



PUBLIZITÄTSLEITFADEN

Programm Interreg Österreich-Tschechien 2021-2027

Version 2
01.07.2025



Forschung & Innovation



Klima & Umwelt



Bildung, Kultur & Tourismus



Grenzübergreifende Governance

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
1. Allgemeine Hinweise	4
2. Planung von Kommunikationsmaßnahmen während der Projektvorbereitung	5
3. Das Programmlogo	7
3.1. Programmlogo (Standard)	7
3.2. Programmlogo mit integriertem Projektakronym	8
3.3. Grafische Regeln zur Verwendung des Logos	9
3.4. Logofarben	10
3.5. Falsche Logoverwendung	11
3.6. Kombination von Logos	12
4. Publizitätsregeln für verpflichtend umzusetzende Kommunikationsmaßnahmen	13
4.1. Projektkatalog	13
4.2. Online-Auftritt	13
4.3. Dokumente und Kommunikationsmaterialien	14
4.4. Dauerhafte Tafel oder Billboard	14
4.5. Poster	15
4.6. Kommunikationsmaßnahmen für Projekte mit strategischer Bedeutung	16
5. Publizitätsregeln für optional umzusetzende Kommunikationsmaßnahmen	17
7. Finanzkorrekturen	19
7.1. Finanzkorrekturen bei verpflichtenden Kommunikationsmaßnahmen	19
7.2. Finanzkorrekturen bei optional umzusetzenden Kommunikationsmaßnahmen	20

Vorwort

Sehr geehrte Projektpartnerin, sehr geehrter Projektpartner,

wir gratulieren Ihnen, dass Ihr Projekt zur Förderung aus dem Kooperationsprogramm Interreg Österreich-Tschechien 2021-2027 ausgewählt wurde und freuen uns, dass Sie einen Beitrag zur Erreichung der Programmziele leisten.

Der Fokus liegt nun auf der guten Projektumsetzung. Nicht zu vernachlässigen ist es aber, die Öffentlichkeit über die Finanzierung des Projekts über das Programm sowie auch über Projektergebnisse zu informieren. Ein integraler Bestandteil der Projektumsetzung muss daher auch eine gelungene Öffentlichkeitsarbeit (Publizität) sein.

Die grenzüberschreitende Kooperation und ihre Ergebnisse sollen gesehen werden!

Der vorliegende Leitfaden soll Ihnen anschaulich bei der Umsetzung der Projektkommunikation behilflich sein. Sollten Sie Fragen haben, wenden Sie sich bitte an Ihre Kontrollstelle, ggf. an das Gemeinsame Sekretariat.

Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit!

Verwaltungsbehörde Interreg Österreich-Tschechien 2021-2027

1. Allgemeine Hinweise

Generell gilt der Grundsatz, dass die Öffentlichkeit über das jeweilige Projekt und die Förderung aus dem Programm adäquat zu informieren ist – siehe Artikel 36 Absätze 4 und 5 der Verordnung (EU) 2021/1059 sowie in Artikel 47 und Anhang IX der Verordnung (EU) 2021/1060. Die Verpflichtungen sind für alle Projektpartnerorganisationen, die eine Förderung durch das Programm erhalten, verbindlich.

Die Leadpartnerorganisation stellt die Gesamtkoordination der Projektkommunikation für das Projekt auf beiden Seiten der Grenze sicher. Wenn das Projekt eine Förderung vom Programm erhält, müssen die Partnerorganisationen gewährleisten, dass die Öffentlichkeit und die Projektbeteiligten über diese Förderung informiert werden.

Die Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit sind förderfähig, wenn sie im Projektbudget enthalten sind. Es wird daher empfohlen, dass sich die Projektpartnerorganisationen bei der Vorbereitung des Projektantrags mit den zuständigen Regionalen Koordinierungsstellen oder dem Gemeinsamen Sekretariat darüber beraten, welche Publizitätsverpflichtungen zu erfüllen sind.

Werden jene Publizitätsregeln, welche verpflichtend für das Projekt bzw. spezifische Projektteile einzuhalten sind, auch nach einer Aufforderung zur Korrektur weiterhin nicht eingehalten, ist es möglich, dass ein Teil der EFRE-Mittel nicht ausgezahlt wird oder bereits überwiesene EFRE-Mittel zurückzuzahlen sind (siehe Kapitel 6).

Die Publizitätsregeln gelten auch für Kleinprojekte, die im Rahmen des Kleinprojektfonds durchgeführt werden.



Alle Materialien für eine adäquate Umsetzung der Publizitätsregeln können heruntergeladen werden unter www.interreg.at-cz.eu¹

¹ Die Website ist auch via www.at-cz.eu erreichbar.

2. Planung von Kommunikationsmaßnahmen während der Projektvorbereitung

Die Projektkommunikation soll als integraler Bestandteil des Arbeitsplans zur Erreichung der projektspezifischen Ziele sowie zu den Aktivitäten und der Qualität des Projekts beitragen, daher müssen im Antragsformular die relevanten Kommunikationsziele und -aktivitäten als Teil der thematischen Arbeitspakete definiert werden.

Kommunikationsmaßnahmen zielen darauf ab, an definierte Zielgruppen Wissen zu vermitteln bzw. bei ihnen Änderungen von Überzeugungen oder im Verhalten herbeizuführen. Zur Erreichung eines projektspezifischen Ziels müssen die Projektpartnerorganisationen möglicherweise ein oder mehrere **Kommunikationsziele** verwirklichen.

