



Klima- und Energie-
Modellregionen
Wir gestalten die Energiewende



Klima- und Energie- Modellregionen

Design-Manual

Stand: Februar 2024



Inhaltsverzeichnis

EINSATZ DES KEM-LOGOS	3
EINSATZ DES KLIMASCHULEN-LOGOS	4
ÖFFENTLICHKEITSARBEIT DER KEM	5
VERTRAGSART	6
Neuantrag, Weiterführung oder Leitprojekt Investitionsförderung	
DAS LOGO	8
Basislogo Falsche Anwendungen Varianten Größe	
MODELLREGIONEN-NAME	12
DIE PLATZIERUNG	13
Im Verbund mit Partner- oder Sponsorenlogos Im Verbund mit einem Regionenlogo	
UNTERSTÜTZUNGSHINWEIS	15
ONLINE-AUFTRITT	16
DIE FARBWELT	17
Basisfarben	
VISITENKARTE	18
TÜRSCHILD	19
WORDING	20
KONTAKT	21

Einsatz des KEM-Logos

Das Logo ist unabhängig von der Vertragsart mit dem Klima- und Energiefonds immer zu verwenden, wenn die Region als Klima- und Energie-Modellregion (KEM) auftritt.

Sowohl Online (Social Media, Website, Presseaussendungen etc.) sowie im Print (Plakate, Folder, Briefe, Einladungen, etc.) oder auf sonstigen Werbemitteln (Roll Up, Beach Flag, etc.) ist das Logo sichtbar anzuführen.

Im Folgenden sollen Anwendungsrichtlinien sowie -beispiele, insbesondere auch in Kombination mit anderen Logos, den Gebrauch erleichtern.

Das Logo wird in diesem Manual abgekürzt als „KEM-Logo“ bezeichnet.

Das Logo zum Download ist hier zu finden:
<https://www.klimafonds.gv.at/mediathek/ci>



Klima- und Energie-Modellregionen
Wir gestalten die Energiewende



Öffentlichkeitsarbeit der KEM

Je nach Vertragsvereinbarung mit dem Klima- und Energiefonds sind unterschiedliche Verpflichtungen bezüglich der Öffentlichkeitsarbeit und der Verwendung des Klima- und Energie-Modellregionen - Logos festgelegt.

- Klima- und Energie-Modellregion Neuantrag oder Weiterführung (siehe Seite 5)
- Leitprojekt (siehe Seite 5)
- Investitionsförderung (siehe Seite 6)



Vertragsart

Neuantrag, Weiterführung oder Leitprojekt

Die KEM verpflichtet sich

- zur Erstellung einer Beschreibung der Klima- und Energie-Modellregion für die Programmwebsite (www.klimaundenergiemodellregionen.at)
- zur Erstellung eines Online-Auftrittes wie zum Beispiel einer eigenen Website oder eines Social Media Kanals (z.B. Facebook, Instagram).
Die Website kann auch in bereits bestehende Strukturen integriert werden (z.B. Gemeindeforum), muss in diesem Fall jedoch auf der ersten Hierarchieebene sichtbar sein.
- zur Anbringung des einmalig vom Klima- und Energiefonds zur Verfügung gestellten Türschilds (siehe Seite 18).

Jeglicher Online-Auftritt muss aktuell gehalten und regelmäßig gepflegt werden.

Die eigene Website beziehungsweise die Social Media Kanäle und Roll Ups (bzw. vergleichbare Werbemittel) sind neben dem KEM-Logo außerdem mit dem Logo des Klima- und Energiefonds unter Wahrung der Designvorgaben beider zu kennzeichnen.

