

## Corporate Design

**gültig ab:**

24.02.2011

**Aktenzeichen:**

II-8200

**Verteiler:**

alle Mitarbeiter

**Zusammenfassung:**

Die Einführung des zwingenden Begriffes Jobcenter ab 01.01.2011 und das dadurch entwickelte und durch die Träger beschlossene neue Logo des Jobcenters Gera waren die Grundlage, gleichzeitig an einer eigenständigeren Identität unserer Dienststelle zu arbeiten und diese in Form eines Corporate Designs festzuschreiben.

Das Corporate Design ist ein professionelles, einprägsames und beständiges Erscheinungsbild und die wichtigste Grundlage für eine wirkungsvolle Kommunikation und einen positiven Imagetransfer.

Dies zum Ziel beschreibt der Rundbrief die Inhalte und Vorschriften, die dazu beitragen sollen für das Jobcenter Gera ein Mindestmaß an Einheitlichkeit und Professionalität zu gewährleisten.

**Inhalt:**

1. Grundgedanke/Ausgangslage
2. Logo
3. Farbkonzept
4. Typografie
5. Vordrucke
6. Schlussbemerkungen

Gera, 24.02.2011



Vogel  
Geschäftsführer

## 1. Grundgedanke/Ausgangslage

Mit der „Jobcenter-Reform“ wird das Zusammenwirken der Bundesagentur für Arbeit und der Stadt Gera in einer gemeinsamen, in der Ausführung eigenständigen, Einrichtung gesetzlich normiert. Der Begriff „Jobcenter“ wurde hierbei verbindlich vorgegeben und bietet die Möglichkeit der Gestaltung einer eigenen Wort-Bild-Marke.

**Grundgedanke**

Darüber hinaus bietet sich die Möglichkeit, mit Hilfe eines eigens kreierten Corporate Designs einen weiteren Schritt in Richtung eigenes Image zu gehen. Im Ergebnis kann dies neben der Stärkung der Identifikation nach Innen und Außen auch die Wahrnehmung in der Bevölkerung vor Ort, der überregionalen Öffentlichkeit und in den Medien beeinflussen. Jedoch erst die konsequent einheitliche Umsetzung aller Identität stiftenden Elemente des Erscheinungsbilds führen zum Ziel der Wiedererkennbarkeit.

**Corporate Design (CD)  
Gedanke**

Ein einheitliches Erscheinungsbild strahlt zudem Professionalität und Kompetenz des Jobcenters aus und präsentiert uns als eine moderne und zukunftsorientierte Institution. Diese wichtige Außenwahrnehmung prägt den Eindruck unserer Kunden mit entsprechenden (subjektiven) Rückschlüssen auf die Qualität der Leistungsfähigkeit und den Dienstleistungscharakter. Das Corporate Design verleiht der „anonymen“ Behörde ein Gesicht. Diese Personalisierung wird durch das Tragen von Namensschildern sowie die Angabe des Namens der Beschäftigten auf Tür- und Namensschildern im Jobcenter in der Form „Anrede, abgekürzter Vorname, Nachname“ (z.B. „Frau M. Mustermann“) unterstützt und verstärkt. Auf den Türschildern wird grundsätzlich die Tätigkeitsbeschreibung des Beschäftigten aufgeführt. Form und Inhalt des Corporate Designs des Jobcenters bilden demnach eine Einheit mit enger Wechselwirkung.

Corporate Design Handbücher sind üblicherweise allumfassende Regelwerke. Vor dem Hintergrund der hier vorherrschenden Gegebenheiten beschreibt dieser Rundbrief aber nur ein Mindestmaß an Vorschriften und verzichtet dabei absichtlich auf Überreglementierung.

**Anforderungen an  
eigenes CD**

Im Folgenden werden die einzelnen Bausteine vorgestellt. Dabei werden die Vordrucke separat im entsprechenden Aktenzeichen in der Ablage ausgewiesen, da es nicht ausgeschlossen ist, dass es zu fortlaufenden Anpassungen kommen kann.

Die Führungskräfte sind angehalten, die konsequente Nutzung durch die Mitarbeiter sicherzustellen, insbesondere kann dies durch das eigene gezielte Vorleben erreicht werden.

**unabdingbare  
Voraussetzung**

## 2. Logo

Der Schriftzug ist einfach, klar und gut erkennbar und wirkt dabei markant und modern.

### Wiedererkennungswert

Er hat einen hohen Wiedererkennungswert. Zugleich wirkt der Begriff verbindend und stärkt so auch die Identifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihrer erfolgreichen Arbeit im Jobcenter Gera.



The logo consists of the word "jobcenter" in a bold, sans-serif font. The letters "job" are colored orange, while "center" is black. Below "jobcenter" is the word "Gera" in a smaller, black, sans-serif font.

### Farbe

Eigenständigkeit stellt das Logo speziell durch die orange eingefärbte Wortsilbe „Job“ her. Sie leitet sich aus der Mischung der Hauptfarben unserer beiden Träger, gelb und rot, ab. Im Rahmen der vorliegenden technischen Gegebenheiten wurde das Orange mit den RGB-Farben 228, 108, 10 ausgewählt. Es lässt sich problemlos aus der Standard-Farbenpalette von Office benutzen.