Um die jeweilige Botschaft effektiv an eine konkrete Zielgruppe zu vermitteln, kann es hilfreich sein, sich folgende Fragen zu stellen:

- An welche Zielgruppe richten sich die Kommunikationsmaßnahmen, was soll erreicht werden?
- Wie groß ist die Zielgruppe? (Setzen Sie sich realistische Ziele.)
- Wie kann die Zielgruppe am besten erreicht werden, welche Methoden sollen eingesetzt werden (z. B. elektronische Medien oder Printmedien, Website oder Newsletter, soziale Medien, Netzwerke, Veranstaltungen oder Konferenzen, persönliche Kontakte usw.)?
- Welche Art von Informations- und Werbematerialien sollten für die einzelnen Zielgruppen erstellt werden? In welcher Sprache? Wann (in der Anfangsphase des Projekts, während oder am Ende der Projektlaufzeit)?

Denken Sie an die Umwelt und minimieren Sie den ökologischen Fußabdruck des Projekts! Nutzen Sie z. B. Printmedien nur im notwendigen Umfang und vermeiden Sie die Produktion von unnötigem und nicht nachhaltigem Werbematerial und Werbegeschenken (siehe Programmhandbuch Kap. 3.5).

- Wer ist für die Projektkommunikation hauptverantwortlich – welche Rollen haben die verschiedenen Projektpartnerorganisationen?
- Wie viel Zeit wird für jede der geplanten Aktionen benötigt und welche Kosten sind damit verbunden?

Beispiele für konkrete Kommunikationsziele, die für bestimmte Projektergebnisse formuliert werden könnten:

- *Soll beispielsweise die Begrünung einer Stadt klimaresilienter werden (Projektergebnis), kann es erforderlich sein, StakeholderInnen/EntscheidungsträgerInnen davon zu überzeugen, spezifische Maßnahmen zu ergreifen (zum Projektergebnis beitragendes Kommunikationsziel 1) und die Bevölkerung zu informieren, wozu die Änderung des Bepflanzungskonzepts dient (zum Projektergebnis beitragendes Kommunikationsziel 2).*

- *Soll zum Beispiel ein Konzept zum Energiesparen umgesetzt werden (Projektergebnis), müssen eventuell StakeholderInnen/EntscheidungsträgerInnen davon überzeugt werden, in öffentlichen Gebäuden spezifische Energiesparmaßnahmen zu ergreifen (zum Projektergebnis gehörendes Kommunikationsziel 1) und die Bevölkerung überzeugt werden, auch in privaten Haushalten durch vorgeschlagene Maßnahmen Energie zu sparen (zum Projektergebnis gehörendes Kommunikationsziel 2).*

Publizitätsregeln für Kommunikationsmaßnahmen, die verpflichtend umzusetzen sind, sind in Kapitel 4 dargestellt. Diese wurden auf der Grundlage der o.a. EU-Verordnungen festgelegt und sind für alle Projektpartnerorganisationen verbindlich.

In Kapitel 5 finden Sie darüber hinaus Publizitätsregeln für jene Kommunikationsmaßnahmen, die optional umgesetzt werden können bzw. nicht für alle Projekttypen verpflichtend sind. Es handelt sich um Richtlinien, die Sie dabei unterstützen sollen, Ihre Projektkommunikation bestmöglich zielgerichtet und zielgruppengerecht umzusetzen.

3. Das Programmlogo

Bei der Umsetzung der (Projekt-)Kommunikationsmaßnahmen müssen die Partnerorganisationen das Programmlogo mit dem Emblem der Europäischen Union in Verbindung mit dem Wort Interreg und dem Satz "Kofinanziert von der Europäischen Union" (auf Deutsch, Tschechisch oder Englisch) verwenden.



Das Logo darf in den drei Sprachen **Deutsch, Tschechisch und Englisch** verwendet werden.

Alle **zulässigen Logovarianten** finden Sie auf unserer Website zum Download: www.interreg.at-cz.eu

Achten Sie auf eine ausreichende Auflösung des Logos, besonders im Falle von Printunterlagen!

Das Logo ist das grundlegende visuelle Element des Programms Interreg Österreich-Tschechien 2021-2027 und muss **deutlich sichtbar und lesbar** sein. Position und Größe des Logos müssen in einem angemessenen Verhältnis zum Umfang des verwendeten Materials oder Dokuments stehen.

Das Logo des Programms ist in der Regel in Farbe darzustellen. Eine einfarbige Darstellung kann nur in besonderen Ausnahmefällen verwendet werden, wenn das Logo auf Materialien oder Technologien verwendet wird, die die Verwendung einer farbigen Version des Logos einschränken oder nicht zulassen (z. B. Druck auf bestimmten Textilien oder Gravur auf Glas, Stein oder Metall). Eine weitere Ausnahme ist, wenn in gut begründeten Fällen die Nutzung einer zulässigen Logovariante sinnvoller ist (z. B. Verwendung einer schwarz-weißen Version des Logos in einer schwarz-weißen Broschüre oder auf einem schwarz-weißen Werbeartikel usw.).

