

[ADIUVA]

Brand- & Style-Guideline



Produktwelten, die den Kunden begeistern!

UNSERE PRODUKTWELTEN MACHEN UNSERE KUNDEN BERUFLICH STETIG ERFOLGREICHER.

Sie bieten unserem Kunden die Möglichkeit, unsere modular aufgebauten Leistungen und Services individuell zu verknüpfen – egal ob inhalte- oder technikgetrieben!

Zudem: Unsere Produktwelten stellen unseren Kunden sämtliche Leistungen und Services zu ihrer Vereinfachung an nur einer digitalen Anlaufstelle zur Verfügung. So ermöglichen wir unseren Kunden ein intuitives, individuelles und inspirierendes Nutzungserlebnis.

So bauen wir z.B. ADIUVA als strahlende Marke und www.adiuva.de als Zugang zu einer begeisternden Produktwelt für alle Finanz-Verantwortlichen auf.

ERLEBEN SIE UNSERE PRODUKTWELTEN HAUTNAH, IN DIE UNSERE TÄGLICHE ARBEIT FLIESST!

Tauchen Sie ein in unser interaktives StoryPicture und entdecken Sie selbst, was die einzelnen Produktwelten zu bieten haben! Erkunden Sie unsere Vielfalt an Services und Produkten, die speziell auf die Bedürfnisse der einzelnen Kunden zugeschnitten sind.



[Auf Entdeckungsreise gehen](#)

Inhaltsverzeichnis

Produktwelten, die den Kunden begeistern!	2	03 Digitale Produkte	21	05 Werbemittel	64
		Die digitale Welt von ADIUVA	22	Landing Page	65
01 Definition unserer Marke	4	Smart BR (SBR)	23-24	Unsere Newsletteranzeigen	66-67
Wer wir sind.	5	Smart PR (PRD)	25-26	Unsere Stand-Alone-Mailings	68
Unsere 3 Bereiche	6	Gleichstellung im Blick – DIGITAL (GDA)	27-29	Signatur	69
		Webinar – Wissens-Stunde (WSS)	30		
02 Design-Elemente	7			Kontaktdaten	70
Unser Logo:		04 Print Produkte	31		
- Logo ohne Slogan	8	Unsere Fachinformationsdienste	32		
- Logo mit Slogan	9	Typografie unserer Fachinformationsdienste am Bsp.			
- Logovarianten	10	„Gleichstellung im Blick“ – NORMALAUSGABE	33-34		
Unsere Farbpalette:		Typografie unserer Fachinformationsdienste am Bsp.			
- Farben für den Bereich ADIUVA	11	„Gleichstellung im Blick“ – PRINT INDICES	35-36		
Unsere Schriften:		Gleichstellung im Blick (GBI)	37-39		
- Typografie Druckerzeugnisse	12	Die SchwerBehindertenVertretung (SBV)	40-42		
- Typografie Druckerzeugnisse (Word) & Optimizely		Mitarbeitende Aktiv Vertreten (MAV)	43-45		
+ Typografie Landingpages/SAMse andere HTML	13	Personalrat aktuell	46-48		
Unsere Icons & Pictogramme	14	Urteilsdienst für den Betriebsrat	49-51		
Unsere Bildwelt:		Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement			
- Generelle Info zur Verwendung von Bildern	15	für Betriebsräte	52-54		
- Betriebsräte	16	Betriebsrat aktuell	55-57		
- Personalräte	17	ADIUVA-Umschläge	58		
- Frauen- und Gleichstellungsbeauftragte	18	Servicebroschüre	59		
- Schwerbehindertenvertretungen/Vertrauenspersonen	19	Begleitbriefe HWB, HWM - am Beispiel PRD	60		
- Mitarbeitervertretungen	20	Arbeitshilfen (.docx .xlsx .pptx)	61		
		Einmalfakturen EMF	62		
		Jahreswandkalender	63		

01 Definition unserer Marke



ADIUVA – Gemeinsam für mehr Mitbestimmung, Interessenvertretung und Gleichstellung

(SLOGAN)

VISION

Wir sind die erste Anlaufstelle für alle, die sich täglich für faire, gerechte und gleichberechtigte Arbeitsbedingungen einsetzen. Unsere Inhalte befähigen Mitbestimmungsorgane, Interessenvertretungen, sowie Frauen- und Gleichstellungsbeauftragte, die eigenen Rechte und Pflichten und die der Mitarbeitenden in der Arbeitsstätte zu wahren.

MISSION

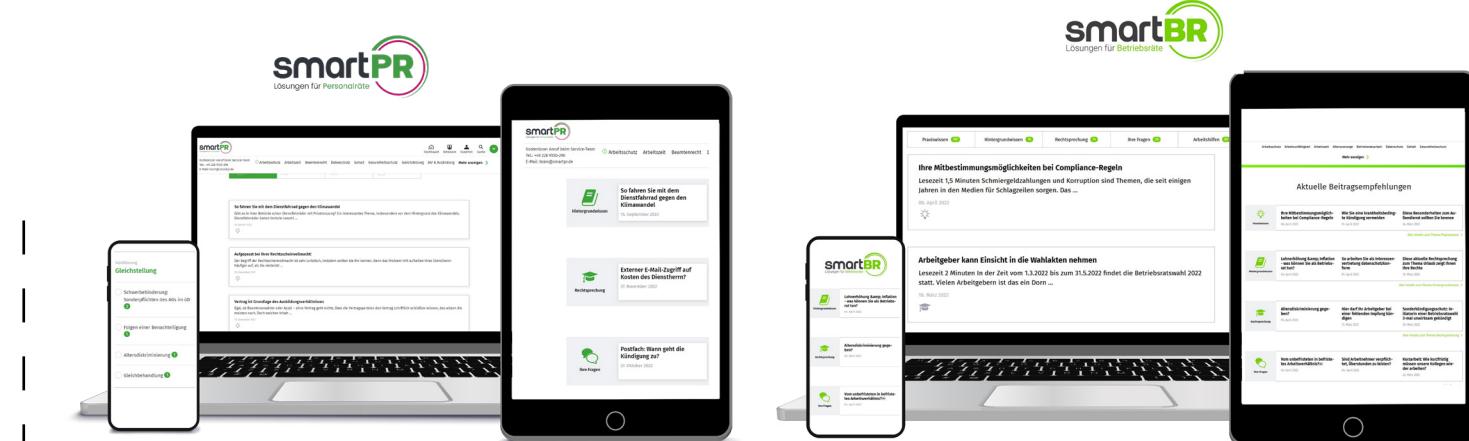
Wir arbeiten mit den besten Expert*innen rund um die Themen Mitbestimmung, Interessenvertretung und Gleichstellung zusammen. Wir haben immer ein Ohr in der Zielgruppe und nehmen regelmäßig auf verschiedenen Wegen persönlich Kontakt zu unseren Kund*innen auf. Alle Inhalte und Services werden stets an den Bedürfnissen unserer Kund*innen ausgerichtet. Unsere Inhalte sind aktuell, juristisch geprüft, kompakt aufbereitet und für jede Person leicht verständlich. Wir bedienen unterschiedliche Medienformen und erleichtern unseren Kund*innen den Zugang zu ihren wichtigen Themen und Arbeitsmitteln. Wir versetzen sowohl Einsteiger*innen, als auch Fortgeschrittene in die Lage, ihre Themen rechtssicher und praxisorientiert anzugehen und somit die Interessen der Mitarbeitenden erfolgreich zu vertreten und das Gesetz zu wahren.

