

# Leitfaden zu den Publizitätsvorschriften des touristischen Landeslogos im Rahmen der EFRE-Förderung „Erlebnis.NRW – Tourismuswirtschaft stärken“

Version: August 2017

## Wer muss die Publizitätsvorschriften des touristischen Landeslogos anwenden?

Alle EFRE-Projekte, die im Rahmen des Projektauftrags zur Förderung vorgeschlagen wurden, müssen diese Publizitätsvorschriften anwenden. Neben den Publizitätsvorschriften des touristischen Landeslogos gilt es ergänzend die Publizitätsvorschriften für das EU-Logo und das EFRE.NRW-Logo als erforderliche EFRE-Förderhinweise zu beachten (siehe [www.efre.nrw.de](http://www.efre.nrw.de)).

## Wie sind diese Vorschriften für das touristische Landeslogo im Einzelnen anzuwenden?

Grundsätzlich gilt: Die Publizitätsvorschriften für das touristische Landeslogo gelten für öffentlichkeitswirksame Darstellungen der Projekte im Business-to-Business und im Business-to-Consumer.

Die Darstellung des **touristischen Landeslogos** hat nach Vorgaben des verbindlichen Corporate Design-Manuals zu erfolgen (**Anlage 3**).

### Das touristische Landeslogo



Ausgewählte EFRE-Projekte sind berechtigt, anstelle des touristischen Landeslogos die **Produktmarkenlogos** zu verwenden. Die hierzu berechtigten EFRE-Projekte können der **Anlage 1** entnommen werden. Darstellung der Produktmarkenlogos nach Vorgaben des verbindlichen Corporate Design-Manuals (**Anlage 3**). Es stehen die Sprachvarianten deutsch, englisch und niederländisch zur Verfügung.

### Die Produktmarkenlogos

NORDRHEIN  
WESTFALEN **AKTIV**

NORDRHEIN  
WESTFALEN **GESUND**

NORDRHEIN  
WESTFALEN **BUSINESS**

NORDRHEIN  
WESTFALEN **KULTUR**

NORDRHEIN  
WESTFALEN **EVENTS**

NORDRHEIN  
WESTFALEN **STÄDTE**

NORDRHEIN  
WESTFALEN **GENUSS**

NORDRHEIN  
WESTFALEN **NATUR**

Es ist **ausdrücklich erwünscht**, zusätzlich zur Abbildung des touristischen Landeslogos oder der Produktmarkenlogos **das Logo der regionalen Tourismusorganisation mitzunehmen und damit den Bezug zur regionalen Tourismuskonzeption zu unterstreichen**. Als regionale Tourismusorganisationen sind die in der **Anlage 2** aufgeführten Institutionen zu verstehen. Es ist mit der **jeweiligen regionalen Tourismusorganisation**, in deren geographischen Bereich sich das EFRE-Projekt bewegt, bilateral zu klären, ob die ergänzende Abbildung der Regionalmarke gewünscht ist.

Die Publizitätsvorschriften des **touristischen Landeslogos** und der **Produktmarkenlogos** gelten für:

a) **Print**

**1. Mehrseitige Publikationen: Bücher, Magazine, Broschüren, Booklets, Flyer, Faltkarten**

Das entsprechende touristische Logo ist gut leserlich und mindestens genauso hoch wie die weiteren EFRE-Förderhinweise mitzuführen. Die Platzierung des touristischen Logos ist gekoppelt an die Platzierung der EFRE-Förderhinweise, d.h. es muss auf derselben Seite abgebildet werden. Das Logo wird in mehrfarbigen Publikationen in 4c (d.h. farbig) abgebildet, in schwarz-weißen Publikationen in 2c (d.h. schwarz-weiß).

