

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

**Geschäftszeichen:** PM – 1300 / 1306 / 1306.9 / 1002.3 / 1508 / 1700 / 1731 / 1841 / 1863 / 5397 / 6221 / 6222 / 6227 / II-4391 / II-8200 / II-8812

**Gültig ab:** 01.01.2014

**Gültig bis:** 31.12.2018

**SGB II:** Information

**SGB III:** Weisung

**Aufhebung von Regelungen:** HEGA 06/09 - 17

## Zusammenfassung:

Das vorliegende Einheitliche Erscheinungsbild (Corporate Design) in der Version CD 3.0 ersetzt die Version CD 2.2.1 ab 1. Januar 2014. In Form eines großen Entwicklungsschritts ist ein einfacheres, flexibleres und wirtschaftlicheres System-Design verwirklicht worden. Dachmarke, Marken der BA und Markenarchitektur verbleiben unverändert.

- [1. Ausgangssituation](#)
- [2. Auftrag und Ziel](#)
- [3. Einzelaufträge](#)
- [4. Koordinierung](#)

## 1. Ausgangssituation

Die BA hat ein Einheitliches Erscheinungsbild (= Corporate Design, CD), dessen Umsetzung am 17.02.2005 vom Vorstand beschlossen und mittels einer HEGA angewiesen wurde.

Das Einheitliche Erscheinungsbild verleiht der BA ein unverwechselbares und wiedererkennbares „Gesicht“. Es ist die Basis zur Identifizierung seitens der Kunden und zur Selbstidentifizierung seitens der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zudem entspricht es der Erwartungshaltung an eine glaubwürdige und modern geführte Institution, denn die Außenwahrnehmung prägt den Eindruck der Kundinnen und Kunden mit entsprechenden assoziativen Rückschlüssen auf Qualität und Leistungsfähigkeit. Somit ist das CD ein wichtiges Instrument der Vertrauensbildung, denn Form und Inhalt bilden eine Einheit mit enger Wechselwirkung.

Eine weitere wichtige Funktion ist die hohe Wirtschaftlichkeit durch Kostensynergien bei Beschaffungsprozessen in der Medienproduktion.

## 2. Auftrag und Ziel

Wichtiger Fokus der geschäftspolitischen Ziele bleibt die kundenorientierte Ausrichtung der BA. Das Einheitliche Erscheinungsbild leistet dieser Folge und unterstützt sichtbar die Identität der BA zwischen Kundennähe und behördlicher Autorität. Ziel ist, das Einheitliche Erscheinungsbild der BA mit hohem Wiedererkennungswert nach Innen und Außen konsequent umzusetzen. Es muss daher optisch von allen Medien, Einrichtungen und Kommunikationsmitteln konsequent transportiert werden.

Das übergeordnete Marketingkonzept der BA fordert eine „Vereinfachung des einheitliches Auftretens der einzelnen Einheiten der BA“ ein. Zielvorgabe ist, die fortwährende kreative Interpretation des CDs durch eindeutige Standard-Vorgaben und einer Vereinfachung der CD-Richtlinien deutlich zu verringern. Dieses Ziel wird mit dem vorliegenden CD 3.0 umgesetzt.

## **3. Einzelaufträge**

### **3.1 Organisationsübergreifender Auftrag**

Das Einheitliche Erscheinungsbild ist von allen Dienststellen und Organisationseinheiten der BA zu beachten, einzuhalten und umzusetzen. Im Sinne der Einheitlichkeit dürfen keine eigenen Lösungen – auch nicht in Teilaspekten – geschaffen werden.

#### **Zeitpunkt**

Das CD 3.0 ersetzt das bisher geltende CD 2.2.1 ab 1. Januar 2014. Publikationen, Medien, Drucksorten und alle Kommunikationsmaßnahmen, die das bisherige CD anwenden, können sofort oder schrittweise, unter Abwägung wirtschaftlicher Aspekte, umgestellt werden. Neuproduktionen und -beschaffungen haben hingegen ab dem 1. Januar 2014 das CD 3.0 anzuwenden.

#### **Beschilderung und Wegeleitung (Signaletik) und Inventar**

Hissfahnen, Gebäudeschilder, Stelen und Fassadenlogos müssen das CD berücksichtigen.