Unsere 3 Bereiche

MITBESTIMMUNG

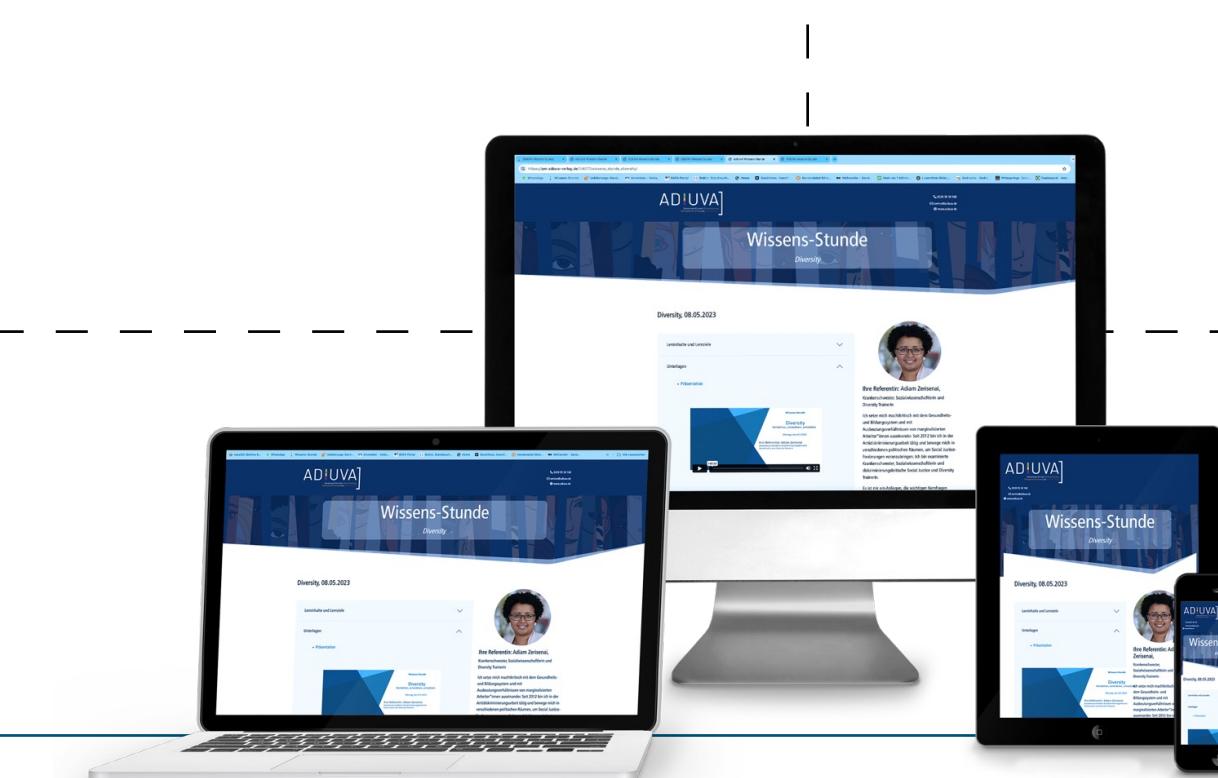
Als Mitbestimmungsorgan haben Sie die besonders verantwortungsvolle Aufgabe, Ihre Kolleg*innen gegenüber Ihrem*Ihrer Arbeitgeber*in zu vertreten und sogar zu schützen. Mit unseren auf Ihr Amt abgestimmten Informationsdiensten gelingt Ihnen das rechtssicher und jederzeit kompetent.

Egal zu welchem Thema.



INTERESSENVERTRETUNG

Als SBV oder MAV ist Ihr Arbeitsbereich vielfältig und sensibel. Und doch sind Ihre Rechte und Möglichkeiten nicht so umfangreich wie die der Mitbestimmungsorgane. Lassen Sie uns Ihre Stütze sein und Sie bei Ausführung Ihres wichtigen und verantwortungsvollen Amtes umfangreich und rechtssicher beraten.

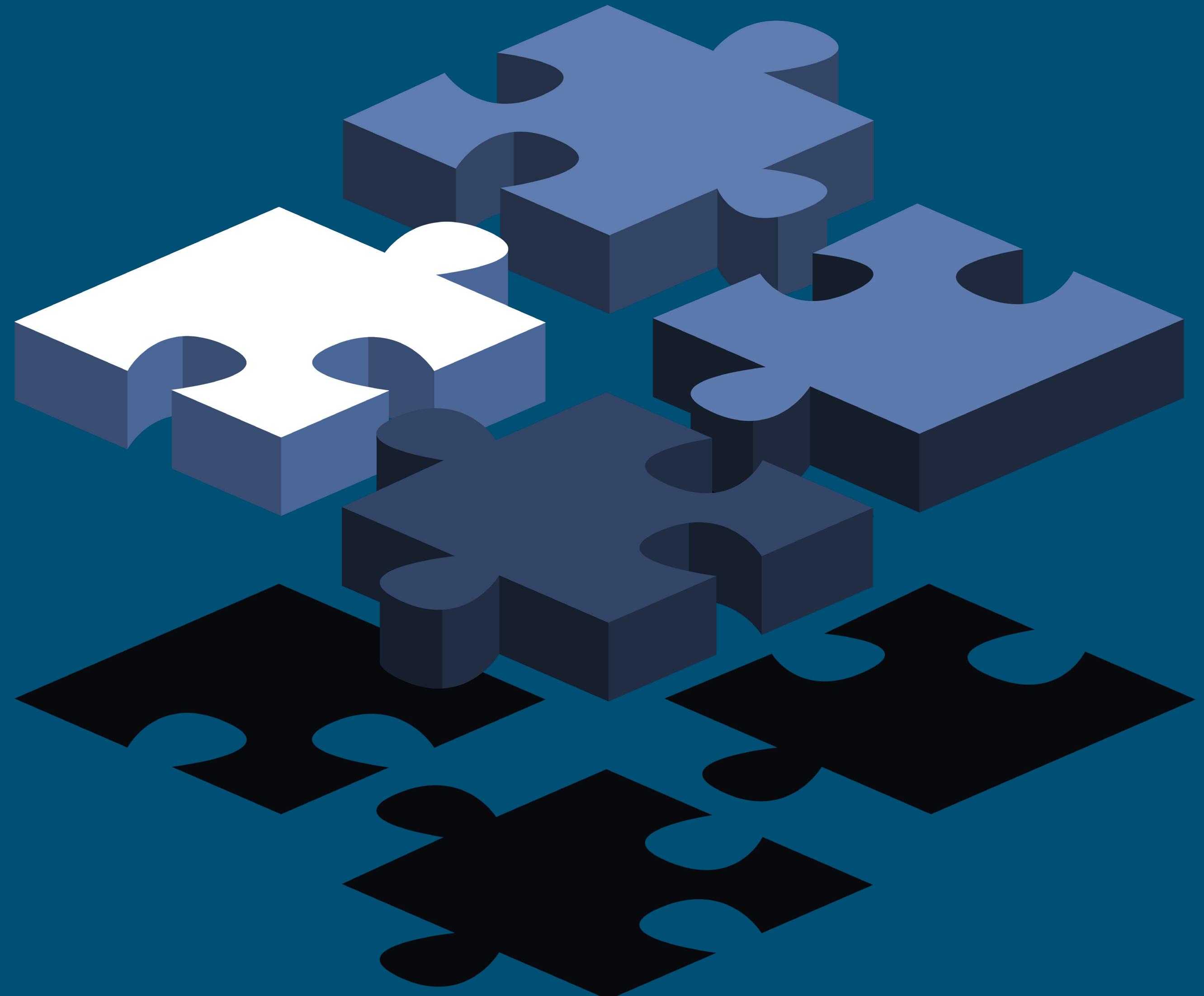


GLEICHSTELLUNG

Die Benachteiligung von Frauen in der Arbeitswelt ist nach wie vor weit verbreitet. Sie stellen sich mit der Ausführung Ihres Amtes einer großen Herausforderung. Lassen Sie uns Ihre Impulsgeberin sein und Sie bei Ihrer wichtigen Aufgabe mit Herz und Verstand unterstützen.



