



# Publizitätsleitfaden zum Landesprogramm „Solidarisches Zusammenleben der Generationen“ (LSZ)

Stand: März 2026

## Inhalt

1	Einleitung .....	1
2	Rechtsgrundlagen .....	2
3	Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit .....	2
4	Corporate Design .....	4
4.1	Verwendung des LSZ-Logo .....	4
4.2	Formulierung für die Kofinanzierung aus Mitteln des Landesprogramms .....	5
4.3	Typografie .....	6
4.4	Gestaltungselemente .....	6
4.5	Motivkatalog .....	7
4.6	Anwendungsbeispiele .....	8
4.7	Logo-Dateien, Motivkatalog und Druckvorlagen auf der DAP .....	9
5	Checkliste .....	9
6	Ansprechpartner:innen .....	10

# 1 Einleitung

Das Land Thüringen fördert im Rahmen des Landesprogramms „Solidarisches Zusammenleben der Generationen“ (LSZ) mit mindestens 15,92 Millionen Euro pro Jahr Regeleinrichtungen wie:

- Frauen- und Familienzentren
- Erziehungs-, Ehe-, Familien und Lebensberatungsstellen
- Thüringer Eltern-Kind-Zentren
- Angebote der Familienbildung
- Maßnahmen der Seniorenarbeit

Zudem werden innovative familienunterstützende Projekte sowie planerische und koordinierende Aufgaben in den Kommunen unterstützt.

Die Förderung erfolgt im Zusammenwirken von Land, Landkreisen und kreisfreien Städten sowie den Trägern vor Ort. Die Kommunen beteiligen sich mit einem Eigenanteil von mind. 30 % und übernehmen im Rahmen der integrierten Sozialplanung eine zentrale Rolle bei der Bedarfserhebung, Zieldefinition und Umsetzung der Maßnahmen. Grundlage hierfür ist die Beteiligung vielfältiger Akteure, darunter Träger, Verbände, Familien in ihrer ganzen Vielfalt Entscheidungsträger:innen und Vertreter:innen aus regionalen Gremien.

Die Wirkungen des LSZ entfalten sich überwiegend präventiv, niedrigschwellig und langfristig. Dadurch sind die konkreten Beiträge des Programms für die Öffentlichkeit sowie für politische und administrative Entscheidungsträger nicht immer unmittelbar sichtbar oder werden als selbstverständlich wahrgenommen. Umso wichtiger ist eine transparente, nachvollziehbare und einheitliche Öffentlichkeitsarbeit.

Zuwendungsempfänger und Begünstigte sind verpflichtet, die Förderung aus Mitteln des LSZ in geeigneter Weise darzustellen und den Förderhinweis bei finanzierten Angeboten und Maßnahmen transparent zu kommunizieren. Dies dient sowohl der Information der Öffentlichkeit als auch der Sichtbarmachung des Beitrags des Freistaats Thüringen zur sozialen Infrastruktur und Familienförderung vor Ort.

Dieser Publizitätsleitfaden richtet sich an:

- Zuwendungsempfänger im Rahmen der Projektförderung (Landkreise und kreisfreie Städte als Erstempfänger) und Begünstigte (Träger als Letztempfänger)
- Personen, die mit der Verwaltung und Umsetzung von Maßnahmen des LSZ betraut sind

Dieser Leitfaden dient als Unterstützung für die Einhaltung und Durchführung der Informations- und Kommunikationsmaßnahmen, um eine einheitliche, verbindliche und wirksame Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen des LSZ sicherzustellen. Somit trägt der Leitfaden dazu bei, die Wiedererkennbarkeit des Programms durch ein einheitliches Erscheinungsbild zu stärken sowie die Wahrnehmung des LSZ in Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit nachhaltig zu verbessern. Die Förderung durch das Landesprogramm soll landesweit klar erkennbar, nachvollziehbar und wiederkehrend sichtbar sein.