**2. Ein- und mehrseitige Werbeformate: Anzeigen, Advertorials, Poster, Adcards**

Das entsprechende touristische Logo ist gut leserlich und mindestens genauso hoch wie die weiteren EFRE-Förderhinweise mitzuführen. Die Platzierung des touristischen Logos ist gekoppelt an die Platzierung der EFRE-Förderhinweise, d.h. es muss auf derselben Seite abgebildet werden. Das Logo wird in mehrfarbigen Publikationen in 4c (d.h. farbig) abgebildet, in schwarz-weißen Publikationen in 2c (d.h. schwarz-weiß).

b) **Online:**

**1. Homepage**

Auf Internetseiten, die ganz oder anteilig aus EFRE-Projekten finanziert werden, ist das touristische Landeslogo in 4c (d.h. farbig) oder 2c (d.h. schwarz-weiß) leserlich mitzuführen, beispielsweise im jeweiligen Seiten-Abbinde oder im Impressum. Die Verlinkung des Logos auf das touristische Landesportal [www.dein-nrw.de](http://www.dein-nrw.de) ist wünschenswert. Die Haftung für die dahinter liegenden Contents liegt bei Tourismus NRW e.V. Das touristische Landesportal steht in den Sprachversionen deutsch, englisch und niederländisch zur Verfügung.

**2. Banner, Online-Advertorials, E-Newsletter, E-Papers**

Das entsprechende touristische Logo ist leserlich **im Layout** mitzuführen. Es müssen keine Platzierungs- und Größenvorgaben beachtet werden. Das Logo wird in mehrfarbigen Layouts in 4c (d.h. farbig) abgebildet, in schwarz-weißen Layouts in 2c (d.h. schwarz-weiß).

c) **Messen und Veranstaltungen:**

Auf Messen und Veranstaltungen, die ganz oder anteilig aus EFRE-Projekten finanziert werden, ist das touristische Landeslogo gut sichtbar ohne Größenvorgabe in 4c (d.h. farbig) oder in 2c (d.h. schwarz-weiß) **am Präsentationsstand** anzubringen, beispielsweise am Hauptcounter.

d) **Visuelle Präsentationen:**

In Präsentationen über ein Vorhaben, das ganz oder anteilig aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung mitfinanziert wurde, ist das touristische Landeslogo in 4c (d.h. farbig)

oder 2c (d.h. schwarz-weiß) leserlich einzubinden. Es muss keine Größenvorgabe für das Logo beachtet werden.

Sämtliche Logo-Dateien zur verbindlichen Darstellung des touristischen Landeslogos und der Produktmarkenlogos stehen zum Download bereit unter:

<http://www.touristiker-nrw.de/service-kontakt/logosatz-dein-nrw>

Der Zuwendungsempfänger ist verpflichtet, die Einhaltung der Publizitätsvorschriften gegenüber seiner Bewilligungsstelle bei der Abrechnung/ Verwendungsnachweisprüfung nachzuweisen. Die verschiedenen Bewilligungsstellen für die EFRE-Förderung regeln dies in ihren Zuwendungsbescheiden. Es ist deshalb wichtig, die Angaben in den Zuwendungsbescheiden genau zu beachten.

#### Anlage 1:

#### Logo-Verwendungsrechte für die Projekte im Rahmen der EFRE-Förderung „Erlebnis.NRW – Tourismuswirtschaft stärken“

Lfd. Nr.	Projekttitel	Projektträger/Koordinator	Sitz Projektträger/ Koordinator	Logoverwendung
1	alle inklusive	Das Bergische gGmbH	Lindlar	touristisches Landeslogo
2	Apfelroute	Rhein Voreifel Touristik e.V.	Wachtberg	touristisches Landeslogo
3	Ausbau Kloster-Garten-Route	Gesellschaft für Wirtschaftsförderung im Kreis Höxter mbH	Höxter	touristisches Landeslogo
4	Barrierefreie Natur Münsterland	NABU-Naturschutzstation Münsterland e.V.	Münster	touristisches Landeslogo
5	Barrierefreie Naturparke	Verband Deutscher Naturparke e.V.	Bonn	touristisches Landeslogo
6	Barrierefreier Radtourismus RLR	Ruhr Tourismus GmbH	Oberhausen	touristisches Landeslogo oder Produktmarkenlogo Aktiv
7	barrierefreies Reisen	OstWestfalenLippe GmbH	Bielefeld	touristisches Landeslogo
8	Eifel Vital 2.0	Gemeinde Nettersheim	Nettersheim	touristisches Landeslogo
9	Eifelspuren & -schleifen	Kreis Euskirchen	Euskirchen	touristisches Landeslogo
10	Auslandsmarketing: Fit im Netzwerk	Tourismus NRW e.V.	Düsseldorf	touristisches Landeslogo oder Produktmarkenlogos