### Proportion

Das Logo ist in der hier abgebildeten Anordnung und in den Größenverhältnissen und Bündigkeiten unveränderbar.



The logo is shown with a dashed rectangular bounding box around the text "jobcenter" and "Gera". The bounding box is wider than it is tall, indicating the proportions of the logo.



The logo is shown with dimension lines. A vertical line on the right side of the "jobcenter" text is labeled "x", indicating its height. A horizontal line below the "Gera" text is labeled "1/2 x", indicating its width. This shows that the width of "Gera" is half the height of "jobcenter".

Es ist zwingend darauf zu achten, dass bei Änderung der Darstellungsgröße die Proportionen („Änderungsverhältnis sperren“) beibehalten werden.

### Größe, Position

Die Größe des Logos wird grundsätzlich auf eine Breite von 4 cm für alle zu erstellenden Dokumente festgesetzt. Es ist prinzipiell in der Kopfzeile oben rechts anzubringen. Ausnahmen hierzu bilden lediglich die zur Verfügung gestellten Vordrucke, in denen es aus layouttechnischen Gründen (bspw. Titelseiten) zu Abweichungen kommt.

Es ist in jedem Fall die farbige Variante zu wählen, da es bei den Arbeitsplatzdruckern automatisch in Graustufen umgewandelt wird.

### 3. Farbkonzept

Abgeleitet aus den bereits beschriebenen Grundgedanken zum neuen Logo ergeben sich die kontraststarken Grundfarben Orange und Schwarz für das Jobcenter Gera.

#### **Grundfarben**



Diese beiden bilden den Ausgangspunkt des Konzeptes und der Findung weiterer harmonisierender Farben.

Generell gilt es, sparsam mit Farben umzugehen, damit die erstellten Dokumente und Präsentationen nicht zu bunt erscheinen und ihre „Professionalität“ verlieren.

In einigen Fällen, besonders bei grafischen Darstellungen, ist es dennoch unabdingbar mehrere Farben zum Einsatz zu bringen. Mit Hilfe der vorhandenen Standard Farbpalette können die jeweiligen Abstufungen der Grundfarben bedenkenlos genutzt werden.

#### **Abstufungen**



Für die Darstellung der Belange des Jobcenters Gera können vier weitere Blöcke optional, je nach Notwendigkeit, verwendet werden.

### 4. Typografie

Das einheitliche Erscheinungsbild erstreckt sich nicht nur auf das Logo und grafische Elemente, auch der Schrifttyp und seine Anwendung prägen sehr nachhaltig den Auftritt des Jobcenters Gera.

Bedingt durch die Nähe zum System der Bundesagentur für Arbeit und daraus entstehenden technischen Zwängen werden zwei Standardschriftarten definiert.

#### **Standardschriftarten**

Arial und Calibri

Die Standardschriftgröße beträgt 11 Punkt und sollte nach Möglichkeit nicht unterschritten werden. Variationen wie Fett-/Kursivschreibung oder Unterstreichungen sind möglich.

**Anwendungsprinzip**

Bei zentralen und lokalen Vorlagen ist immer Arial zu verwenden, um die Einheitlichkeit des Schriftstücks zu gewährleisten. Auf allen frei erstellten Unterlagen ist Calibri zu verwenden, insbesondere bei Publikationen mit Außenwirkung wie Türschilder, Wegweiser, Berichte usw.

**5. Vordrucke**

Zur Umsetzung des einheitlichen Erscheinungsbildes sollen die nachfolgend genannten Vordrucke dienen. Sie bieten für alle erdenklichen Geschäftsvorgänge, welche uns in unserer täglichen Arbeit ereilen, Muster an.

Gemeinsam haben alle diese Muster, dass Sie das Logo und die Farbkombination wiedergeben. Entsprechend der Ausrichtung des Corporate Designs wird auch hier nach Vorlagen mit Außen- und Innenwirkung unterschieden. Beide Gruppen sind dabei in sich identisch. Zu finden sind diese unter dem Aktenzeichen II-8200.

- Protokolle
- Bereichsfestlegung
- Verfahrensregelung
- Excel
- E-Mail-Stempel
- Rundbrief
- PowerPoint Präsentationen
- Visitenkarten
- Beschlussvorlage der Trägerversammlung
- Beschilderungen
- Dokumentvorlagen

**6. Schlussbemerkungen**

Es handelt sich beim Corporate Design um ein fest strukturiertes System, welches aber nicht starr sein sollte. Es lebt, neben der Kontinuität, auch von Verbesserungen und Innovationen.

Sollten während der Umsetzung/Anwendung Fragen oder Unklarheiten auftreten, ist immer vorher das Büro der Geschäftsführung zu befragen.

Alle bisherigen Vorlagen zu den erarbeiteten und hier aufgeführten Themen sind mit Inkraftsetzung dieses Rundbriefs zu verwerfen.

Die Führungskräfte achten, besonders in der Anfangsphase, sehr genau auf die Umsetzung dieser Vorschriften. Nur so kann das einheitliche Erscheinungsbild seine volle Wirkung entfalten.