Die Kombination des KEM- und des Klimafonds Logos ist vorgefertigt hier zum Download zu finden:

<https://www.klimafonds.gv.at/mediathek/ci/>

Vertragsart

Investitionsförderung

Die KEM verpflichtet sich zur entsprechenden Kennzeichnung der Investition:

Bei Bauprojekten ist eine von Ihnen nach Vorlage zu erstellende Bautafel dauerhaft anzubringen. Die Vorlage ist hier zu finden:

<https://www.klimafonds.gv.at/ausschreibungen/richtlinien-service-fuer-foerdernehmer/>

Ausgenommen sind KEM Ladestellen. An diesen sind die vom Klima- und Energiefonds zur Verfügung gestellten Sticker anzubringen.



Projektname des Musterprojekts max. 66 Anschläge inkl. Leerzeichen Musterort

Hier kann in kurzen Worten eine kleine Projektbeschreibung, die nicht länger als 155 Anschläge sein sollte, stehen. Hier steht eine kurze Projektbeschreibung.

Projektträger: Firmenname GmbH, Firma GmbH, Name der Firma, Firmenname GmbH insg. max. 2 Zeilen

Fördersumme: xx Mio. Euro
gefördert aus den Mitteln des Klima- und Energiefonds

Fertigstellung: Oktober 2024

Der Klima- und Energiefonds der Bundesregierung

Bundesministerium
Klimaschutz, Umwelt,
Energie, Mobilität,
Innovation und Technologie



Das Logo

Basislogo

Das KEM-Logo besteht aus der Schleife, dem Logo-Namen und dem Slogan.

Die Form und die Farben sind definiert und dürfen nicht verändert werden.

Das Logo ist immer auf weißen Hintergrund zu setzen. Um das Logo muss der rechts angegebene Bereich als Weißraum gewahrt werden.

Bei abfallenden Layouts, wenn also kein Seitenrand gegeben ist und das Layout bis zur Schnittkante geht, verdoppelt sich der Mindestabstand links oder rechts.

Ist ausreichend Platz vorhanden, sollte dieser Weißraum, vor allem bei der Platzierung weiterer Logos, unbedingt größer sein.



x = (halbe Schleifenhöhe) Maßeinheit für den Mindestabstand zum Logo



Das Logo

Falsche Anwendungen

Die Proportionen der einzelnen Elemente zueinander dürfen nicht geändert oder verzerrt werden.

Die Schriftart und die Farben sind vorgegeben und dürfen nicht verändert werden.

Der Modellregions-Name darf ergänzend zum Logo stehen, aber nicht ersetzend. Vorgaben dazu sind auf Seite 11.

Das Logo steht alleine und kann nicht mit anderen Logos fusioniert werden.



Das Logo

Varianten

Je nach Einsatz und vorhandenem Platz steht das Logo in drei Varianten (Logoposition zu Schriftzug und Slogan) zur Verfügung.

Der Weißraum ist bei allen Varianten analog zum Beispiel auf Seite 7, mindestens die halbe Schleifenhöhe an allen Seiten, anzuwenden.

Klima- und Energie-
Modellregionen
Wir gestalten die Energiewende



Klima- und Energie-
Modellregionen
Wir gestalten die Energiewende



Klima- und Energie-Modellregionen
Wir gestalten die Energiewende



Das Logo

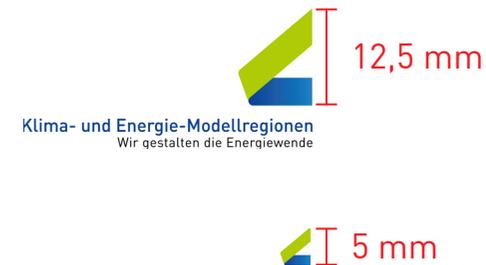
Größe

Die Vektor-Datei (zum Beispiel .eps) des Logos darf proportional vergrößert werden. .pdf, .png oder .jpg-Dateien können auch verkleinert werden.

Die Mindestgröße beträgt 12,5 mm.

Unter Umständen darf die Schleife alleine stehen. Gründe sind, wenn das Logo so klein eingesetzt wird, dass die Schrift nicht mehr lesbar ist oder wenn die Schrift aus Platzgründen nicht passt.

Steht die Schleife alleine, kann diese bis auf 5 mm verkleinert werden.