Das Programmlogo existiert in zwei grafischen Durchführungen:

- Programmlogo (Standard)
- Programmlogo mit integriertem Projektakronym

3.1. Programmlogo (Standard)

Das Basislogo des Programms enthält die in der Verordnung festgelegten obligatorischen Elemente, nämlich das Emblem der Europäischen Union in Verbindung mit dem Wort Interreg und dem Satz "Kofinanziert von der Europäischen Union".

3.2. Programmlogo mit integriertem Projektakronym

Im Falle von Interesse der Projektpartnerorganisationen kann ein Projekt idealerweise zum Zeitpunkt des Projektstarts vom Gemeinsamen Sekretariat ein Programmlogo mit integriertem Projektakronym erhalten. Dieses Projektlogo basiert auf dem Programmlogo, daher ist als verpflichtendes Element das Emblem der Europäischen Union bereits enthalten.

Es wird empfohlen, dieses für jedwede Kommunikation nach außen zu verwenden. Durch diesen harmonisierten Auftritt erhalten die Projekte wie auch das Programm insgesamt eine stärkere Wirkkraft nach außen.

Die Verwendung des Logos mit Projektakronym schließt die gleichzeitige Verwendung des Standardlogos des Programms nicht aus.

Für die Verwendung des Programmlogos mit Projektakronym gelten dieselben Regeln wie für das Standardlogo des Programms.

Erscheint es im Projektkontext sinnvoll, können eigene Projektlogos entwickelt werden – aus Sicht der Programmstellen wird jedoch die Anwendung des Programmlogos mit integriertem Projektakronym empfohlen.

Variante vertikale Platzierung:

Interreg
Österreich – Tschechien



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Smart ECO Future

Variante horizontale Platzierung:

Interreg
Österreich – Tschechien



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Smart ECO Future

3.3. Grafische Regeln zur Verwendung des Logos

Grundsätzlich ist das Programmlogo (Standard oder mit Projektakronym) in Farbe zu verwenden. Auf **dunklem Hintergrund** ist das Logo **weiß zu hinterlegen**:



Auf **sehr hellem Hintergrund** kann die **farbige Standardvariante** des Logos verwendet werden. Das EU-Emblem muss immer weiß umrandet sein:



Die Logovariante **weiße Schrift mit buntem Logo** kann verwendet werden, wenn nicht auf weißen oder sehr hellen Hintergrund gedruckt werden kann. Das EU-Emblem muss immer weiß umrandet sein:



Die **Schwarz-Weiße Variante** kann nur in Ausnahmefällen und mit Begründung statt des farbigen Logos verwendet werden:



3.4. Logofarben

Die Farbgebung des Logos ist genau definiert. Die genaue Farbbezeichnung für alle gängigen Farbformate finden Sie in untenstehender Tabelle.

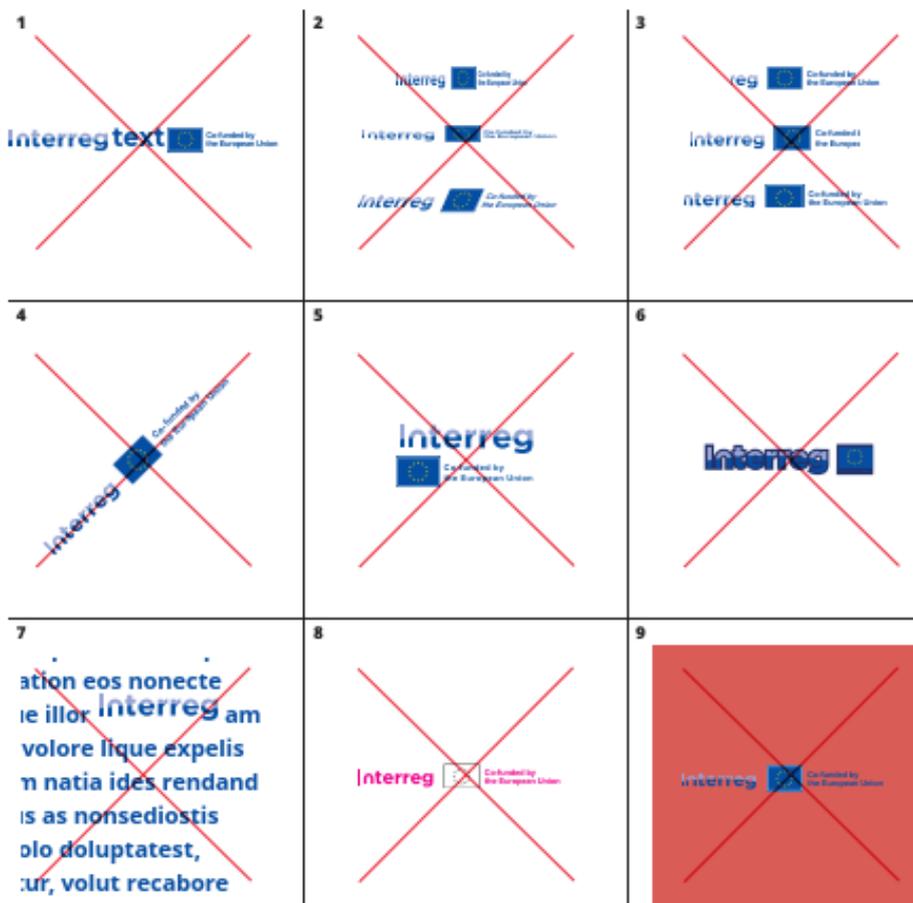
<p>Colour Reflex Blue Pantone Reflex Blue CMYK 100 / 80 / 0 / 0 HEX 003399 RGB 0 / 51 / 153</p>	<p>Colour Light Blue Pantone 2716 CMYK 41 / 30 / 0 / 0 HEX 9FAEE5 RGB 159 / 174 / 229</p>
<p>Colour Yellow Pantone Yellow CMYK 0 / 0 / 100 / 0 HEX FFCC00 RGB 255 / 204 / 0</p>	<p>Colour Black Pantone Black CMYK 0 / 0 / 0 / 100 HEX 000000 RGB 0 / 0 / 0</p> <p>Colour White Pantone / CMYK 0 / 0 / 0 / 0 HEX ffffff RGB 255 / 255 / 255</p>