02 Design-Elemente



Unser Logo

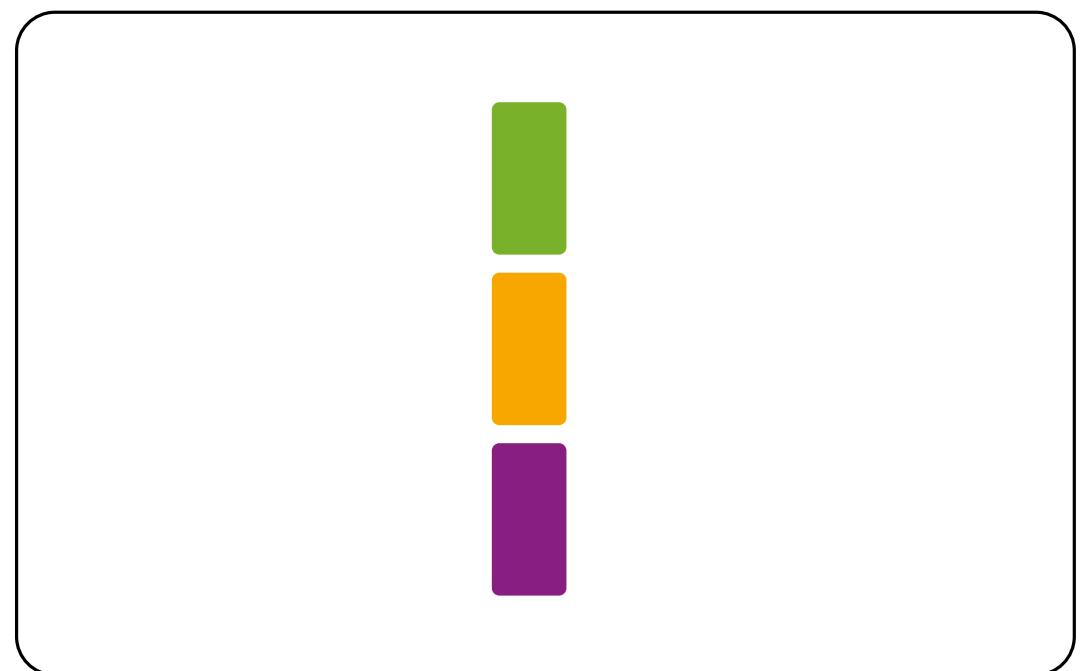
LOGO OHNE SLOGAN

Je nach Verwendung und Hintergrund können die Logo-Elemente in verschiedenen Varianten eingesetzt werden.



— Breite min. 12 mm —

Icon only



— Breite min. 12 mm —



Unser Logo

LOGO MIT SLOGAN

Je nach Verwendung und Hintergrund können die Logo-Elemente in verschiedenen Varianten eingesetzt werden.



— Breite min. 54 mm —



[Download ADI UVA Logo](#)

Unser Logo

LOGO VARIANTEN

Für bessere Lesbarkeit bei Beeinträchtigung
kann diese Version genutzt werden

Logo Variante



↔ - - - - - Breite min. 12 mm - - - - - ↔



[Download ADIUVA Logo](#)

Unsere Farbpalette

FARBEN FÜR DEN BEREICH ADIUVA

Diese Farbpalette wird produktunabhängig für den Bereich ADIUVA verwendet.

Sie kann ebenso korrespondierend zu den jeweiligen Produktfarben und Farbverläufen verwendet werden.

Pure White
HEX FFFFFF
CYMK 0-0-0-0
RGB 255-255-255

Black
HEX XXXX
CYMK 0-0-0-100
RGB 29-28-29

ADIUVA
HEX #000066
CYMK 100-85-13-45
RGB 31-41-87

Mitbestimmung
HEX #99cc33
CYMK 60-5-100-0
RGB 138-176-58

Interessenvertretung
HEX #ffcc00
CYMK 0-40-100-0
RGB 227-164-23

Gleichstellung
HEX #990099
CYMK 57-100-0-0
RGB 117-33-126

Unsere Schriften

TYPOGRAFIE Druckerzeugnisse

Für sämtliche Druckerzeugnisse (Ausgaben, Flyer, Briefe, Broschüren, Einmalfakturen etc.) verwenden wir im **Fließtext** die Schriftart **Frutiger LT Std, 57 Condensed**.

Die Schriftgrößen entnehmen Sie bitte der Folie XY.

Die Schriftfarbe für H1, Einleitung und Fließtext ist
ADIUVA-Blau #000066 ADIUVA-FARBEN

Frutiger LT Std, 57 Condensed

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789



Unsere Schriften

TYPOGRAFIE Druckerzeugnisse (Word) & Optimizely

Für personalisierte Briefe, Arbeitshilfen oder andere Druckerzeugnisse aus MS-Office, sowie Mails aus Optimizely nutzen wir die Schriftart **ROBOTO Light**.

Die Schriftfarbe für den Fließtext ist
ADIUVA-Blau #000066 [ADIUVA-FARBEN](#)

TYPOGRAFIE Landingpages/SAMse andere HTML

Für alle online Darstellungen nutzen wir die Schriftart **ROBOTO Light**.

Die Schriftfarbe für den Fließtext ist
ADIUVA-Blau #000066 [ADIUVA-FARBEN](#)

ROBOTO Light

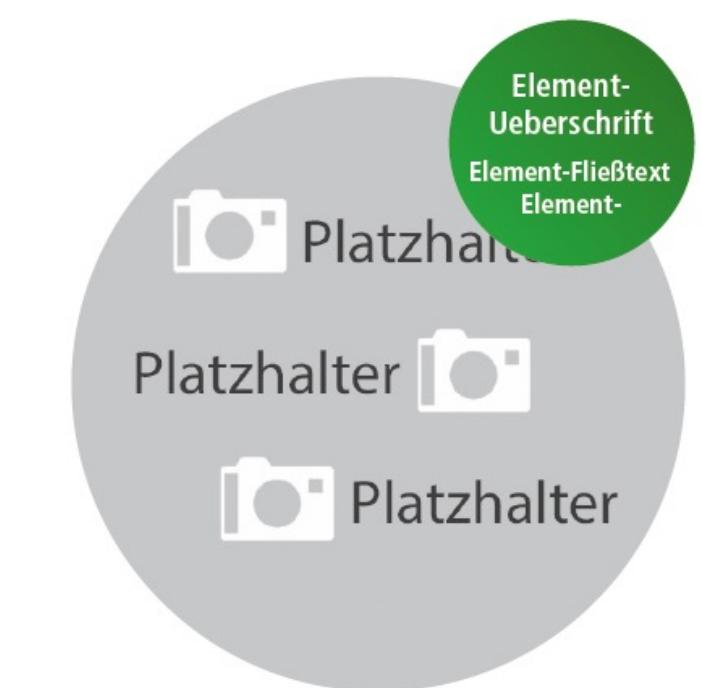
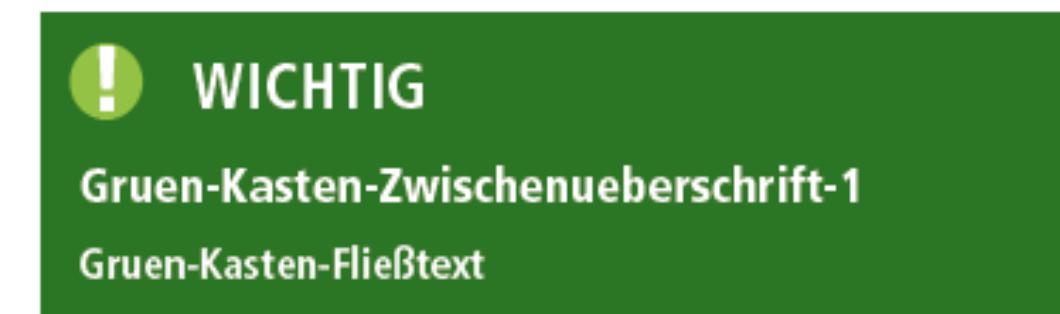
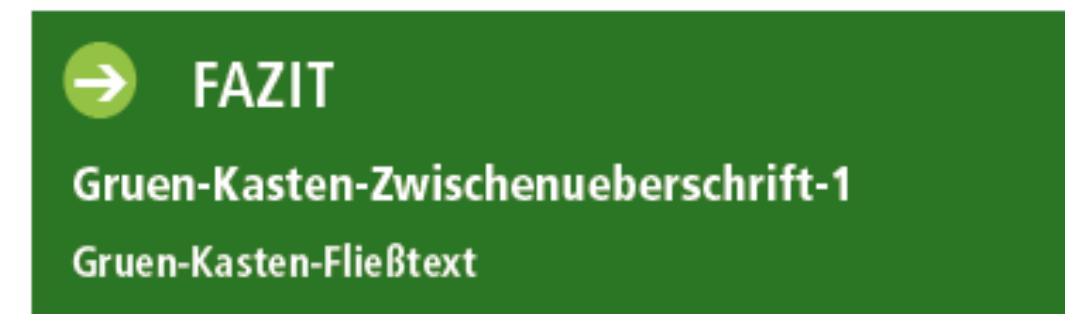
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789



Unsere Icons & Pictogramme

SYMBOLE, ICONS UND PICTOGRAMME

Über alle Produkte hinweg nutzen wir die gleichen Symbole, Icons und Piktogramme in ADIUVA-Blau und der jeweiligen Produktfarbe.



