

Weisung 202606020 vom 25.06.2026 – Das Corporate Design der BA 2026

Laufende Nummer: 202606020

Geschäftszeichen: 1306.9 / 1300 / 1306 / 1306.11 / 1002.3 / 1508 / 1700 / 1731 / 1841 / 1863 / 1937 / 6221 / 6222 / 6227 / 6721.11

Gültig ab: 25.06.2026

Gültig bis: 31.12.2028

SGB II: nicht betroffen

SGB III: Weisung

Familienkasse: Weisung

Bezug:

- HEGA 12/13 - 19 - Einheitliches Erscheinungsbild der BA 3.0

Aufhebung von Regelungen:

- HEGA 12/13 - 19 - Einheitliches Erscheinungsbild der BA 3.0

Zusammenfassung

Das Corporate Design (CD) der BA definiert die optische Identität der BA. Darüber hinaus formuliert es Grundsätze der Markenbildung. Es verleiht der BA ein unverwechselbares und wiedererkennbares „Gesicht“. Das CD ist ein anerkanntes Instrument der Vertrauensbildung, denn Form und Inhalt bilden eine Einheit mit enger Wechselwirkung. Die Leitlinie „Das Corporate Design der BA“ ist das regelnde Kernwerk und ein Instrument der Governance der BA, welches zur Umsetzung angewiesen ist.

1. Ausgangssituation

Seit dem 17.02.2005 hat die BA ein vom Vorstand beschlossenes Einheitliches Erscheinungsbild bzw. Corporate Design (CD). Die letzte Aktualisierung des CDs datiert in 2013 und wurden formal als HEGA kommuniziert.





Die alte HEGA ist jetzt in das neuere Format „Online-Weisung“ überführt. Parallel sind die fachlichen Inhalte, die sich über die Jahre geändert haben, aktualisiert worden. Das bedeutet, dass das CD weitestgehend identisch geblieben ist.

2. Auftrag und Ziel

Das CD wird in der Leitlinie „Das Corporate Design der BA“, Version 2026, festgehalten.

Das CD definiert primär die optische Identität der BA. Darüber hinaus formuliert es Grundsätze der Markenbildung. Es verleiht der BA ein unverwechselbares und wiedererkennbares „Gesicht“. Es ist die Basis für die Identifizierung seitens der Kundinnen und Kunden und für die Selbstidentifizierung seitens der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das CD ist ein anerkanntes Instrument der Vertrauensbildung, denn Form und Inhalt bilden eine Einheit mit enger Wechselwirkung. Eine weitere wichtige Funktion ist die hohe Wirtschaftlichkeit durch Automatisierung und Kostensynergien in der Medienproduktion.

3. Einzelaufträge

Die optische Identität der BA gelingt nur, wenn ein verbindlicher Standard geschaffen und eingehalten wird. Daher müssen alle Dienststellen, Organisationseinheiten und Organe der BA insbesondere bei Kommunikationsmaßnahmen und allen sonstigen Trägern des Erscheinungsbilds, wie bspw. Internetportalen, Geschäftsdrucksachen, Gebäuden, Wegeleitungen, Namensschildern, Branding auf Kommunikationsmitteln etc. (s. Themen des CD-Kernwerks) verantwortlich für die konsequente Einhaltung Sorge tragen. Im Sinne der Einheitlichkeit dürfen keine eigenen optischen Lösungen – auch nicht in Teilaspekten – geschaffen werden. Neuentwicklungen sind mit dem zentralen Marketing abzustimmen und können ggf. im Rahmen einer Weiterentwicklung integriert werden.

4. Info

Entfällt

5. Haushalt

In vielen Produktivsystemen wie bspw. BK-Vorlagen, Marketing-Management-Plattform (MMP), Online-Portal inkl. Portal Design System (PDS), PowerPoint-Master etc. ist das CD bereits implementiert. Das macht die große Wirtschaftlichkeit eines einheitlichen optischen Systems aus.

6. Beteiligung

Der Hauptpersonalrat und die Hauptschwerbehindertenvertretung wurden beteiligt.

gez.

Unterschrift