3.5. Falsche Logoverwendung

Das Logo muss im festgelegten Format verwendet werden (siehe Kapitel 3.1 und 3.2). Änderungen am Logo sind nicht zulässig und können eine Finanzkorrektur nach sich ziehen (siehe Kapitel 6).

Unzulässige Änderungen am Logo:

- 1) Hinzufügen zusätzlicher Elemente in das Logo.
- 2) Modifizierung des Logos (kein Verzerren, Strecken, Kursiv setzen u. Ä.)
- 3) Zuschneiden des Logos
- 4) Rotation des Logos
- 5) Änderung der Anordnung des Logos.
- 6) Einrahmen der Schrift
- 7) Verwendung des Logos innerhalb eines Textes.
- 8) Invertierung des Logos.
- 9) Druck des farbigen Logos auf buntem Hintergrund. In solchen Fällen ist ein weißes Rechteck als Hintergrund unter dem Logo einzufügen bzw. eine Logovariante für bunten Hintergrund zu verwenden



3.6. Kombination von Logos

Werden neben dem Programmlogo weitere Logos (z. B. Logos von Projektpartnerorganisationen) verwendet, muss das EU-Emblem (ohne den Begleittext "Kofinanziert von der Europäischen Union"), das Teil des Logos ist, immer mindestens die gleiche Größe, gemessen in Höhe oder Breite, haben wie die anderen verwendeten Logos.

Beispiel der Kombination von Logos:



Kofinanziert von der
Europäischen Union



EU-Emblem ist **BREITER** als das Partnerlogo: entspricht der Vorschrift



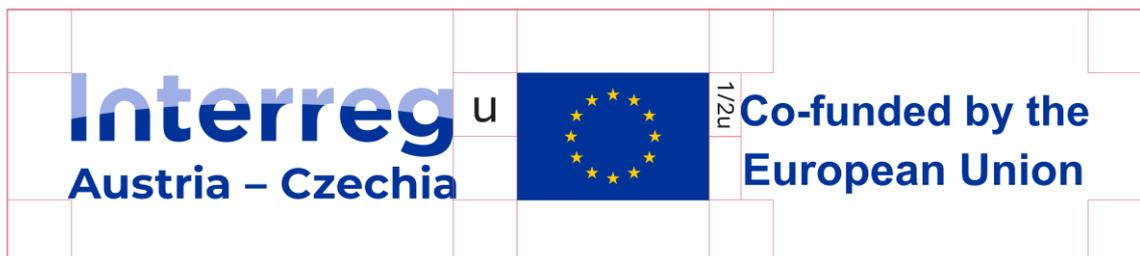
Kofinanziert von der
Europäischen Union



Das EU-Emblem ist **HÖHER** als das Partnerlogo: entspricht der Vorschrift

Ein Logo ohne eindeutige institutionelle, politische oder wirtschaftliche Verbindung, das lediglich ein Gestaltungselement (grafisches Element) im Rahmen einer Kommunikationsmaßnahme ist, kann größer sein als das EU-Emblem, sofern die Beteiligung der Europäischen Union deutlich sichtbar bleibt und die Größe anderer institutioneller/administrativer Logos die oben genannten Regeln berücksichtigen.

Der Mindestabstand des Programmlogos zu anderen Logos sowie grafischen Elementen muss bei jeder Logovariante des Programmlogos eingehalten werden, sodass sich diese nicht überschneiden und somit nicht innerhalb des Programmlogos befinden. Eine Einheit (u) muss immer um das Programmlogo als Mindestabstand gegeben sein.



4. Publizitätsregeln für verpflichtend umzusetzende Kommunikationsmaßnahmen

Die verpflichtend umzusetzenden Kommunikationsmaßnahmen sind auf der Grundlage von EU-Verordnungen festgelegt und sind für alle Projektpartnerorganisation, für die sie relevant sind, verbindlich. Andere als die unten aufgeführten Kommunikationsmaßnahmen sind nicht verpflichtend und werden als optional umzusetzende Kommunikationsmaßnahmen betrachtet (siehe Kapitel 5).

4.1. Projektkatalog

Die Programm-Website verfügt über den Bereich Projektkatalog², der als eigene Website für jedes Projekt dient. Die Leadpartnerorganisation ist verpflichtet, im Projektkatalog regelmäßig über den aktuellen Stand der Projektdurchführung zu informieren (mindestens einmal pro Berichtsperiode). Dies umfasst die umgesetzten Aktivitäten, erreichte Outputs und Ergebnisse, geplante Veranstaltungen sowie umgesetzte Informations- und Publizitätsmaßnahmen. Zugangsdaten werden der Leadpartnerorganisation vom GS erst mit Abschluss des EFRE-Fördervertrags zur Verfügung gestellt.