11	Forum Qualitätswandern	Sauerländischer Gebirgsverein e.V.	Arnsberg	touristisches Landeslogo
12	FunCity Bottrop	Stadt Bottrop	Bottrop	touristisches Landeslogo
13	gaeste.net	Kreis Lippe / Lippe Tourismus & Marketing GmbH	Detmold	touristisches Landeslogo
14	Gesundheitsmgmt. Brilon - Olsberg	BWT - Brilon Wirtschaft und Tourismus GmbH	Brilon	touristisches Landeslogo
15	Gesundheitstourismus 4.0	Tourismus NRW e.V.	Düsseldorf	touristisches Landeslogo oder Produktmarkenlogo Gesund
16	Gutes aus NRW genießen	Tourismus NRW e.V.	Düsseldorf	touristisches Landeslogo oder Produktmarkenlogo Genuss
17	Hermannsdenkmal	Kreis Lippe / Lippe Tourismus & Marketing GmbH	Detmold	touristisches Landeslogo
18	Industriekultur	Ruhr Tourismus GmbH	Oberhausen	touristisches Landeslogo oder Produktmarkenlogo Kultur
19	Industriekultur/ WasserEisenLand	WasserEisenLand e.V.	Altena	touristisches Landeslogo
20	Innovationswerkstatt	Tourismus NRW e.V.	Düsseldorf	touristisches Landeslogo
21	KinderErlebnisWelt	Naturpark Teutoburger Wald / Eggegebirge	Detmold	touristisches Landeslogo
22	Kneipp Erlebnispark	Stadt Olsberg	Olsberg	touristisches Landeslogo
23	Kulturnetzwerke Ruhr	Ruhr Tourismus GmbH	Oberhausen	touristisches Landeslogo oder Produktmarkenlogo Kultur
24	KulturReiseLand NRW	Tourismus NRW e.V.	Düsseldorf	touristisches Landeslogo oder Produktmarkenlogo Kultur
25	Kurpark 3.0	Gemeinde Bad Sassendorf	Bad Sassendorf	touristisches Landeslogo
26	Local Emotion	Niederrhein Tourismus GmbH	Viersen	touristisches Landeslogo oder Produktmarkenlogo Genuss
27	Marketing Kompetenzzentrum Wandern	Kreis Lippe / Lippe Tourismus & Marketing GmbH	Detmold	touristisches Landeslogo

28	MICE-Markt	Tourismus NRW e.V.	Düsseldorf	touristisches Landeslogo oder Produktmarkenlogo Business
29	NaTourENergie	Kreis Lippe / Lippe Tourismus & Marketing GmbH	Dörentrup	touristisches Landeslogo
30	Natur und Kultur für Alle	Stadt Büren	Büren	touristisches Landeslogo
31	Naturerlebnis Lippeaue	Naturförderungsgesellschaft für den Kreis Unna e.V.	Bergkamen	touristisches Landeslogo
32	neanderland ORIGINAL	Kreis Mettmann	Mettmann	touristisches Landeslogo oder Produktmarkenlogo Genuss
33	NRW-tour Zukunftsfit	Bergische Struktur- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH	Solingen	touristisches Landeslogo
34	Obstwiesenschutz Münsterland	NABU-Naturschutzstation Münsterland e.V.	Münster	touristisches Landeslogo
35	Panorama-Radwege	Bergische Struktur- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft GmbH	Solingen	touristisches Landeslogo
36	Pilgerpark Kevelaer	Stadt Kevelaer	Kevelaer	touristisches Landeslogo
37	Qualitätsmgmt. Münsterland	Münsterland e.V.	Greven	touristisches Landeslogo
38	Rad.Revier.Ruhr	Ruhr Tourismus GmbH	Oberhausen	touristisches Landeslogo oder Produktmarkenlogo Aktiv
39	Raderlebnis RUR	Kreis Düren	Düren	touristisches Landeslogo
40	Römerkanal	Stadt Rheinbach	Rheinbach	touristisches Landeslogo
41	Sauerland.Inspiration	Kur und Freizeit GmbH Schmallerberg	Schmallenberg	touristisches Landeslogo
42	Sehnsuchtsziel Natur	Tourismus NRW e.V.	Düsseldorf	touristisches Landeslogo oder Produktmarkenlogo Natur
43	Senne für alle Sinne	Biologische Station Kreis Paderborn - Senne	Delbrück	touristisches Landeslogo
44	Sight Running NRW	Architektenkammer Nordrhein-Westfalen	Düsseldorf	touristisches Landeslogo
45	Smart4You	Kreis Soest	Soest	touristisches Landeslogo