## 2 Rechtsgrundlagen

Grundlage für die Publizitätspflichten bilden die folgenden Dokumente

- Thüringer Gesetz zur Sicherung der Familienförderung (Thüringer Familienförderungssicherungsgesetz – ThürFamFöSiG-) vom 7. Juli 2024
- Die jeweils aktuelle Richtlinie zum Landesprogramm „Solidarisches Zusammenleben der Generationen“ (Richtlinie LSZ)<sup>1</sup>

## 3 Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

Die Landkreise und kreisfreien Städte sind als Erstempfänger der Förderung im LSZ **verpflichtet**, die Begünstigten (Träger, kommunale Verwaltung und Familien) sowie die Öffentlichkeit und Politik über die Förderung aus dem LSZ zu informieren. Dies geschieht vornehmlich durch den gut sichtbaren Hinweis auf die Förderung auf der Website des Landratsamtes. Außerdem ist jeder Träger von Vorhaben **verpflichtet**, im Rahmen seiner Öffentlichkeitsarbeit auf die Förderung aus Mitteln des LSZ hinzuweisen.

Dies gilt beispielsweise für:

- Schriftverkehr
- Beschilderungen
- Außenwerbung
- Digitale Medien (Websites, Newsletter und Social Media Beiträge)
- Videobeiträge
- Podcasts
- Angebote in der Thüringer Familien-App
- Presseberichte, Zeitungsartikel/-Anzeigen
- Messestände
- Flyer/ Plakate o.ä.
- Roll-Ups/ Beachflags o.ä.
- Merchandise-Artikel jeder Art (Kalender, Sticker, Beutel,...)

---

<sup>1</sup> Verfügbar unter: <https://www.aw-landesverwaltungsamt.thueringen.de/foerderung/foerderung-a-z/solidarisches-zusammenleben-der-generationen>

**Ziel ist es**, dass die Förderung des Vorhabens und die wichtige Rolle des Freistaats auch in der regionalen Familienförderung in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden.

### **Pflichten der Begünstigten bei der Öffentlichkeitsarbeit**

- Auf der Website des Landratsamtes wird auf die Förderung durch das LSZ verwiesen. Zudem sind der aktuelle fachspezifische integrierte Plan sowie kommunale Dokumente (kommunale Richtlinie zur Umsetzung des LSZ, Antragsformular etc.) zentral zu veröffentlichen.
- Alle Unterlagen, die während der Durchführung eines LSZ-geförderten Vorhabens für die Öffentlichkeit oder für die Teilnehmenden verwendet werden (z. B. Flyer, Präsentationsfolien, Teilnehmerbestätigungen etc.), enthalten einen Hinweis auf die Förderung aus dem LSZ. **Dieser Hinweis ist zentral, auf der ersten Seite, durch das Logo des LSZ zu platzieren.**
- Für alle Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit sind vorrangig die über die **Thüringer Datenaustauschplattform** (DAP) bereitgestellten Vorlagen, Layouts und Materialien zu verwenden. Diese umfassen insbesondere Logodateien, Motive des LSZ sowie standardisierte Druck- und Gestaltungsvorlagen. Eigene Gestaltungen haben sich in jedem Fall an den Vorgaben des Corporate Designs zu orientieren. Anpassungen sollen sich auf die Ergänzung lokaler Inhalte, insbesondere des Logos der jeweiligen Gebietskörperschaft, beschränken.
- Bei der Information von Medien (Presse, Radio, Fernsehen) muss über die Förderung aus Mitteln des LSZ informiert werden. Die Träger von Vorhaben informieren die Medienvertreter\*innen über den Mehrwert der LSZ-Förderung und werben dafür, dass dies **in der Berichterstattung berücksichtigt** wird.
- Bei allen Dokumenten für **Fachtage, Seminare, oder anderen Veranstaltungsformaten** (z. B. Einladungen, Ablaufpläne, Hinweisschilder, Pressemitteilungen) ist auf die Förderung durch das LSZ unter Verwendung des Logos hinzuweisen.
- Jede geförderte Einrichtung bzw. jedes LSZ-geförderte Projekt ist **ab dem 01.05.2025 in der Thüringer Familien-App** zu veröffentlichen. Die eingestellten Informationen sind über den gesamten Förderzeitraum kontinuierlich zu pflegen und auf Aktualität zu prüfen. Hinweise für den Zugang zur Thüringer Familien-App finden Sie unter: <https://familienapp.thueringen.de/>





## 4 Corporate Design

### 4.1 Verwendung des LSZ-Logo

Das LSZ Logo gibt es in zwei Farbvarianten: weißer Hintergrund und blauer Hintergrund:



#### Die Farben des LSZ

				
cmyk	100 20 10 0	0 45 100 0	45 0 100 0	20 80 80 0
HEX	#0089C1	#DFA827	#B3CE36	#B45845
RGB	0,137,193	223,168,39	179,206,54	180,88,69

#### Schutzraum um das Logo

Bei der Verwendung des Logos müssen die folgenden Schutzräume eingehalten werden:



### **Logodarstellung auf farbigem Untergrund**

Das Logo ist **nur in den oben abgebildeten Varianten** zulässig. Eine Abbildung des Logo auf anderen farbigen Hintergründen ist nicht zulässig:



### **Bisheriges Logo „Familie eins99“**

Das bis 2019 verwendete Logo „Familie eins99“ ist nicht länger zu verwenden. Die Landkreise sind verpflichtet das Logo auszutauschen und Hinweise auf die Förderung des Landesprogramms entsprechend anzupassen.



*Das LSZ-Logo darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden!*

## **4.2 Formulierung für die Kofinanzierung aus Mitteln des Landesprogramms**

Die Förderung aus Mitteln des Landesprogramms „Solidarisches Zusammenleben der Generationen“ ist im Rahmen der o. g. Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit wie folgt zu erwähnen:

„Gefördert durch den Freistaat Thüringen aus Mitteln des Landesprogramms Solidarisches Zusammenleben der Generationen“.

### 4.3 Typografie

Für die Gestaltung von Publikationen und Kommunikationsmaterialien des „Landesprogramms Solidarisches Zusammenleben der Generationen (LSZ)“ wird die Schrift „**Meta Offc Pro**“ verwendet. Sie bildet die typografische Grundlage des Corporate Designs und sorgt für eine einheitliche und gut wiedererkennbare visuelle Gestaltung.

Die Schrift zeichnet sich durch eine klare, gut lesbare Formensprache aus und eignet sich für Überschriften, Hervorhebungen und kurze Informationstexte. Durch ihre hohe Lesbarkeit ist sie besonders für Informationsmaterialien, Präsentationen sowie digitale Anwendungen geeignet.

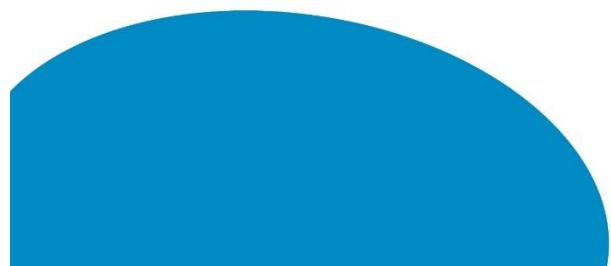
Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des LSZ wird „Meta Offc Pro“ in unterschiedlichen Schriftschnitten eingesetzt, um eine klare Hierarchie innerhalb von Texten zu schaffen (z. B. Überschriften und Zwischenüberschriften). Fließtexte werden in „Arial“ oder „Fira Sans“ gesetzt.

### 4.4 Gestaltungselemente

Die Sprechblase ist ein wiederkehrendes Gestaltungselement in der Kommunikation des „Landesprogramms Solidarisches Zusammenleben der Generationen (LSZ)“. Sie steht symbolisch für Dialog, Beteiligung und Austausch zwischen Generationen sowie zwischen Bürger:innen, Verwaltung und Politik. In der Gestaltung wird sie genutzt, um kurze Aussagen, Zitate oder zentrale Botschaften hervorzuheben und Inhalte aufmerksamkeitsstark sowie leicht verständlich darzustellen.

Die angeschnittene Ellipse dient als grafisches Rahmenelement innerhalb des Corporate Designs. Sie wird vorwiegend am unteren oder oberen Bildrand eingesetzt, um u.a. das Logo oder die URL gestalterisch hervorzuheben und Layouts eine dynamische Struktur zu geben. Durch den Anschnitt entstehen ein modernes Erscheinungsbild und eine einheitliche visuelle Gestaltung über verschiedene Materialien hinweg.

Beide Elemente sind in der Farbigkeit immer im LSZ-Blau zu halten.





## 4.6 Anwendungsbeispiele

Die Motive werden in unterschiedlichen Kommunikationsformaten verwendet, beispielsweise in Informations- und Werbematerialien wie Flyer, Postkarten, Roll-ups, Kalender, Give-aways, Aufkleber, Website-Grafiken oder Social-Media-Beiträge. Die dargestellten Beispiele zeigen, wie der Motivkatalog genutzt wird, um Informationsmaterialien des LSZ visuell zu strukturieren, Inhalte verständlich zu vermitteln und eine konsistente Gestaltung im Sinne des Corporate Designs sicherzustellen.