4.2. Online-Auftritt

Jede Projektpartnerorganisation eines Interreg-Projekts muss innerhalb der ersten Berichtsperiode auf seiner offiziellen Website³ das Interreg-Projekt einschließlich der Ziele und Ergebnisse beschreiben, die finanzielle Unterstützung aus dem EFRE deutlich machen und das Programmlogo anführen.

- Hat die Projektpartnerorganisation eine eigene Website (der eigenen Organisation), so muss an geeigneter Stelle (z. B. unter einem Link „Unsere Projekte“) eine kurze Beschreibung des Projekts eingestellt werden. Diese soll im Verhältnis zum Umfang der Förderung stehen, es soll auf die Ziele und Ergebnisse des Projekts eingegangen und es soll die finanzielle

² Im Sinne einer Projektdatenbank, früher Ibox.

³ Sofern keine Website vorhanden ist, kann dies auf einer Social-Media Seite der Projektpartnerorganisation erfolgen (bitte achten Sie auf eine gute Sichtbarkeit).

Unterstützung durch den EFRE hervorgehoben werden. In diesem Fall muss das Programmlogo nicht auf der Startseite (= Homepage) der Organisation stehen.

Empfehlung: Das Programmlogo erscheint in Farbe idealerweise direkt nach dem Aufrufen dieser Seite innerhalb des Sichtfensters eines digitalen Geräts, sodass die NutzerIn nicht auf der Seite runterscrollen muss.

- Hat das Projekt eine eigene aus dem Programm Interreg Österreich-Tschechien 2021-2027 geförderte Projektwebsite⁴, dann erscheint das Programmlogo in Farbe **idealerweise** direkt nach dem Aufrufen der Startseite (=Homepage) innerhalb des Sichtfensters eines digitalen Geräts, sodass die NutzerIn auf der Seite nicht runterzuscrollen braucht.

4.3. Dokumente und Kommunikationsmaterialien

Unterlagen und Kommunikationsmaterialien, die für die allgemeine Öffentlichkeit und/oder TeilnehmerInnen bestimmt sind (z.b.: Einladungen, Flyer, Veranstaltungsankündigungen, etc.), müssen das Programmlogo enthalten. Bei Audio reicht die mündliche Hervorhebung der Unterstützung des Interreg-Programms.

4.4. Dauerhafte Tafel oder Billboard

Bei Projekten, deren Gesamtkosten 100.000 EUR übersteigen, muss die Projektpartnerorganisation, welche eine Sachinvestition oder eine Anschaffung von Ausrüstung tätigt, am Umsetzungsort für die Öffentlichkeit eine deutlich sichtbare langlebige Tafel oder Billboard mit Informationen zum Projekt und mit dem Programmlogo anbringen.

Dies gilt für materielle Investitionen (Bauarbeiten oder Erwerb von materiellen Ausrüstungsgegenständen), die den Kern eines Projekts bilden – nicht aber Anschaffungen, die von ProjektmitarbeiterInnen zur reinen Projektabwicklung genutzt werden.

Mindestangaben auf der dauerhaften Tafel oder Billboard:

- Name des Projekts;
- das Hauptziel des Projekts;
- das Programmlogo

Eine dauerhafte Tafel oder Billboard sollte so bald als möglich nach Beginn der Projektdurchführung angebracht werden – spätestens sobald die physische Durchführung des Projekts begonnen hat oder die gekaufte Ausrüstung installiert wurde. In Fällen, in denen die erste Berichtsperiode der Projekt- und Umsetzungsvorbereitung (z. B. Vorbereitung von Ausschreibungen usw.) gewidmet ist, kann die

⁴ Eine Projektwebsite kann durch das Programm gefördert werden, wenn die Website wesentlich zur Erreichung der angestrebten Projektziele beiträgt oder wenn die Website technische Elemente enthalten muss, die nicht im Rahmen des Projektkatalogs auf der Programmwebsite implementiert werden können, oder wenn die erforderliche Funktionalität nicht über die für das Projekt genutzten Social-Media abgedeckt werden kann.

Verpflichtung zur Bekanntmachung des Projekts später dokumentiert werden. In diesem Fall hat die Projektpartnerorganisation die Publizitätsregeln spätestens mit der Vorlage des nächsten Partnerberichts zu erfüllen, in dem die materielle Durchführung des Projekts/Projektteils begonnen hat. Die materielle Durchführung des Projekts bedeutet bei Bauprojekten die ersten Baumaßnahmen oder die Anschaffung der zu beschaffenden Ausrüstung.

Während der Projektdurchführung kann eine provisorische Tafel aufgestellt werden. Dieses ist spätestens 3 Monate nach dem Ende der physischen Durchführung des Projekts (Projektabschluss) durch eine dauerhafte Tafel oder Billboard zu ersetzen. Die Projektpartnerorganisation hat im ersten Dauerhaftigkeitsbericht des Projekts nach Projektende über die Erfüllung dieser Verpflichtung zu berichten.

Wenn die Projektpartnerorganisation mehr als ein Projekt aus einem Programm an einem Standort durchführt, ist es möglich, mehr als ein Projekt auf einer dauerhaften Tafel oder Billboard zu platzieren, wobei die Texte ausreichend lesbar bleiben müssen.