Generelle Info zur Verwendung von Bildern

In den Informationsdiensten nutzen wir ausschließlich Bilder in s/w oder im Duplex-Druck. **Ausnahme:** Darstellung von tatsächlich existierenden Personen (Interview-partner, Persönlichkeit des Monats o.ä.).

Für die digitalen Produkte ([PRD](#), [SBR](#), [SBX](#), [GDA](#)) nutzen wir ebenfalls Bilder in Farbe.

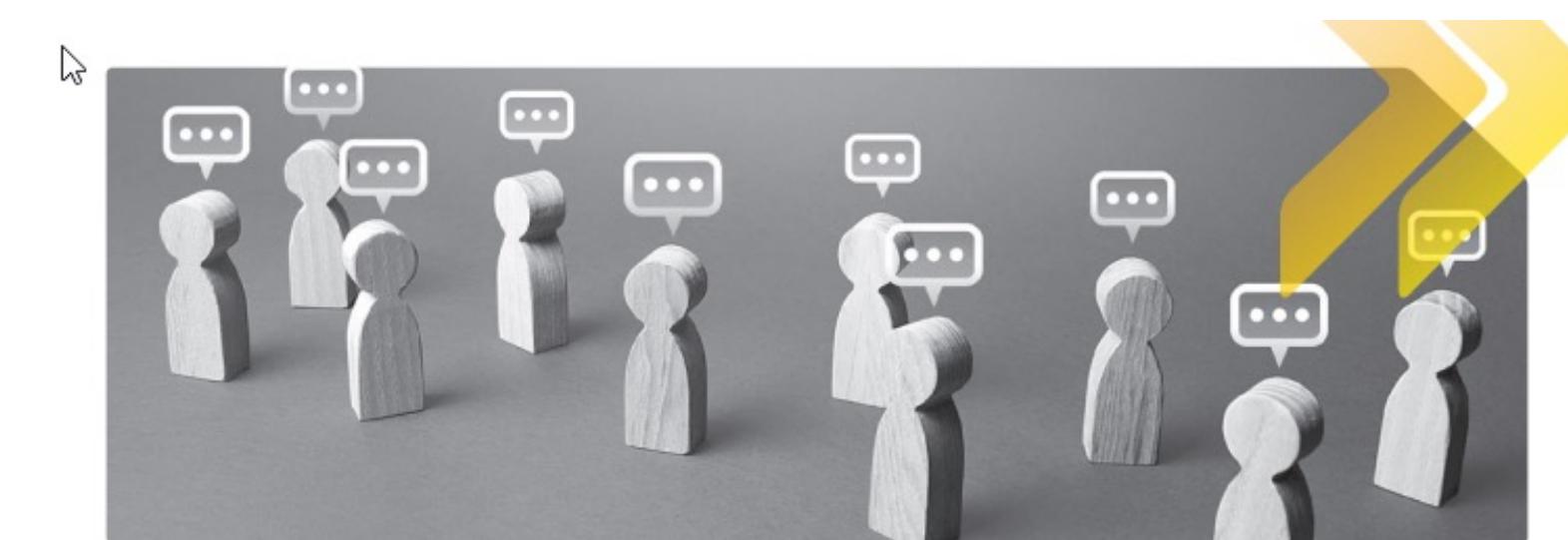


Inge Horstkötter: Ich bin als selbstständige Rechtsanwältin tätig und habe mich auf die Schwerpunkte Frauengleichstellungs- und Antidiskriminierungsrecht, öffentliches Dienstrecht und Arbeitsrecht spezialisiert. Ich vertrete Frauen- und Gleichstellungsbeauftragte vor Gericht und schule sie im Gleichstellungs- und Antidiskriminierungsrecht sowie im Arbeitsrecht.

Bildformen

Wir nutzen sowohl Realbilder, als auch Grafiken und abstrakte Darstellungen.

Jede unserer 5 Zielgruppen nutzen hier jeweils eigene Bildwelten. Details dazu finden Sie auf den nächsten Folien.



Betriebsräte

Betriebsräte sind immer ein Gremium von mindestens 3 Menschen.

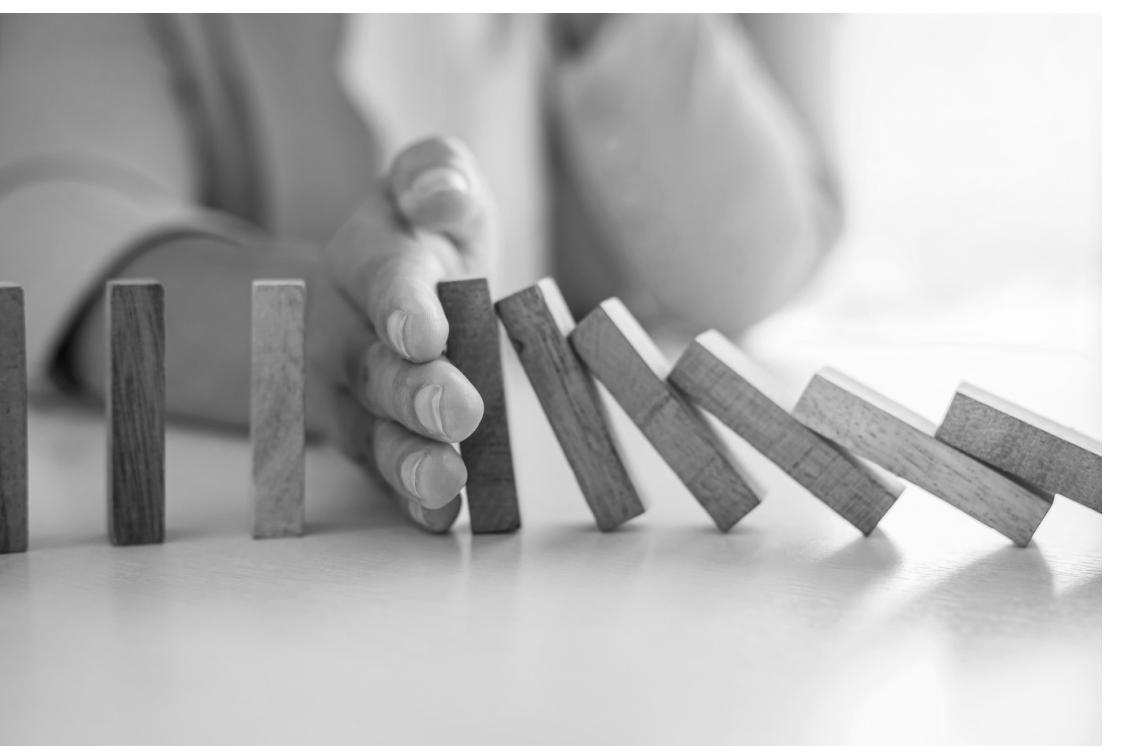
Die Größe des Gremiums richtet sich nach der Anzahl der Mitarbeitenden in einem Unternehmen.

Tätigkeiten:

- müssen die Mitbestimmungsrechte wahren
- müssen die Betriebsratsarbeit organisieren
- verantworten die (Geschäfts-) Führung des Betriebsrats
- müssen Betriebsratssitzungen und Betriebsversammlungen leiten
- müssen Verhandlungen führen; sowohl mit dem Arbeitgeber als auch mit den Arbeitnehmern; evtl. auch den Gewerkschaften
- müssen die Rechte und Pflichten des Betriebsrats kennen und sich mit der praktischen Umsetzung auseinandersetzen

Profil:

- Wille, sich für die Interessen der Kolleginnen/Kollegen einzusetzen
- sehr kämpferisch
- Wille zur Veränderung hin zu einer humaneren Arbeitswelt



Personalräte

Diese Zielgruppe weist die größte Verteilung in Dienststellen mit bis zu 50 Beschäftigten und von 201 bis 500 Beschäftigten auf. Hauptsächlich in den Verwaltungsbereichen der Allg. Verwaltung, Justiz, Gesundheitswesen, Bildungseinrichtungen und Polizei.