46	Storytelling	OstWestfalenLippe GmbH	Bielefeld	touristisches Landeslogo oder Produktmarkenlogo Kultur
47	Urban Lifestyle und Szene	Tourismus NRW e.V.	Düsseldorf	touristisches Landeslogo oder Produktmarkenlogo Städte
48	UrftAuenErlebnis	Landesbetrieb Wald und Holz Nordrhein-Westfalen Nationalparkforstamt Eifel	Schleiden-Gemünd	touristisches Landeslogo
49	Wanderweg Wasserstaaten	Stadt Freudenberg	Freudenberg	touristisches Landeslogo
50	Zeitfenster Dortmund	DORTMUNDtourismus GmbH	Dortmund	touristisches Landeslogo
51	Zukunft für kleine Hotels	Winterberg Touristik und Wirtschaft GmbH	Winterberg	touristisches Landeslogo
52	Zukunftsfit Wandern	OstWestfalenLippe GmbH	Bielefeld	touristisches Landeslogo oder Produktmarkenlogo Aktiv
53	Zukunfts-WERTE Orte	Gemeinde Burbach	Burbach	touristisches Landeslogo

## Anlage 2:

### Die zwölf regionalen Tourismusorganisationen und deren zugehörige Regionalmarken

Lfd. Nr.	Regionalorganisationen der zwölf touristischen Regionen	Regionalmarken
1	Bergisches Land Tourismus Marketing e.V.	Die Bergischen Drei
2	Naturarena Bergisches Land GmbH	Das Bergische
3	Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler	bonnregion
4	Düsseldorf Tourismus GmbH / Kreis Mettmann	Düsseldorf; neanderland
5	Eifel Tourismus GmbH / aachen tourist service e.V.	Eifel; Aachen
6	KölnTourismus GmbH / Rhein-Erft-Tourismus e.V.	Köln; Rhein-Erft Tourismus
7	Münsterland e.V.	Münsterland
8	Niederrhein Tourismus GmbH	Niederrhein
9	Ruhr Tourismus GmbH	Metropole Ruhr
10	Sauerland-Tourismus e.V.	Sauerland
11	Touristikverband Siegerland-Wittgenstein e.V.	Siegen-Wittgenstein
12	OstWestfalenLippe GmbH – Fachbereich Teutoburger Wald Tourismus	Teutoburger Wald

### Anlage 3:

#### Regeln für die richtige Logo-Abbildung

Das Mutterlogo



Das pure Logo muss immer auf weißem Hintergrund stehen. Ist das nicht möglich, steht es in einer Logobox. Diese Version liegt bereits als Reinzeichnung vor und ist zu verwenden. Die Logobox darf keine spitzen Ecken haben.



Das Mutterlogo liegt in einer s/w-Version vor. Die „DEIN“-Farben sind in einem Grauton definiert.



Das pure Logo ohne Logobox darf nie auf einem farbigen Hintergrund stehen.



Die „DEIN“-Farben dürfen nicht variieren und sind genau definiert. Die übrigen Buchstaben sind 100% Schwarz.

Die Produktmarkenlogos



Das pure Logo muss immer auf weißem Hintergrund stehen. Ist das nicht möglich, steht es in einer Logobox. Diese Version liegt bereits als Reinzeichnung vor und ist zu verwenden.



Die Farben der Produktmarken sind genau definiert und die Reinzeichnungsdateien sind zu verwenden.



Die Logobox darf keine spitzen Ecken haben.