Erhöhen sich die Gesamtkosten des Projekts während der Durchführung, wird die Erfüllung der Verpflichtungen der Projektpartnerorganisation überprüft. Erhöhen sich die Gesamtkosten des Projekts auf mehr als 100.000 EUR, muss die Projektpartnerorganisation bis zum nächsten Bericht über die Projektdurchführung die Tafel/Billboard gemäß den oben genannten Verpflichtungen anfertigen lassen. Im Falle einer Verringerung der Gesamtausgaben für das Projekt, wenn die Projektpartnerorganisation die Verpflichtung bereits erfüllt hat und nur noch die Verpflichtung zum Anbringen eines Plakats besteht, wird davon ausgegangen, dass die obligatorische Bekanntmachung bereits durch das Anbringen der Tafel /Billboards erfüllt wurde und das Plakat nicht mehr angebracht werden muss.

4.5. Poster

In den Fällen, in denen die Projektpartnerorganisation nicht der Verpflichtung unterliegt, eine dauerhafte Tafel oder ein Billboard anzubringen, muss ein Plakat in einer Größe von A3 oder größer bzw. eine gleichwertige elektronische Anzeige mit Informationen zum Projekt und dem Programmlogo am Sitz jeder Projektpartnerorganisation angebracht werden (Vorlagen der Plakate siehe Programmwebsite). In geeigneten Fällen (z. B. bei Projekten mit Schwerpunkt auf Feldarbeit usw.) kann das Plakat auch am Projektstandort anstelle des Sitzes der Projektpartnerorganisation angebracht werden.

Die Verpflichtung zum Aushang des Posters muss unmittelbar nach Beginn der Projektdurchführung erfüllt werden. Das Poster oder das elektronische Anzeigegerät muss mindestens während der gesamten physischen Dauer des Projekts ausgehängt werden.

Mindestangaben:

- Name des Projekts;
- das Hauptziel des Projekts;
- das Programmlogo

Wenn eine Projektpartnerorganisation mehrere Projekte aus dem Programm an einem Ort durchführt, kann auch ein gemeinsames Plakat in einer Größe von mindestens A3 für all diese Projekte angebracht werden. Eine ausreichende Lesbarkeit der Texte muss gewährleistet sein. Im Falle einer elektronischen Anzeige, die Informationen zu mehreren Projekten anzeigt, können sich diese Informationen/elektronische Plakate abwechseln. Das Poster oder die elektronische Anzeige muss mindestens für die Dauer der physischen Durchführung des Projekts ausgestellt werden.

4.6. Kommunikationsmaßnahmen für Projekte mit strategischer Bedeutung

Für Projekte von strategischer Bedeutung⁵ und Projekte mit Gesamtkosten von mehr als 5.000.000 EUR muss eine öffentliche Veranstaltung organisiert werden, zu der die Verwaltungsbehörde und die Europäische Kommission rechtzeitig eingeladen werden. Die Einstufung eines Projekts als Projekt von strategischer Bedeutung wird von der Verwaltungsbehörde im Einvernehmen mit den Programmpartnern beschlossen. Die betroffenen Projektpartner werden über eine solche Entscheidung sowie die daraus resultierenden Erfordernisse einer öffentlichen Veranstaltung von der Verwaltungsbehörde informiert.

⁵ Gemäß Art. 2 Abs. 5 der Verordnung (EU) 2021/1060 ist ein Projekt von strategischer Bedeutung ein Vorhaben, das einen wesentlichen Beitrag zum Erreichen der Ziele eines Programms leistet und für das besondere Begleitungs- und Kommunikationsmaßnahmen gelten.

5. Publizitätsregeln für optional umzusetzende Kommunikationsmaßnahmen

Neben den verpflichtend umzusetzenden Kommunikationsmaßnahmen, deren Anwendung durch die EU-Verordnungen vorgeschrieben ist (siehe Kapitel 4), können die Projektpartnerorganisationen weitere Kommunikationsmaßnahmen im Projekt umsetzen. Solche Maßnahmen sind optional, d.h. ihre Anwendung im Projekt ist nicht durch EU-Verordnungen vorgeschrieben. Wie bei den verpflichtend umzusetzenden Kommunikationsmaßnahmen ist auch bei den optional umzusetzenden Kommunikationsmaßnahmen die Verwendung des Programmlogos verpflichtend (siehe Kapitel 3).

Zu den optional umzusetzenden Kommunikationsmaßnahmen gehören unter anderem:

- Veröffentlichung von Projektergebnissen (z.B. in Form von Studien, Konzepten, Strategien, mobilen Anwendungen usw.);
- Projektfinanzierte Printmedien,
- Radio- oder Fernsehsendungen;
Bei Audiomaterial (z. B. einer Radiosendung), bei dem das Logo nicht eingefügt werden kann, sollte die Unterstützung des Interreg-Programms mündlich hervorgehoben werden.
- Werbeartikel, d. h. nicht adressierte Gegenstände, die der Öffentlichkeit frei zur Verfügung gestellt werden.

6. Umsetzung von verpflichtenden und optionalen Kommunikationsmaßnahmen:

Um dem Grundsatz der ausreichenden Sichtbarkeit der Förderung eines Projekts durch Programmmittel gerecht zu werden, gelten die folgenden Empfehlungen für die Platzierung des Programmlogos.

