

KAMPAGNEN STYLEGUIDE

DIAMANT IM UNTERNEHMEN 2021





INHALT

1.0 Kampagnen-Claim

1.1 Claim-Aussage

1.2 Kampagnenlogo

1.2.1 Anwendung
des Kampagnenlogos

1.2.2 Unerlaubte Anwendung
des Kampagnenlogos

2.0 Kundenavatar

3.0 Bildsprache

3.1 Keyvisuals

4.0 Typografie

4.1 Schriftart

5.0 Wording

5.1 Tonality

5.2 Hashtags | URL

6.0 Templates

6.1 Print

6.2 Online/Digital





1.0 KAMPAGNEN-CLAIM

1.1 Claim-Aussage

Der Claim:

„DER DIAMANT IN IHREM UNTERNEHMEN“

„Der Diamant in Ihrem Unternehmen“ wird ausschließlich im Siegel dargestellt.
Der Einsatz des Claims getrennt vom Siegel anzuwenden ist unzulässig.

Die Farbgebung ist so gewählt, dass „Diamant“ und „Unternehmen“ im Vordergrund stehen.





1.0 KAMPAGNEN-CLAIM

1.2 Kampagnenlogo



Das Kampagnenlogo setzt sich aus der Illustration Diamant, dem Claim und der Bildmarke der Bundesagentur für Arbeit zusammen.

Der Diamant ist in Rottönen, in drei Farbschattierungen und einer weißen Outline dargestellt. Der Claim umschließt die Bildmarke. Die Bildmarke der Agentur steht als Trennpunkt zwischen dem ersten Bereich des Claims und dem zweiten.

1.2.1 Kampagnenlogo schwarz-weiß



Je nach Bedarf besteht eine schwarz-weiß Darstellung des Kampagnenlogos.



1.0 KAMPAGNEN-CLAIM

1.2 Kampagnenlogo



Die Rottönen, in den drei Farbschattierungen setzen sich wie folgt zusammen:

Primär- und Hausfarbe

CMYK: 0 / 100 / 100 / 0

Web: #E30613

Sonderfarbe: PANTONE Red 032



Schattierung Hell

CMYK: 10 / 100 / 100 / 0

Web: #D51317

Sonderfarbe: PANTONE Red 186

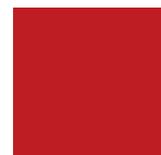


Schattierung Dunkel

CMYK: 10 / 100 / 100 / 10

Web: #C41414

Sonderfarbe: PANTONE 1805





1.2 KAMPAGNENLOGO

1.2.1 Bildanwendung des Kampagnenlogos



Innerhalb der KeyVisuals wird das Kampagnenlogo von einer roten Spitze getragen.

Diese Darstellung ist die primäre Anwendung des Kampagnenlogos. Es ist ein wesentlicher Bestandteil des KeyVisuals.



Das Kampagnenlogo darf auch als Bindeglied zwischen roter Fläche und Bild eingesetzt werden. Bei dieser Positionierung trifft die Spitze des Diamantes auf die rote Fläche.



1.2 KAMPAGNENLOGO

1.2.1 Kampagnenlogo als Stempel



Das Kampagnenlogo kann auch als Art „Stempel“ eingesetzt werden. Im Bild an die obere rechte Ecke...



...oder in der Überschrift als Eyecatcher. Die erlaubte Positionierung ist sowohl als Starter als auch als Finisher.

DAS SAGEN MITARBEITER:INNEN



IHRE ANSPRECHPARTNER





1.2 CLAIM-LOGO

1.2.2 Unerlaubte Anwendung des Claim-Logos



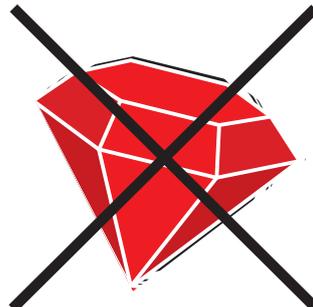
Kampagnenlogo ohne Claim



Den Claim getrennt von der Bildmarke platzieren.



KEINE Verzerrung der Marke!



Der Diamant darf NICHT alleine stehen!

2.0 KUNDENAVATAR

2.1 Arbeitgeber

Andreas ist wettbewerbsorientiert und ist gerne bereit die extra Meile für seinen Erfolg zu gehen. Er verfügt über ein hohes Ich-Vertrauen und sieht sich selbst als Macher. Von seinen Mitarbeitern fordert er ein gewisses Maß an Einsatzbereitschaft. Neben dem ganzen Leistungsdruck ist in ihm eine Sehnsucht nach Ruhe und Berechenbarkeit.