Bestehende Wegeleitsysteme müssen aufgrund der hohen Kosten das CD nicht zwingend umsetzen. Lediglich bei Neubeschaffung eines kompletten Systems ist auf das CD abzustellen. Zuständig für die Beschilderung und Ausstattung der Dienststelle mit Wegeleitsystemen ist der IS Infrastruktur. Die Buchung der Ausgaben erfolgt bei Kap. 5 Titel 519 01. Info- und Prospektsäulen werden durch den IS Infrastruktur zu Lasten von Kap. 5 Titel 511 01 bzw. Titel 812 01 beschafft. Die Umstellung des CDs auf ausschließliche Verwendung der Hausschrift „Arial“ ist zu beachten. Fallweise kann die weitere Verwendung der bisherigen Schrift „Corporate sans“ wirtschaftlicher sein. Das ist vor Ort zu entscheiden. Sofern eine Liegenschaft zusammen mit einer gemeinsamen Einrichtung (gE) genutzt wird, ist unter Beachtung der jeweils geltenden Nutzungsverträge ggf. mit der gE Einvernehmen über die o.g. Maßnahmen herzustellen, sofern es sich um Teile der Liegenschaft handelt, die (ausschließlich) von der gE genutzt werden oder die Wegeleitung zur gE betreffen.

#### **Branding von Geschäftsausstattung**

Als Branding wird der Aufdruck von Marken bzw. Logos bezeichnet. Das Branding von Geschäftsbedarfs für Mitarbeiter ist für die Umsetzung des CDs nicht mehr vorgesehen. Ein mögliches Branding muss jedoch das CD beachten. Bis 20.08.2014 kann über PEP ein Restkontingent an gebrandeter Geschäftsausstattung (DIN-A4-Notizblöcke, Zettelboxen, Tischkugelschreiber etc.) abgerufen werden. Abrufe werden über den zuständigen IS vorgenommen, der durch die Presse- und Marketingverantwortlichen (PuM) der RD/Agenturen beauftragt wird. Die Finanzierung erfolgt dezentral durch den Abrufenden. Die Finanzposition richtet sich nach dem Einsatz der abgerufenen Produkte. Hier sind die Buchungshinweise im Kontierungshandbuch zu beachten. Die Finanzierung von Kommunikations- und Streumitteln erfolgt ausschließlich über die FiPo 5-542 01-00-0001 bzw. im Rahmen von Messeinsätzen über 5-545 01-00-0003.

### **3.2 Regionaldirektionen, Agenturen für Arbeit, Besondere Dienststellen**

- Stellen die vollständige Umsetzung des Einheitlichen Erscheinungsbilds in der jeweiligen Zuständigkeit sicher
- Benennen eine/n Verantwortliche/n für das Einheitliche Erscheinungsbild
- Die RDen unterstützen und beraten die Agenturen für Arbeit bei der Umsetzung

## **4. Koordinierung**

Stete/r Ansprechpartner/in ist die oder der Beauftragte für das Corporate Design im Stab Presse/Marketing in Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen Presse/Marketing in den RDen. Wichtige koordinierende Info-Plattform für die Presse- und Marketingverantwortlichen ist das Online-Tool des Fachbereichs KISS (Kommunikations- und Informations-Service-System).

### **Fundstellen**

Die Identität stiftenden Gestaltungselemente werden in den „Gestaltungsrichtlinien für das Einheitliche Erscheinungsbild der BA“ und den zugehörigen Modulen beschrieben. Die neu festgesetzten Gestaltungselemente finden sich im Anhang „CD 3.0 – Übersicht der Medien und Formate“. Die Handbücher sind im Intranet im Bereich Marketing > Erscheinungsbild > Handbuch veröffentlicht. Eingefügt ist ebenfalls ein leicht verständlicher Kompaktberater zum Thema CD. Als weitere Maßnahme der Vereinfachung wird bis zum 30.06.2014 das CD-Online-Portal umgesetzt, in dem sämtliche Träger und Design-Elemente des CDs an zentraler Stelle abgelegt werden – durchklickbar, einfach und mit sämtlichen relevanten Infos, Downloads und Tools direkt am Objekt.

gez. Unterschrift