## 4.7 Logo-Dateien, Motivkatalog und Druckvorlagen auf der Thüringer Datenaustauschplattform (DAP)

Zur Unterstützung einer einheitlichen und qualitativ hochwertigen Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen des Landesprogramms stellt das zuständige Ministerium auf Anfrage unter [lsz@tmsgaf.thueringen.de](mailto:lsz@tmsgaf.thueringen.de) einen Zugang zur Thüringer Datenaustauschplattform zur Verfügung. **Dort sind zentrale Materialien wie Logodateien, der Motivkatalog sowie fertige Druckvorlagen für verschiedene Werbemittel gebündelt abrufbar.**

Die bereitgestellten Vorlagen für u.a. Beachflags, Roll-Ups, Beschilderung, Sticker etc. sind bevorzugt zu nutzen, um eine landesweit einheitliche Gestaltung und hohe Wiedererkennbarkeit des LSZ sicherzustellen. Eigene Anpassungen sollen sich auf die Ergänzung des Logos der jeweiligen Gebietskörperschaft sowie ggf. lokale Kontaktinformationen beschränken. Eine darüberhinausgehende Abweichung von den Gestaltungsvorgaben ist zu vermeiden.

## 5 Checkliste

### 5.1 Zugang zu Logo-Dateien, Motivkatalog und Druckvorlagen erhalten

- Haben Sie die Zugangsdaten für die Thüringer Datenaustauschplattform (DAP) über [lsz@tmsgaf.thueringen.de](mailto:lsz@tmsgaf.thueringen.de) angefragt?

### 5.2 Informationen zu im LSZ-geförderten Projekt – allgemein

- Haben Sie die für Information und Publizität erteilten Auflagen in Ihrem Zuwendungsbescheid geprüft?
- Haben Sie den Publizitätsleitfaden zum Landesprogramm „Solidarisches Zusammenleben der Generationen“ gelesen?
- Nutzen Sie die Möglichkeit, auf der LSZ-Website [www.lsz-thueringen.de](http://www.lsz-thueringen.de) über Ihre Umsetzung des LSZ zu informieren?

Dafür sind die folgenden Informationen notwendig:

- Name des Ansprechpartners und Kontakt
- Link zur Website des Landratsamtes

### 5.3 Veranstaltungen und Pressemitteilungen

- Haben Sie das LSZ-Logo entsprechend der Vorgaben zur Farbgestaltung und Anordnung verwendet?
- Haben Sie daran gedacht, im Impressum auf die Förderung aus Mitteln des LSZ hinzuweisen, unter Verwendung der fixen Formulierung aus Abschnitt 4.2?
- Haben Sie die Druckfreigabe durch die jeweilige Pressestelle eingeholt?
- Wurde in den Pressemitteilungen auf die Förderung aus Mitteln des LSZ hingewiesen?

### 5.4 Website, Social Media und Digitale Medien

- Haben Sie das LSZ-Logo auf Ihrer Website, Ihrem Social Media Auftritt/ -Beitrag verwendet und gut sichtbar platziert?

- Wurde das LSZ-Logo entsprechend der Vorgaben zur Farbgestaltung (RGB-Version) und Anordnung verwendet?
- Wird ein/e Ansprechpartner:in benannt?
- Sind die zentralen LSZ-Dokumente auf der Website verfügbar und leicht zugänglich / aufzufinden?

## 6 Ansprechpartner:innen

Thüringer Ministerium für Soziales, Gesundheit, Arbeit und Familie

### **Referat 25 „Familien- und Seniorenpolitik“**

Dr. Stefanie Kretzschmar

Werner-Seelenbinder-Str. 6

99096 Erfurt

Tel. 0361/ 57 38 11 251

E-Mail: stefanie.kretzschmar@tmsgaf.thueringen.de

Fragen können auch an die Bewilligungsbehörde, das Thüringer Landesverwaltungsamt gerichtet werden.

### **TLVwA:**

Herr Olaf Hilpert

Tel.: 0361/ 22 23 425

E-Mail: olaf.hilpert@tlvwa.thueringen.de