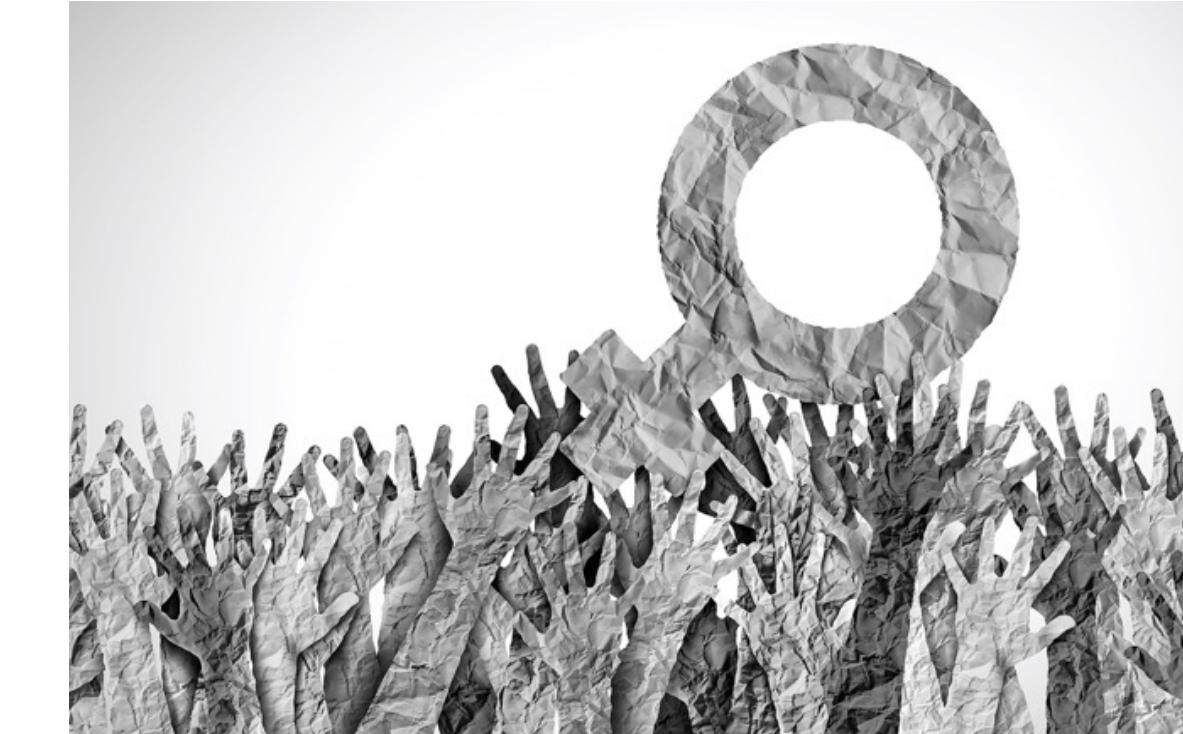
Schwerpunkt-Tätigkeiten sind:

- den Personalrat organisieren/führen
- Rechte und Pflichten des Personalrats kennen
- Personalratssitzungen durchführen
- Personalversammlungen durchführen
- Verhandlungen führen, erarbeiten Verhandlungskonzepte
- Sind Ansprechpartner für alle Arbeitnehmenden
- Müssen im Umgang mit den Arbeitgebern bestehen
- Müssen sich mit folgenden Hauptproblermbereichen auseinandersetzen:
Altersteilzeit, Weiterbildung, Personalabbau, Änderung der Arbeitsorganisation, Arbeitsschutz



Frauen- und Gleichstellungsbeauftragte

Diese Zielgruppe ist zu 99 % weiblich und agiert nahezu ausschließlich im öffentlichen Dienst. Die Gleichstellungsbeauftragten sind Einzelkämpfer*innen und haben je nach Größe der Dienststelle eine Stellvertretung und ggf. eine Schreibkraft. Im Fokus stehen Diversität (alt/jung, unterschiedliche Ethnien, dick/dünn), Frauenpower, Zusammenhalt, Durchsetzungsvermögen und Geschlechtergerechtigkeit/Gleichstellung. Wichtig, bei der Bilderauswahl, ist es diese Punkte zu berücksichtigen und einen entsprechenden Mix an Bildern zu wählen.



Schwerbehindertenvertretungen/ Vertrauenspersonen

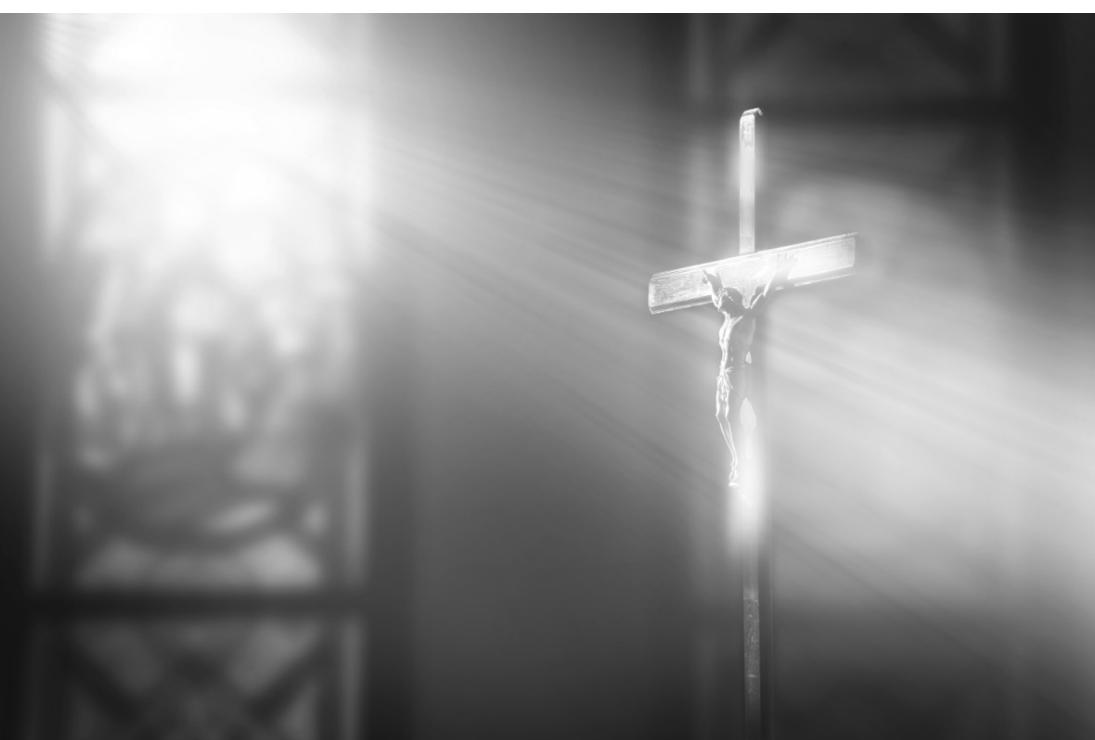
Diese Zielgruppe ist überwiegend männlich. Sie agiert sowohl im öffentlichen Dienst, als auch in der freien Wirtschaft. Die Zielgruppe zeichnet sich durch ein sehr hohes soziales Engagement aus und ist häufig selbst von einer Beeinträchtigung/Schwerbehinderung betroffen oder hat entsprechende Erfahrungen im näheren familiären Kreis gemacht. Wichtig: Der Rollstuhl ist nicht per se DAS Symbol für diese Zielgruppe. Im Gegenteil. Bei der Bilderwahl kommt es darauf an, unterschiedlichste Menschen in den unterschiedlichsten Berufsgruppen und Situationen darzustellen. Zudem sollte auf Emotionalität geachtet werden.