Modellregionen-Name

Die KEM kann bei Bedarf und Interesse den Modellregionen-Namen in das KEM-Logo integrieren. Diese Anleitung soll als Hilfestellung dienen.

Der Modellregionen-Name wird ohne den Zusatz „KEM“ eingefügt: Zum Beispiel „Hinteres Oberland“ anstatt „KEM Hinteres Oberland“. Begriffe wie „Energie“ oder „Region“ sollen vermieden werden, um Redundanzen zu vermeiden.

Der Modellregionen-Name ist rechtsbündig mit dem Modellregionen-Schriftzug, sowie unten bündig mit der Schleife. Format: **Schrift DIN Light, C: 100, M: 80, Y: 0, K: 0**
Die Schriftgröße ist um 2 pt kleiner als „Klima- und Energie-Modellregionen“. Sollte der Modellregionen-Name zu lang für eine Zeile sein, wird er auf zwei Zeilen aufgeteilt. Die untere Zeile ist mit der Schleife unten bündig.

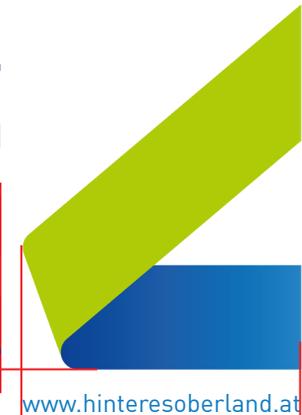
Bei Bedarf: Der Link zur Website ist so breit wie die Schleife, die Schriftgröße ist dementsprechend anzupassen.

Schrift DIN Light, C: 85, M: 45, Y: 0, K: 0

**Klima- und Energie-
Modellregionen**

Wir gestalten die Energiewende

Hinteres Oberland
Beispiel zweite Zeile



Die Platzierung

Im Verbund mit Partner- oder Sponsorenlogos

Bei Publikationen, bei denen die Klima- und Energie-Modellregion Hauptabsender ist, steht das Logo rechts oben.

Partnerlogos werden wenn möglich gleich groß links oben aneinander gereiht. Es soll ein harmonisches Gesamtbild ergeben.

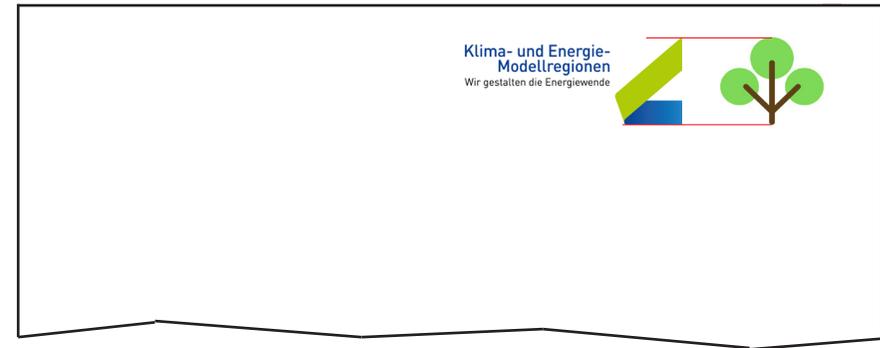
Die Maßangaben beziehen sich auf Platzierung der Logos auf A4.



Die Platzierung

Im Verbund mit einem Regionenlogo

Das Logo der Region steht, in gleicher Größe wie die Schleife, rechts neben dem KEM-Logo.



Unterstützungshinweis

Das Klimafonds-Logo ist in Kombination mit dem KEM-Logo unter Wahrung der Designvorgaben auf Ihrer Website, auf Social Media Kanälen bzw. auf Roll Ups oder vergleichbaren Werbemitteln anzuführen.

Das Klimafonds-Logo steht rechts vom KEM-Logo.