- **(Gedruckte) Materialien für die Öffentlichkeit und TeilnehmerInnen von Veranstaltungen**

Bei der Veröffentlichung von Projektergebnissen (z. B. in Form von Studien, Konzepten, Leitfäden, mobilen Anwendungen usw.) ist eine Information über die Finanzierung aus den Programmmittel und das Programmlogo anzuführen. Bei Materialien, die für die Öffentlichkeit und/oder für TeilnehmerInnen verschiedener Veranstaltungsformate bestimmt sind (z. B. Broschüren, Flyer, Diplome, Zertifikate usw.), ist es notwendig, das Programmlogo nach Möglichkeit auf der ersten (Umschlag-)Seite anzubringen. In begründeten Fällen kann das Programmlogo optional auch im Inneren des Druckmaterials oder auf der letzten Seite angebracht werden. Das Programmlogo muss immer auf der Titelseite platziert werden, wenn auch andere Logos ebenda abgebildet sind.

Bei Veröffentlichungen, wissenschaftlichen Publikationen, Büchern usw. sollte nach Möglichkeit der folgende Haftungsausschluss hinzugefügt werden: "Für die Inhalte dieser Veröffentlichung sind ausschließlich die publizierenden Organisationen verantwortlich."

- Dauerhafte Werbeartikel (Kugelschreiber, Notizblöcke, Schlüsselbänder, Tassen, USB-Sticks usw.)

Das Programmlogo muss deutlich sichtbar und lesbar auf dem Gegenstand angebracht sein. Es reicht nicht aus, das Programmlogo auf der Verpackung des Artikels anzubringen.

- **Audiovisuelle Materialien**

Bei Videomaterial (z. B. Filme, Videos, Kinospots usw.) soll das Programmlogo im Vor- und Abspann zu platzieren.

- **Öffentliche Veranstaltungen**

Bei öffentlichen Veranstaltungen wie Ausstellungen, Wettbewerben, Konferenzen, Seminaren usw. muss das Programmlogo oder die Flagge der Europäischen Union an prominenter Stelle angebracht werden (z. B. in Form einer Flagge, einer Tischfahne, eines Roll-ups oder eines Plakats).

Das Programmlogo soll auch auf den Begleitmaterialien der Veranstaltung für die Öffentlichkeit und die TeilnehmerInnen (Teilnehmerunterlagen, Präsentationen, Anwesenheitslisten, Einladungen ev. Wegweiser usw.) angebracht werden.

- **Kennzeichnung von Ausrüstung**

Werden Ausrüstungsgegenstände in erster Linie für die **Projektpartnerorganisation** angekauft (z.B. für die Projektverwaltung etc.), müssen diese nicht gekennzeichnet werden.

Eine Kennzeichnung von Ausrüstungsgegenständen, die für die **Zielgruppe** des Projekts oder die **Öffentlichkeit** bestimmt sind, ist nicht erforderlich, wenn die Ausrüstungsgegenstände eine Reihe von Gegenständen bilden und die Öffentlichkeitsarbeit in großem Umfang an dem Ort erfolgt, an dem sich die Ausrüstungsgegenstände befinden, informiert wird – z. B. durch ein Informationsschild, ein Plakat usw.

Beispiel: In einem im Rahmen des Projekts eingerichteten Klassenzimmers ist es nicht erforderlich, jedes Möbelstück oder jede Ausrüstung einzeln zu kennzeichnen, wenn in dem Klassenzimmer ein Informationsschild vorhanden ist, welches die Anforderungen an die Öffentlichkeitsarbeit erfüllt.

- **Beschilderung von Rad- und Wanderwegen**

Bei der Beschilderung von Rad- und Wanderwegen ist es ausreichend, das Programmlogo auf den Informations-/Übersichtstafeln anzubringen, die am Anfang und am Ende der Route aufgestellt sind, oder wenn diese Tafeln auch an wichtigen Punkten entlang der Route oder an Rastplätzen aufgestellt sind, dann auch auf diesen Tafeln. Es ist nicht notwendig, alle Schilder, Wegweiser und/oder Piktogramme mit dem Programmlogo zu versehen. Es soll lediglich sichergestellt werden, dass alle NutzerInnen und BesucherInnen des Rad- und/oder Wanderweges über die EU-Förderung informiert werden. Wenn dies durch die Anbringung des Logos auf größeren Informations-/Übersichtstafeln

gewährleistet werden kann, ist es nicht erforderlich, das Programmlogo auf kleineren Tafeln wie Schildern, Wegweisern und/oder Piktogrammen anzubringen.

- **Nichteinhaltung der Publizitätsvorschriften in den Medien**

Die Nichteinhaltung der vorgeschriebenen Publizitätsmaßnahmen in den Medien (z. B. Presse und Fernseh-/Radiosendungen) wird nur dann sanktioniert, wenn Projektpartnerorganisation die Sendung oder den Presseartikel in Auftrag gegeben und die Ausgaben im Projektbudget ausgewiesen hat und somit aus Auftraggebersicht das Recht und die Möglichkeit hat, das Endprodukt zu beeinflussen.

- **Beschädigung der Publizitätsmaßnahme**

Wird die Publizitätsmaßnahme während der Projektlaufzeit durch eine/n Dritten beschädigt, muss die Projektpartnerorganisation den ursprünglichen Zustand wiederherstellen.