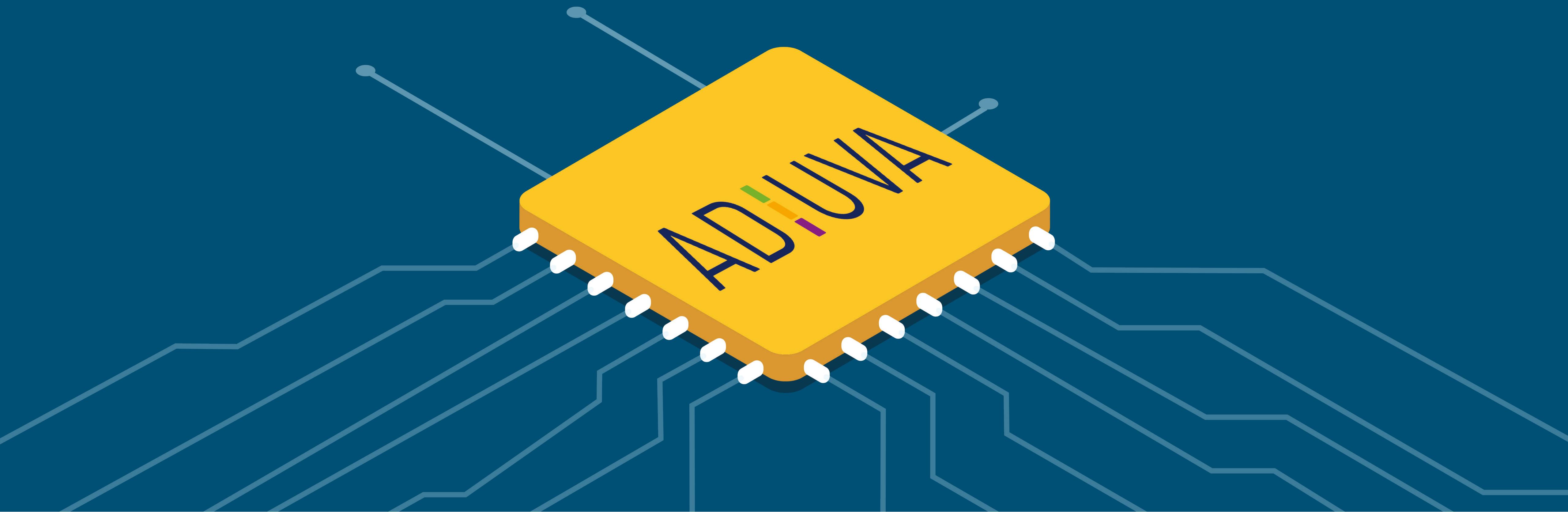
Mitarbeitervertretungen

Diese Zielgruppe ist überwiegend weiblich und stark sozial engagiert. Sie möchte es gerne immer „allen Recht machen“. MAVen wollen die Arbeitsbedingungen in ihrer Einrichtung verbessern, haben aber im Vergleich zu den Betriebsräten in vielen Angelegenheiten schwächere Mitbestimmungsrechte. Das führt bei vielen Mitarbeitervertretungen zu einem Gefühl der Ohnmacht. Eine Mitarbeitervertretung wird in kirchlichen Einrichtungen ab 5 Mitarbeitenden gewählt. Die Anzahl der MAV-Mitglieder hängt von der Anzahl der Mitarbeitenden in der Einrichtung ab.

Die MAV hat häufig eine eher ältere Altersstruktur. Die Bereitschaft unter den Mitarbeitenden das MAV-Amt zu übernehmen ist häufig gering. Deshalb kandidieren die gleichen Personen immer wieder aufs Neue und behalten das Amt über viele Jahre.



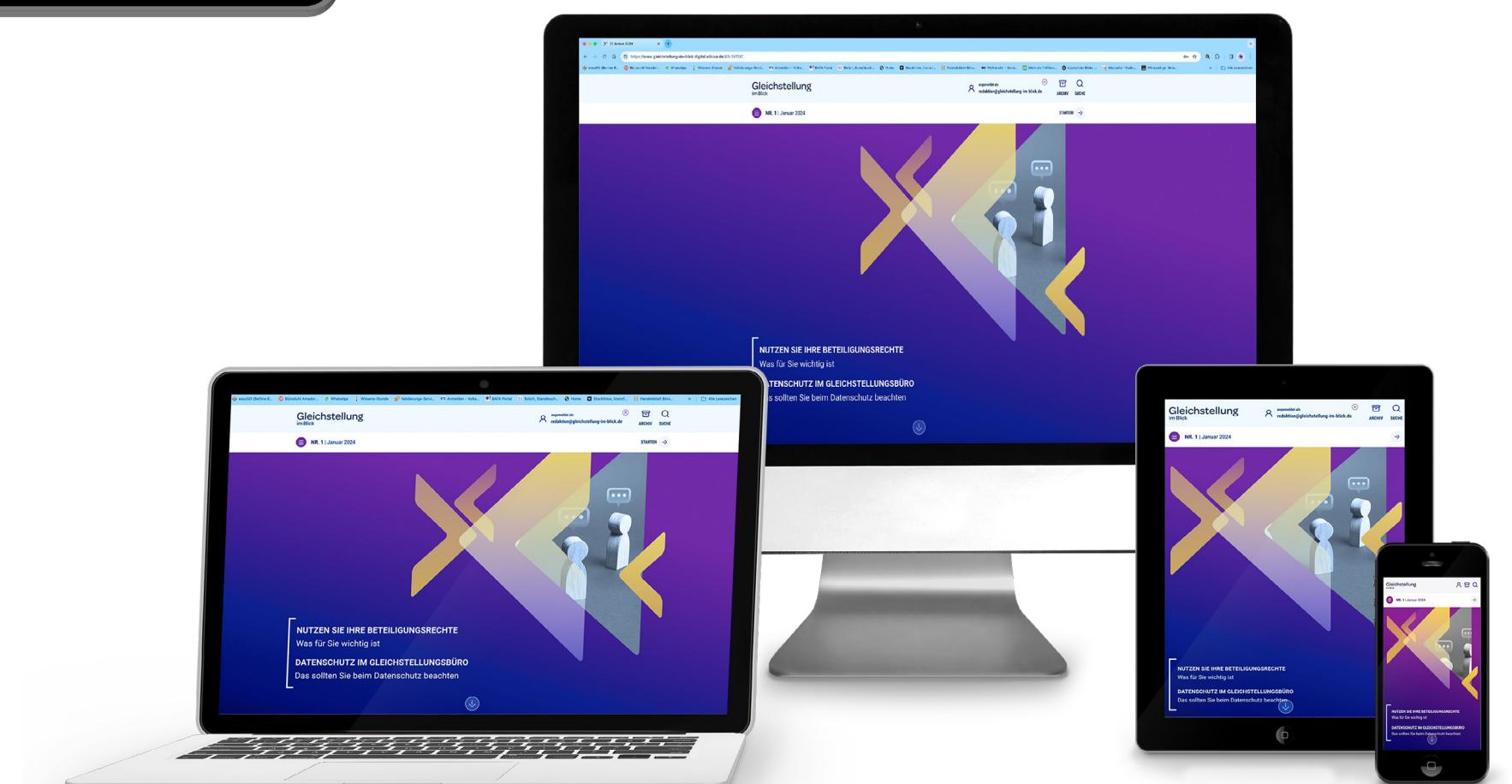
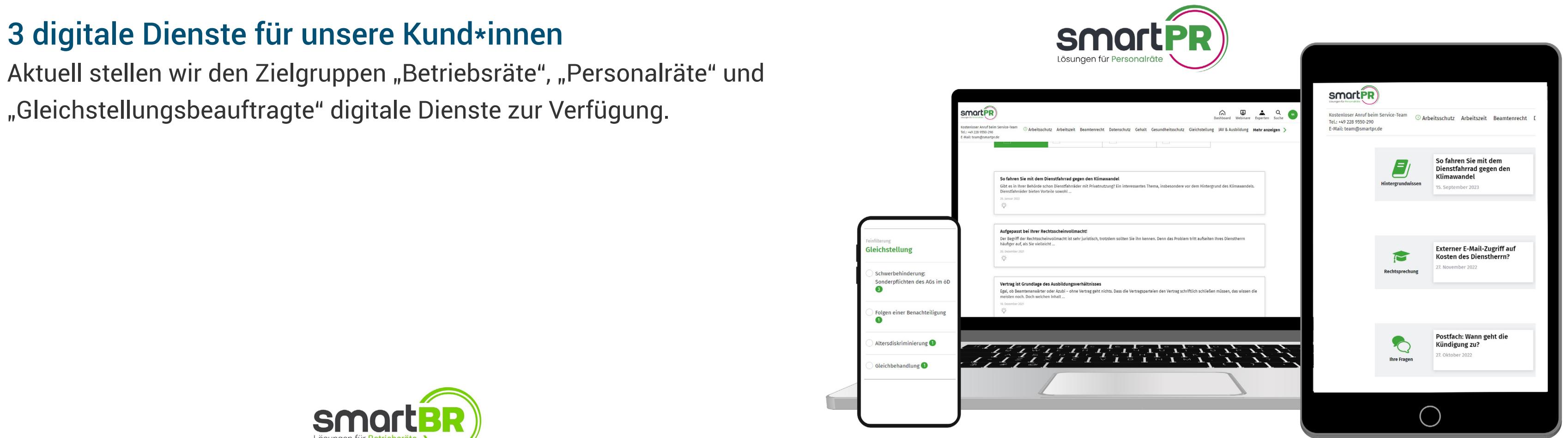
03 Digitale Produkte