Er vermeidet alles was ihm eine Art von Machtlosigkeit demonstriert oder Stress verursacht. Er schafft gerne mit seinen Händen und muss immer etwas zu tun haben.

In seiner Freizeit besitzt die Familie einen hohen Stellenwert. Das Vereinsleben ist ihm wichtig, da er hier seinem Wohnort etwas zurückgeben, aber auch seinen Status ausbauen kann.

” Wenn wir Mitarbeiter:innen nicht an Global Player verlieren wollen, müssen wir unser Jobangebot attraktiver gestalten und die Qualifikation unserer Mitarbeiter pro aktiv steuern.



2.0 KUNDENAVATAR

2.1 Arbeitgeber



Vorname/Nachname: **Andreas**

Alter: **50 Jahre**

Geschlecht: **männlich**

Familienstand: **verheiratet**

Kinder (Anzahl/Alter): **2 (16 und 20)**

„Wenn wir Mitarbeiter:innen nicht an Global Player verlieren wollen, müssen wir unser Jobangebot attraktiver gestalten und die Qualifikation unserer Mitarbeiter pro aktiv steuern.“

Persönlichkeit	
Charakter:	Leidenschaftlich. verlässlich, selbstbewusst, verantwortungsbewusst
Leidenschaft:	Lebt für seinen Betrieb und Familie
Einwände:	Eingriff in die Unternehmerhoheit, mehr Aufwand, Qualifizierter Mitarbeiter verlässt das Unternehmen.

Spezifische Eigenschaften	emotionale Eigenschaften
Automarke: VW, SUW	Schmerzpunkt:
Hobbys: Fußball, Verein, Wandern, Fahrrad	Fehlende Qualität-Arbeitskräfte, Bürokratie, Verlässliche Mitarbeiter, zufriedene Kunden
Informationsquellen/Soziale Medien: Reg. Zeitung/Facebook/ eher passiv Xing, noch unbekannter LinkedIn	Herausforderung: Digitalisierung, Fachkräftemangel, Bürokratieabbau//politisch
Gelebte Werte:	Engagement
Leistung/Ehrgeiz, Ehrlichkeit, Tradition, Geselligkeit	Bedürfnisse: gewisses Maß an Sicherheit, Regeln, Entlastung im Tagesgeschäft, Lobbyarbeit
Ziele:	Träume & Wünsche:
Status erhalten, Betrieb zukunfts-fähig aufstellen, Work-Life-Balance	idealtypische Kunden, Mitarbeiter, die ihn unterstützen, Raum für Wachstum//Gewerbefläche// sich in Ruhe, um sein Unternehmen kümmern/strategische Dinge, Digitale Infrastruktur

2.0 KUNDENAVATAR

2.1 Arbeitnehmer:in

Monika hat in jungen Jahren versäumt eine Ausbildung zu absolvieren. Das bereut sie heute. Ihr Selbstbewusstsein hat dadurch gelitten.

In der Dorfgemeinschaft ist sie sehr engagiert und bekommt dadurch ein wenig Anerkennung. Doch ihr fehlt die wirkliche Wertschätzung. Sie möchte ihren Kindern etwas bieten und hat deshalb all ihren Mut zusammen genommen.

Sie startet, in ihrem hohen Alter, eine Ausbildung. Sie vermeidet alles was ihr Angst macht und sie unsicher werden lässt. Sie ist sozial sehr engagiert. Sowohl der Verein als auch der Elternbeirat kann sich auf sie verlassen. Neben all den Aktivitäten ist ihr die Zeit mit ihren Kindern wichtig.