Die Designvorgaben des Logos des Klima- und Energiefonds finden Sie hier:

<https://www.klimafonds.gv.at/mediathek/ci/>

Der Abstand zum Rand beziehungsweise zum anderen Logo muss mindestens der Größe des „+“-Symbols des Klimafonds-Logos entsprechen.

Wenn möglich, ist der Abstand zum Rand oder zu anderen Objekten bis zu drei Mal „+“ zu erweitern.



Online-Auftritt

Auf die Unterstützung durch den Klima- und Energiefonds ist durch folgenden Satz hinzuweisen:

„Dieses Projekt wird aus Mitteln des Klima- und Energiefonds gefördert und im Rahmen des Programms „[Programmname]“ durchgeführt.“

Entscheidet sich die KEM für eine eigene Website, sind Klimafonds-Logo und KEM-Logo sowie der Satz prominent auf der Startseite zu platzieren.

Hat die Modellregion eine Social Media Seite, so ist bei Plattformen mit Titelbild (z.B. Facebook, Twitter) die Logokombination von Klimafonds-Logo und KEM-Logo in das Titelbild unter Wahrung der Designvorgaben (siehe rechts) einzubauen sowie der Unterstützungssatz in der Beschreibung anzugeben.

Bei Kanälen ohne Titelbild (z.B. Instagram) ist der Unterstützungssatz in die Beschreibung einzufügen. Ist aus technischen Gründen die Länge nicht möglich, ist gekürzt „powered by @klimafonds“ (mit Markierung) hinzuschreiben.

Klima- und Energie-
Modellregionen
Wir gestalten die Energiewende



Die Farbwelt

Basisfarben

Ein Grünton sowie drei Blautöne gehören zu den Leitfarben des KEM-Logos.

	CMYK	40 / 0 / 100 / 0
	Pantone	376
	RGB	182 / 201 / 48
	Web	#b6c930

	CMYK	100 / 80 / 0 / 0
	Pantone	2738
	RGB	27 / 62 / 132
	Web	#1b3e84

	CMYK	100 / 40 / 0 / 0
	Pantone	285
	RGB	78 / 128 / 193
	Web	#4e80c1

	CMYK	95 / 70 / 0 / 0
	Pantone	2728
	RGB	50 / 81 / 156
	Web	#32519c



Visitenkarte

Diese Vorlage kann bei Bedarf verwendet werden, stellt aber keine Verpflichtung dar. Sie ist als Download im Member-Bereich unter www.klimaundenergiemodellregionen.at zu finden.

Größe der Visitenkarte: b 85 mm x h 55 mm

Name

linksbündig, Schrift DIN Bold, C: 100, M: 80, Y: 0, K: 0, 9 pt

„KEM-Managerin“ oder „KEM-Manager“

linksbündig, Schrift DIN Light,
schwarz, 8 pt, Durchschuss 10 pt

Kontaktdaten

linksbündig, Schrift DIN Light, schwarz,
8 pt, Durchschuss 10 pt

Alternativ kann die Schrift Verdana (Regular und **Bold**) verwendet werden. In diesem Fall wird die Schriftgröße um 1 pt verringert.



Türschild

Als Modellregion erhalten Sie vom Klima- und Energiefonds einmalig ein für Sie angepasstes Türschild zugeschickt. Dies ist verpflichtend anzubringen.



Presseausendung

Als Hilfestellung hat der Klima- und Energiefonds eine Vorlage für eine Presseausendung erstellt. Die Hinweise unterstützen dabei, einen optimalen Text zu verfassen.

Die Vorlage ist [hier downloadbar](#).

HIER BITTE
IHR LOGO
EINFÜGEN

Klima- und Energie-
Modellregionen
Wir gestalten die Energiewende



PRESSEAUSENDUNG, TT. Monat.JJJJ

Titel: informativ, aufschlussreich, verständlich, prägnant, ohne Frage- und Rufzeichen

Untertitel: Kurz genug, um Interesse zu wecken, lang genug, um den Inhalt zu transportieren.