Die digitale Welt von ADIUVa

3 digitale Dienste für unsere Kund*innen

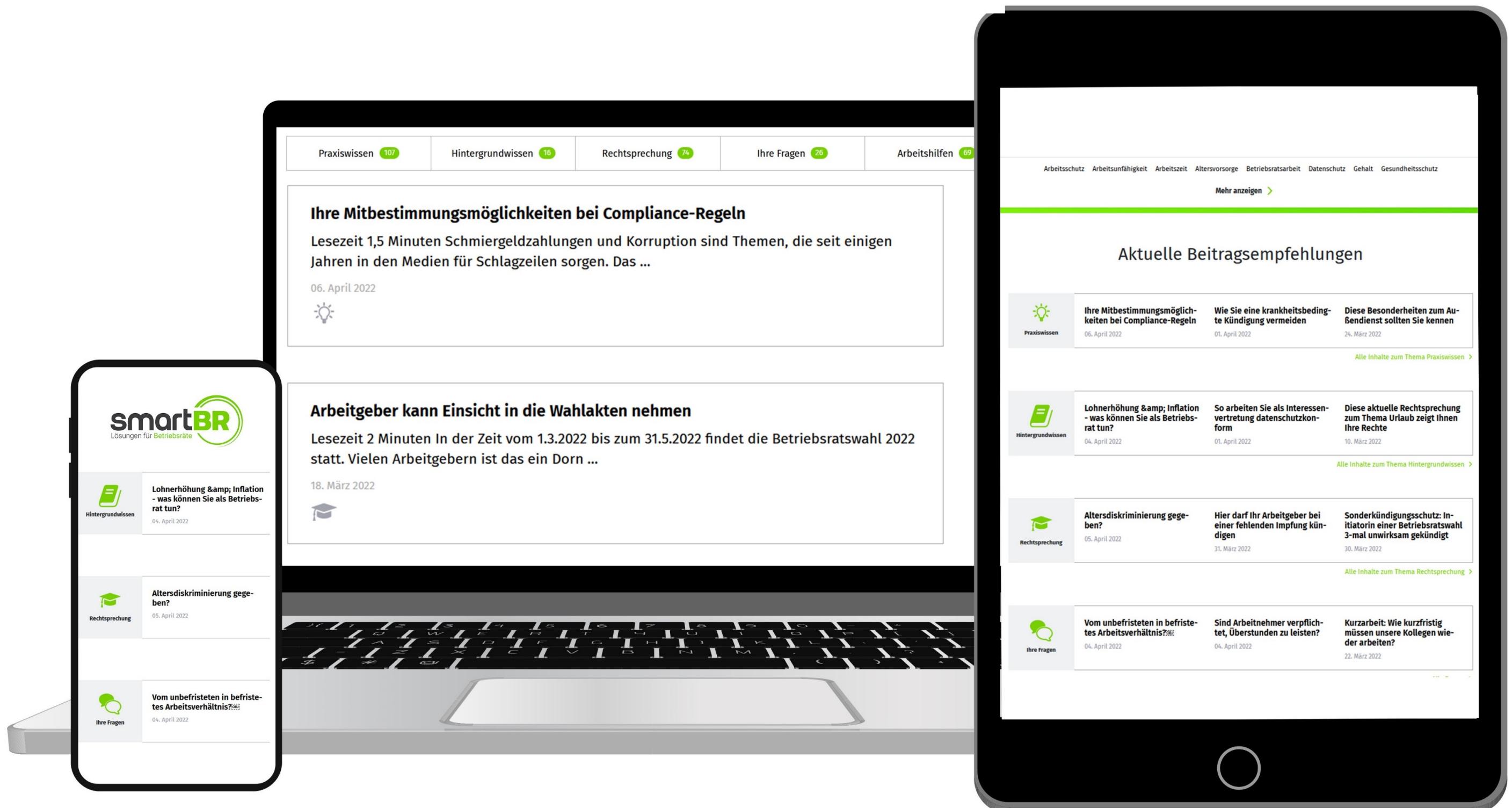
Aktuell stellen wir den Zielgruppen „Betriebsräte“, „Personalräte“ und „Gleichstellungsbeauftragte“ digitale Dienste zur Verfügung.



Smart BR (SBR)

Smart BR...

...ist ein rechtssicheres Betriebsrats-Online-Portal für Betriebsratsvorsitzenden und das komplette Betriebsratsgremium. In 5 Minuten oder schneller erhalten Sie rechtssichere, aktuelle und kompetente Antworten auf alle Fragen rund um die Betriebsratstätigkeit! Männer, wie Frauen, kämpfen als Gremium für die Mitarbeiter und setzen sich für die Ungerechtigkeiten in Unternehmen ein. Dazu gehört, die Gleichbehandlung wie Equal pay, Arbeitszeiten und Arbeitsbedingungen. Mit Smart BR können Sie sich spielend leicht zu jeder Zeit an jedem Ort die Informationen holen, die Sie benötigen. Durch unser Expertenteam können wir Ihnen einen 24 Stunden-Antwortservice auf individuelle Fragen garantieren. Holen Sie sich jetzt Ihre zweite Meinung ein oder die Information die sie benötigen. Wir stehen Ihnen zur Seite bei allen Belangen rund um Ihre Betriebsratsarbeit.



Smart BR (SBR)

FARBPALETTE

Wenn es um Smart BR geht, nutzen wir immer diese Farbpalette. Grün und Blau sind die Primärfarben auf der Plattform und Schwarz ist die Zusatzfarbe.

HEX #1fa5d9
CMYK 86-24-0-15
RGB 31-165-217

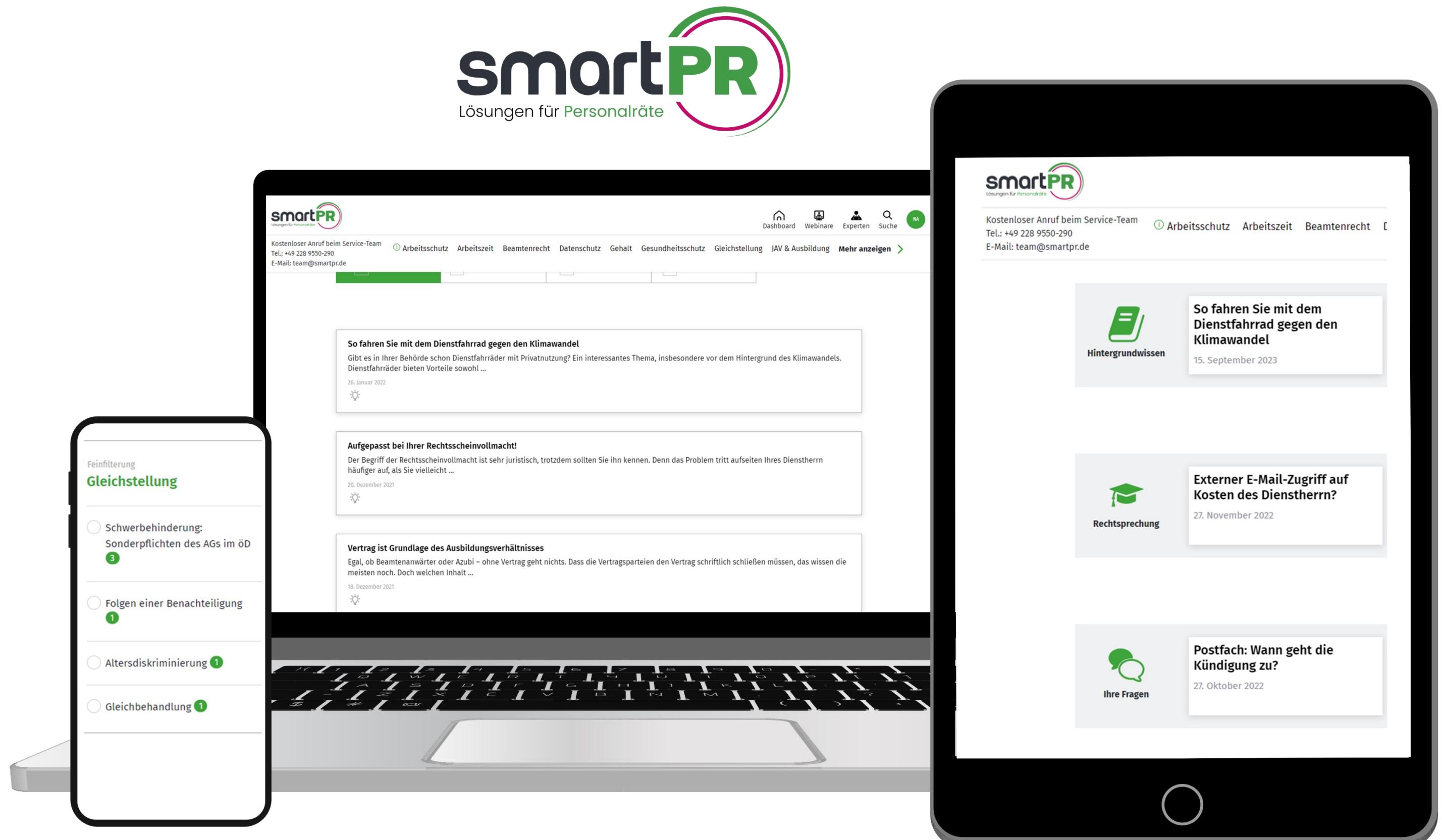
HEX #77d100
CMYK 43-0-100-18
RGB 119-209-0