„ Ich hatte leider keinen, der mir damals erklärte wie wichtig ein Schulabschluss und eine Ausbildung sind. Bei meinen Kindern achte ich darauf und gehe jetzt mit gutem Beispiel voran, indem ich eine Ausbildung nachhole.“



2.0 KUNDENAVATAR

2.1 Arbeitgeber:in



Vorname/Nachname: **Monika Bauer**

Alter: **42 Jahre**

Geschlecht: **weiblich**

Familienstand: **alleinerziehend**

Kinder (Anzahl/Alter): **2 (12 und 16)**

„Ich hatte leider keinen, der mir damals erklärte wie wichtig ein Schulabschluss und eine Ausbildung sind. Bei meinen Kindern achte ich darauf und gehe jetzt mit gutem Beispiel voran, indem ich eine Ausbildung nachhole.“

Persönlichkeit

Charakter:

legt wert auf ihr Äußeres, ist offen und kommunikativ, neugierig, manchmal fehlendes Selbstbewusstsein

Leidenschaft:

Leidenschaftliche Hobbybäckerin, ihre Kinder

Einwände:

Hat Angst sie sei zu alt für eine Ausbildung. Hat Angst es zeitlich nicht zu schaffen. Hat schon lange nicht mehr gelernt (Kindererziehung und nur Hauptschulabschluss)

Spezifische Eigenschaften	emotionale Eigenschaften
Automarke: Daccia Dokker	Schmerzpunkt:
Hobbys: Engagiert sich im Elternbeirat. Mitglied im örtl. Sportverein, Handarbeit	Mangelnde Wertschätzung für Leistungen
Informationsquellen/Soziale Medien: Facebook, YouTube, Nachbarn und Freunde, Podcasts	Herausforderung: Ausreichend Zeit mit ihren Kindern
Gelebte Werte:	Bedürfnisse:
Lebt mit ihren Kindern im ländlichen Bereich, ist aktiv in der Dorfgemeinde u. lokalen Vereinen	Höheres Einkommen, dennoch Zeit für Familie und Haushalt
Ziele:	Träume & Wünsche:
Möchte gerne eine Ausbildung im sozialen Bereich absolvieren in Teilzeit/Kinderpflegerin	Vorbild für die eigenen Kinder, Berufsabschluss, raus aus der Hilfstätigkeit im Verkauf



3.0 BILDSPRACHE

3.1 KeyVisuals

Die Kampagne wirbt mit vier Motiven für das Förderangebot der Qualifizierung im Erwerbsleben.

Die Motive zeigen unseren Kundenavatar bei der erfolgreichen Durchführung seiner neu gewonnenen Qualifizierung. Links im Bild steht jeweils eine passende Aussage, die Identifikation bei der Zielgruppe schafft und ein Mindset entsteht:

„Wenn sie/er das schafft, schaffe ich es auch.“

Die KeyVisuals sind persönlich, modern, authentisch gestaltet und visualisieren die Qualität der Qualifizierung und das Angebot der Agentur für Arbeit.

Ich wusste gar nicht
was in mir steckt –
bis mein Chef seinen
Betrieb digitalisieren wollte!



Jetzt Fachkräfte sichern:

www.diamantimunternehmen.de





2.0 KUNDENAVATAR

2.1 Arbeitgeber

Kein Schulabschluss.
Diverse Helfertätigkeiten.
Jetzt bin ich auf dem Weg
mehr aus mir zu machen.



Jetzt Fachkräfte sichern:

www.diamantimunternehmen.de



Als junge Mutter fehlte
mir die Zeit.
Alleinerziehend das Geld.
Nun bekam ich die Chance
meine Ausbildung
nachzuholen.



Jetzt Fachkräfte sichern:

www.diamantimunternehmen.de





2.0 KUNDENAVATAR

2.1 Arbeitgeber

Keine anerkannte Ausbildung. Mit Hilfsjobs hielt ich mich über Wasser. Das Qualifizierungsangebot bringt den Mehrwert für mich und meinen Chef!

Jetzt Fachkräfte sichern:

www.diamantimunternehmen.de





4.0 TYPOGRAFIE

4.1 Schriftart

Ein weiteres zentrales Gestaltungselement ist die Hausschrift der BA, die Arial. Sie findet sich auf jedem Computer der BA und kann in den angebotenen Fettigkeitsgraden eingesetzt werden. Nicht zulässig ist die Verwendung der Schnitte „Narrow“ oder „Extended“. Ebenso darf keine Modifikation der Breite bzw. des Skalierungsfaktors vorgenommen werden – etwa 90% oder 110%. Auch der Wortabstand muss auf „normal“ (= 0) belassen werden.

Arial

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!()?§\$%

Arial Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!()?§\$%

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!()?§\$%

Arial Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!()?§\$%





5.0 WORDING

5.1 Tonality

Die Tonality ist ein wichtiges Instrument um Emotionen zu wecken. Welche Atmosphäre soll in der werblichen Kommunikation aufgebaut werden?