Ort. Hier ist Platz für den Fließtext. Hier werden die sieben „W“ beantwortet: Wer, Was, Wann, Wo, Warum, Wie und Welche Quelle. Das Wichtigste zuerst, der Text muss von unten nach oben hin kürzbar sein, ohne die wichtigsten Inhalte und Aussagen zu verlieren.

„Zitate von involvierten Personen werden gerne gesehen, die Person sollte durch die fette Formatierung hervorgehoben werden,“ erklärt Beispielperson Max **Mustermann**. Stellen Sie im Fließtext einen Bezug zur KEM her, zum Beispiel die Rolle oder Aufgabe. Gliedern Sie die Presseausendung in Absätze für einen leichteren Lesefluss.

Der Satzbau ist simpel: Ein Gedanke entspricht einem Satz. Die Hauptsache wird in den Hauptsatz gepackt, die Nebensache entsprechend in den Nebensatz. Das Subjekt soll nicht alleine stehen gelassen werden. Ein Tipp ist, nicht mehr als sechs Wörter zwischen Subjekt und Prädikat zu verwenden, denn mehr können Durchschnittsleser*innen nicht verarbeiten. Es werden keine Frage- oder Rufzeichen verwendet, das übernimmt der Boulevard.

In Presseausendungen ist das Wording sehr wichtig. Einsilber sind Königswörter, verwenden Sie also wenige Silben, z.B. *Herz, Hand, Fuß* oder *Haus*. Vermieden sollten Sie auch Verben, die unnötige Vorsilben haben (*abklären, anmieten*), imponieren (*thematisieren, priorisieren*), blähen (*verfügen, benötigen, darstellen*) oder strecken (*zur Anwendung gelangen*). Aktive Sätze sind optimaler als passive. Streichen Sie entbehrliche Adjektive (z.B. *Schwere Verwüstungen, neu renoviert, im schulischen Bereich, optimalste Lösung, weibliche Direktorin*) und überflüssige Füllwörter (z.B. *aber, auch, nun, doch, wohl, allerdings, eigentlich, also, irgendwie, einfach*). Stellen Sie sich bei Presseausendungen vor, sie würden es Ihren Liebsten erklären: Wie viele Fremdwörter verwenden Sie, wenn sie es einem 14-jährigen Kind oder den 80-jährigen Großeltern erklären? Verzichten Sie also auf Fremdwörter, Fachausdrücke, Zahlenfriedhöfe und überfordern so die Leser*innen nicht.

Foto: Bildbeschreibung, Namen
Copyright: (Agentur)/Name FotografIn

KEM Hinteres Oberland und Mustertal
Straße Hausnummer, PLZ ORT
Tel.: 01 234 567-89
E-Mail: mailadresse@domain.at
kem.webdomain.at



Wording

Bei der redaktionellen Gestaltung sind die Vorgaben für Publikationen zur sprachlichen Gleichstellung von allen Geschlechtern zu beachten. Die bevorzugte Ausdrucksweise des Klima- und Energiefonds findet sich im aktuellen Gender-Manuals, welches hier zu finden ist:

<https://www.klimafonds.gv.at/mediathek/ci/>



Kontakt

Klima- und Energiefonds

Leopold-Ungar-Platz 2 / Stiege 1 / 4.OG / Top 142
1190 Wien

Telefon: 01/585 03 90

Fax: 01/585 03 90-11

E-Mail: office@klimafonds.gv.at

Mag.a Katja Hoyer

Öffentlichkeits- und Medienarbeit

Telefon: 01/585 03 90-23

E-Mail: presse@klimafonds.gv.at

www.klimafonds.gv.at

www.klimaundenergiemodellregionen.at

LinkedIn: <https://linkedin.com/company/klimafonds>

X: [@klimafonds](https://twitter.com/klimafonds)

Instagram: [@klimafonds](https://www.instagram.com/klimafonds)

youtube: <https://www.youtube.com/@klimafondspresse>

KEM via Facebook: <https://www.facebook.com/modellregionen/>

