **auf Gleichwertigkeit bei Farbe und Größe** zu achten (d.h. nicht ein Logo in s/w und die übrigen in Farbe; Logos möglichst gleich groß platzieren). Die Reihenfolge kann – bei gleichwertigen Fördergeber_innen – alphabetisch erfolgen oder nach der Wichtigkeit der Fördergeber_innen.



Grundsätzlich ist die Platzierung mehrerer Logos eine heikle Sache, denn natürlich ist (theoretisch) auf das CD aller Fördergeber_innen zu achten. Das wird in der Praxis meistens unmöglich sein.

Daher sollen die obenstehenden Illustrationen als Hilfestellung dienen; tatsächlich ist der Einsatz mehrerer Logos meist von Einzelfall zu Einzelfall abzustimmen.

Zulässige Versionen des AMS-Logos

Folgende Versionen des AMS-Logos sind zulässig. Wobei grundsätzlich das Logo mit dem zweizeiligen Textzusatz „Arbeitsmarktservice Kärnten“ einzusetzen ist. Sollte bei Platzmangel das Logo so klein abgebildet sein, dass der Textzusatz nicht mehr lesbar ist, kann das AMS-Logo ohne Textzusatz verwendet werden.



Logo färbig mit zweizeiliger Zusatzzeile



Logo schwarz-weiß mit zweizeiliger Zusatzzeile



Logo färbig mit einzeiliger Zusatzzeile



Logo schwarz-weiß mit einzeiliger Zusatzzeile



Logo färbig ohne Zusatzzeile



Logo schwarz-weiß ohne Zusatzzeile

Elemente & Aufbau des AMS-Logos

Die Zusatzzeilen (ein- bzw. 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 bzw. vergrößert werden. Richtwert ist 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 färbige AMS-Logo auf weißem Hintergrund anzuwenden. **Ausnahmen** (z.B. bei Verwendung des Logos in Fremdmedien) sind **in Absprache mit dem AMS** möglich. In solchen Fällen kann das Logo auf sehr hellem farbigem Hintergrund stehen. Keinesfalls darf es aber auf Schwarz, kräftigen Blau- oder Rottönen oder Foto-Hintergründen angewendet werden.

Die Verwendung des schwarz-weißen Logos auf hellem färbigen Hintergrund ist möglich. Ein deutlicher Kontrast muss dabei gegeben sein.

Unzulässig sind Farbveränderungen am AMS-Logo.



!!! Die Verwendung des färbigen AMS-Logos auf färbigem Hintergrund stellt eine Ausnahme dar und ist in jedem Fall mit dem AMS Kärnten abzustimmen.

Schutzzone rund um das AMS-Logo

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



Beispiel Verletzung der Schutzzone durch Text-, Grafik-, Bildelemente:



M Die weiße Schutzzone um das Logo wird durch die Höhe des Buchstabens "M" aus dem Logo definiert

Leitfaden zur Medienarbeit (Förderungs- / Auftragnehmer_innen)

a) Redaktionelle Berichterstattung als Ergebnis **aktiver Medienarbeit**

Bei der aktiven Medienarbeit geht die Initiative z.B. von dem/der Ausbildungsträger_in aus. Ziel ist es, ein Thema redaktionell in den Medien zu platzieren (im Gegensatz zu bezahlten Medienkooperationen oder Inseraten – siehe Punkt c).

Beispiele:

- Medienarbeit rund um Veranstaltungen (z.B. Jubiläum 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 oder -gespräch zu einem bestimmten Anlass/Thema (z.B. Präsentation einer Studie)

Steht der Anlass für die Medienarbeit im Zusammenhang mit dem AMS Kärnten als Auftrag- oder Fördergeber, sind alle daraus resultierenden Aktivitäten mit dem AMS Kärnten abzustimmen (Förderabteilung, Öffentlichkeitsarbeit).

Dazu gehört u.a. die Terminfindung und Abstimmung der Vertretung durch das AMS Kärnten bei persönlichen Medienterminen oder die Abstimmung von schriftlichen Presseunterlagen (Statement seitens des AMS, Logo-Platzierung). Diese Unterlagen müssen jedenfalls einen Hinweis auf den Förder- bzw. Auftraggeber AMS Kärnten enthalten.

Leitfaden zur Medienarbeit (Förderungs- / Auftragnehmer_innen)

b) Redaktionelle Berichterstattung als Ergebnis passiver Medienarbeit

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

Beispiel:

- Ein_e Journalist_in recherchiert und kontaktiert die Trägerorganisation, um Informationen zu einem bestimmten Thema zu bekommen (Telefoninterview, Besuch vor Ort, ...)

In der Regel entsteht aus solchen Recherchen ein sog. redaktioneller Beitrag (z.B. in der Kärntner Woche, ORF Kärnten). (Text-)Freigaben sind in solchen Fällen eher unüblich und kommen selten vor; nur wenige Journalist_innen lassen sich darauf ein.

Ebenso wenig kann die Trägerorganisation 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 das AMS (Öffentlichkeitsarbeit) zu informieren und wenn möglich in das Interview oder die Recherchen einzubinden.

!!! Werden Kurs- oder Projektteilnehmer_innen im Rahmen eines Besuches vor Ort interviewt, fotografiert oder gefilmt, bzw. werden deren Daten weitergegeben (wie Telefonnummer für ein Interview), so ist dafür von der Trägerorganisation vorab die Zustimmung der betroffenen Personen einzuholen. Wir empfehlen, diese Zustimmung schriftlich zu dokumentieren.

Leitfaden zur Medienarbeit (Förderungs- / Auftragnehmer_innen)

c) Bezahlte Einschaltungen und Medienkooperationen

Eine bezahlte Einschaltung wird z.B. von einem /einer Ausbildungsträger_in 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 Kärnten als Förder- oder Auftraggeber, muss das AMS Kärnten als solches erwähnt oder (mit Logo) dargestellt werden.

Beispiele:

- Die Trägerorganisation schaltet ein Inserat zur Bewerbung eines bestimmten Services (z.B. Erledigung von Gartenarbeiten durch Transitarbeitskräfte eines Projekts).
- ▶ Die Trägerorganisation bezahlt ein Advertorial („PR-Bericht“), um Infos zu einem bestimmten Thema gezielt in den Medien zu platzieren (Bezug zum Fördergeber AMS z.B. aufgrund der Übernahme von Lohnkosten).

Keine Darstellung des AMS ist notwendig, wenn beispielsweise ein_e Ausbildungsträger_in ein neues (nicht vom AMS in Auftrag gegebenes) Kursprogramm präsentiert.

Da das AMS dem Medientransparenzgesetz unterliegt, gelten für das AMS 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 die Trägerorganisation mit der AMS-Öffentlichkeitsarbeit Kontakt aufzunehmen.

Kontakt

AMS Kärnten – Landesgeschäftsstelle

Rudolfsbahngürtel 42

9020 Klagenfurt a. W.

Tel.: 050 904 240

Mail: ams.kaernten@ams.at

Öffentlichkeitsarbeit:

Pierina Pizzato

Tel.: 050 904 200 104

Mail: pierina.pizzato@ams.at

Angela Malle

Tel.: 050 904 200 102

Mail: angela.malle@ams.at

Förderabteilung AMS Kärnten:

Der/Die jeweilige Projekt- oder Kursbetreuer_in