Zur Tonality gehört das Wording, welche Worte, welche Klänge, welche Aussagen sollen verwendet werden.

Die Tonality in der Diamanten-Kampagne ist:

- in der Ich-Erzählung
- vertrauensvoll
- hochwertig
- wertschätzend
- motivierend
- mutmachend
- seriös
- professionell

5.1.2 Beispielwerbetexte

” Keine anerkannte Ausbildung. Mit Hilfsjobs hielt ich mich über Wasser. Das Qualifizierungsangebot bringt den Mehrwert für mich und meinem Chef!

” Hallo Chef, ich habe das gerade entdeckt und glaube das wäre was für uns beide.
Qualifizierung im Erwerbsleben
bis zu 100% Förderung möglich.

Mehr Infos unter
www.diamantimunternehmen.de
oder direkt und gebührenfrei über
die Arbeitgeber Hotline:

0800 4 5555 20

Motivierte Grüße





5.0 WORDING

5.2 URL

Die Domain der Landingpage wird auf allen Werbemitteln transportiert.

www.diamantimunternehmen.de

Die Schreibweise ist bewusst in regular und bold, um die Domain lesefreundlich darzustellen.

5.2.2 hashtags

Durch den Einsatz von hashtags erhält die gesamte Social Media Kommunikation mehr Aufmerksamkeit. Die Kampagne erreicht mehr Sichtbarkeit.

Das erhöht die Chance auf mehr Follower, Likes und Interaktion auf dem entsprechenden Profil.

#diamantimunternehmen

#fachkräftequalifizieren

#berufsabschlussnachholen





6.0 TEMPLATES

6.1 Print

6.1.1 Flyer Titel





6.0 TEMPLATES

6.1 Print

6.1.1 Anzeige, Hochformat

ICH STEHE ALS HEADLINE

DER DIAMANT IN IHREM UNTERNEHMEN

Textinhalt des Inserats der Bundesagentur für Arbeit. Weiterer Textinhalt über mehrere Zeilen. Unterstützt die Headline

Bulletpoints an:

- Hier kann ein Bulletpoint stehen
- Noch ein Bulletpoint
- Platz für weitere Bulletpoints

Jetzt Fachkräfte sichern:
www.diamantimunternehmen.de

6.2.2 Anzeige, Querformat

ICH STEHE ALS HEADLINE

DER DIAMANT IN IHREM UNTERNEHMEN

Textinhalt des Inserats der Bundesagentur für Arbeit. Weiterer Textinhalt über mehrere Zeilen.

Bulletpoints:

- Hier kann ein Bulletpoint stehen
- Noch ein Bulletpoint
- Platz für weitere Bulletpoints

Jetzt Fachkräfte sichern:
www.diamantimunternehmen.de





6.0 TEMPLATES

6.1 Print

6.1.2 Postkarte





6.0 TEMPLATES

6.1 Print

6.1.3 Plakat

**POTENZIAL
ERKENNEN.
CHANCEN NUTZEN!**

**DER DIAMANT IN
IHRER UNTERNEHMEN**

**Jetzt Fachkräfte sichern:
www.diamantimunternehmen.de**





6.0 TEMPLATES

6.1 Print

6.1.4 Großflächen

Ich wusste gar nicht
was in mir steckt –
bis mein Chef seinen
Betrieb digitalisieren wollte!



Jetzt Fachkräfte sichern:
www.diamantimunternehmen.de





6.0 TEMPLATES

6.2 Online

6.2.1 E-Mailsignatur



POTENZIAL ERKENNEN.
QUALIFIZIERUNG IM ERWERBSLEBEN
CHANCE NUTZEN.

www.diamantunternehmen.de





6.0 TEMPLATES

6.2 Online

6.2.2 LinkedIn Anzeige, Quadratisch

DER DIAMANT IN
IHREM UNTERNEHMEN

Ich wusste gar nicht
was in mir steckt –
bis mein Chef
seinen Betrieb
digitalisieren
wollte!

Jetzt Fachkräfte sichern:
www.diamantimunternehmen.de

6.2.3 LinkedIn Anzeige, Querformat

DER DIAMANT IN
IHREM UNTERNEHMEN

Ich wusste gar nicht
was in mir steckt –
bis mein Chef seinen
Betrieb digitalisieren
wollte!

Jetzt Fachkräfte sichern:
www.diamantimunternehmen.de