7. Finanzkorrekturen

Werden die Publizitätsregeln nicht eingehalten, informiert die Kontrollstelle die Projektpartnerorganisation und fordert sie auf, die Mängel zu beheben. Kommt die Projektpartnerorganisation dieser Aufforderung nicht nach oder können die Mängel nicht innerhalb der vereinbarten Frist behoben werden, werden finanzielle Korrekturen vorgenommen. Die Höhe der Finanzkorrektur richtet sich nach dem Ausmaß der Nichteinhaltung der Publizitätsregeln, etwa ob die Publizitätsregeln gar nicht oder nur teilweise nicht eingehalten wurden oder ob Mängel hinsichtlich technischer Parameter vorliegen (z.B. Farbgestaltung).

Erfolgt die Korrektur innerhalb der Frist, kommt es zu keinen Finanzkorrekturen.

Jede Abweichung, die eine Finanzkorrektur nach sich zieht, muss mit bloßem Auge erkennbar sein. Grafische Abweichungen, die mit bloßem Auge nicht erkennbar sind, gelten nicht als Verstoß gegen die grafischen Regeln.

7.1. Finanzkorrekturen bei verpflichtenden Kommunikationsmaßnahmen

Bei verpflichtend umzusetzenden Kommunikationsmaßnahmen (siehe Kapitel 4) wird davon ausgegangen, dass eine Korrektur immer möglich ist – entweder durch Korrektur der falschen Maßnahmen oder durch Umsetzung einer neuen Maßnahme.

Eine Ausnahme können abgeschlossene Aktivitäten sein, die sicherstellen sollten, dass die Öffentlichkeit und die ProjektteilnehmerInnen über die EU-Förderung informiert werden; hier ist eine Korrektur möglicherweise nicht möglich, da diese Aktivitäten zum Zeitpunkt der Prüfung bereits stattgefunden haben.

Der Prozentsatz der Finanzkorrektur⁶ wird auf der Grundlage des Gesamtbetrags der Förderung für die Projektpartnerorganisation bewertet, und zwar in der Höhe, die zum Zeitpunkt des Fehlverhaltens der betreffenden Partnerorganisation galt;

Höhe der anzuwendenden Finanzkorrekturen bei verpflichtend umzusetzenden Projektkommunikationsmaßnahmen:

Sachverhalt	Höhe der Finanzkorrektur
Die verpflichtende Kommunikationsmaßnahme fehlt vollständig	1,0 % des Gesamtbetrags der Förderung des Projektpartnerorganisation
Die verpflichtende Kommunikationsmaßnahme ist nicht korrekt angegeben: <ul style="list-style-type: none"> • Programmlogo mit EU-Symbol und dazugehörigen Schriftzug (Größe, Position usw.) • Größe des Plakats oder des elektronischen Anzeigegeräts entspricht nicht der vorgeschriebenen Mindestgröße 	0,5 % des Gesamtbetrags der Förderung des Projektpartnerorganisation
Die Grundsätze für die Verwendung des Programmlogos zusammen mit anderen Logos wurden nicht beachtet	0,1 % des Gesamtbetrags der Förderung der Projektpartnerorganisation

Aufgrund der Verpflichtung der Projektpartnerorganisationen ist dafür zu sorgen, dass in den für die Öffentlichkeit oder für die TeilnehmerInnen bestimmten Dokumenten, Unterlagen und Kommunikationsmitteln ein Hinweis auf die Förderung durch die Europäische Union im Rahmen des Programms sichtbar ist (siehe Kap. 4.3). Daher wird davon ausgegangen, dass ein fehlerhafter oder fehlender Hinweis auf einem der Dokumente oder sonstigen Kommunikationsmitteln für die Öffentlichkeit und die TeilnehmerInnen nicht automatisch zur Verhängung einer Finanzkorrektur führt, sofern die Projektpartnerorganisation nachweisen kann, dass die Öffentlichkeit oder die TeilnehmerInnen an der Maßnahme durch andere Formen der Öffentlichkeitsarbeit ausreichend informiert wurden.

7.2. Finanzkorrekturen bei optional umzusetzenden Kommunikationsmaßnahmen

Höhe der anzuwendenden Finanzkorrekturen bei optional umzusetzenden Kommunikationsmaßnahmen

Sachverhalt	Höhe der Finanzkorrektur
-------------	--------------------------

⁶ Für tschechische Projektpartnerorganisation: inkl. der Förderung aus den Staatsfond

<p>Das Logo des Programms mit dem EU-Emblem, einschließlich des obligatorischen Begleittextes fehlt vollständig</p>	<p>100% der nicht förderfähigen Ausgaben für die gesamte optionale Kommunikationsmaßnahme oder 0,03% des Gesamtbudgets der Förderung in jenem Fall, indem es nicht möglich ist, die einzelne Kommunikationsmaßnahme zu beziffern.</p>
<p>Das Logo des Programms mit dem EU-Emblem, einschließlich des obligatorischen Begleittextes ist unter Verstoß gegen Kapitel 3 falsch dargestellt</p>	<p>50 % der nicht förderfähigen Ausgaben für das Werbemittel mit falscher Darstellung oder 0,01% des Gesamtbudgets der Förderung in jenem Fall, indem es nicht möglich ist, die einzelne Kommunikationsmaßnahme zu beziffern.</p>