Smart PR (PRD)

Smart PR...

...ist eine digitale Wissensdatenbank für Personalräte in Deutschland. Die Zielgruppe ist zu 65 % männlich und zu 35% weiblich und ausschließlich im öffentlichen Dienst tätig. Sie vertreten die Interessen der Arbeitnehmer und haben über die Bundes- und Landesgesetze geregelte Mitbestimmungsrechte. Große Herausforderungen sind die verschiedenen Gesetzestexte auf Landes- oder Bundesebene.

Mit „Smart PR“ bieten wir an dieser Stelle rechtsichere Unterstützung. Durch eine intelligente Suchfunktion und den Kontakt zu einem Expertenpool erhalten Personalräte sehr schnell Antworten auf ihre individuellen Fragen. Als kompetenter Berater stehen wir besonders in schwierigen Situationen Personalräten tatkräftig bei.



FARBPALETTE

Wenn es um Smart PR geht, nutzen wir immer diese Farbpalette. Grün und Lila sind die Primärfarben auf der Plattform Schwarz ist die verwendete Zusatzfarbe.

HEX #439b46
CMYK 57-0-55-39
RGB 67-155-70

HEX #772880
CMYK 7-69-0-50
RGB 119-40-128

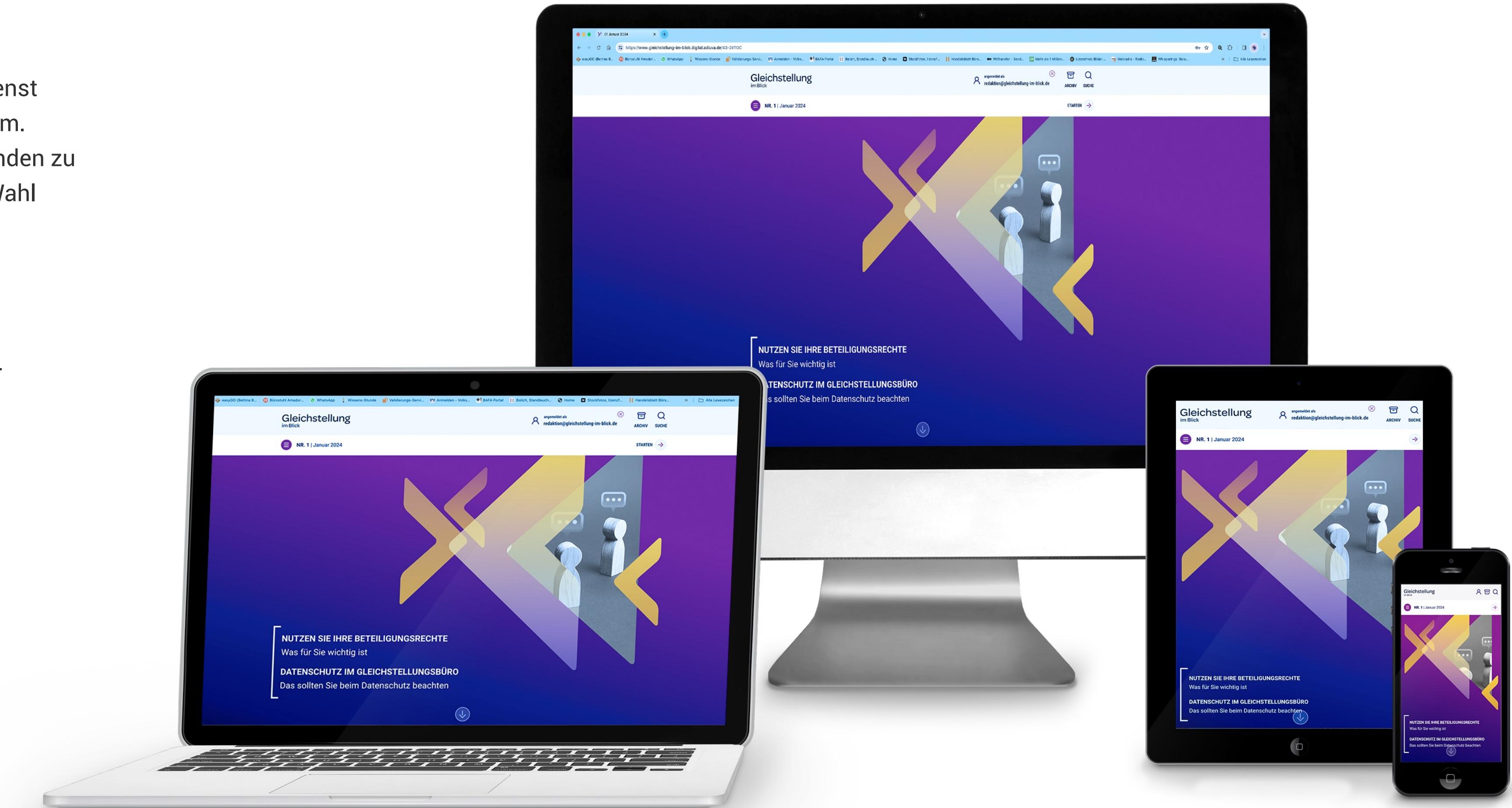
Gleichstellung im Blick – DIGITAL (GDA)

Gleichstellung im Blick - DIGITAL

Ist das 1:1 Pendant zum Fachinformationsdienst „Gleichstellung im Blick“ (GBI) in digitaler Form. Das Ausgabenarchiv ermöglicht es den Lesenden zu jeder Zeit auf einem mobilen Endgerät ihrer Wahl die Ausgaben abzurufen und Artikel zu lesen.

Die Grundlage hierfür bildet WordPress.

Farben und Formen sind identisch zum Fachinformationsdienst GBI.



Gleichstellung im Blick

FARBPALETTE

Wenn es um „Gleichstellung im Blick“ geht, nutzen wir immer diese Farbpalette. Wobei Gelb und Orange genutzt wird, um Akzente zu setzen.

Lila und Blau sind die Primärfarben in den Normalausgaben und Tükis ist die Zusatzfarbe für Themenausgaben. Diese kann jedoch ebenfalls als Akzent in Gestaltungen einfließen.

HEX #990099
CMYK 57-100-0-0
RGB 117-33-126

HEX #000066
CMYK 100-85-13-45
RGB 31-41-87

HEX #339999
CMYK 86-0-35-0
RGB 64-165-174

HEX #ffcc33
CMYK 0-40-100-0
RGB 227-164-23

HEX #ffcc00
CMYK 0-0-100-0
RGB 255-237-0

Gleichstellung im Blick

Gleichstellung im Blick - DIGITAL – LOGO

Das alleinstehende Logo unterscheidet sich von dem auf der Ausgabe. Es ist in der Primär-Produktfarbe abgebildet und trägt den Zusatz „DIGITAL“ im Gelbton der Produktfarbpalette.

Zudem wird die produktspezifische Form des Dreiecks hier als Wiedererkennungsmerkmal eingebunden.

Bevorzugt nutzen wir die Logovariante inklusive „by ADIUVA“. Vor allen Dingen, wenn es optisch oder platztechnisch nicht möglich ist, das ADIUVA-Logo separat zu platzieren.

Logo ohne Slogan



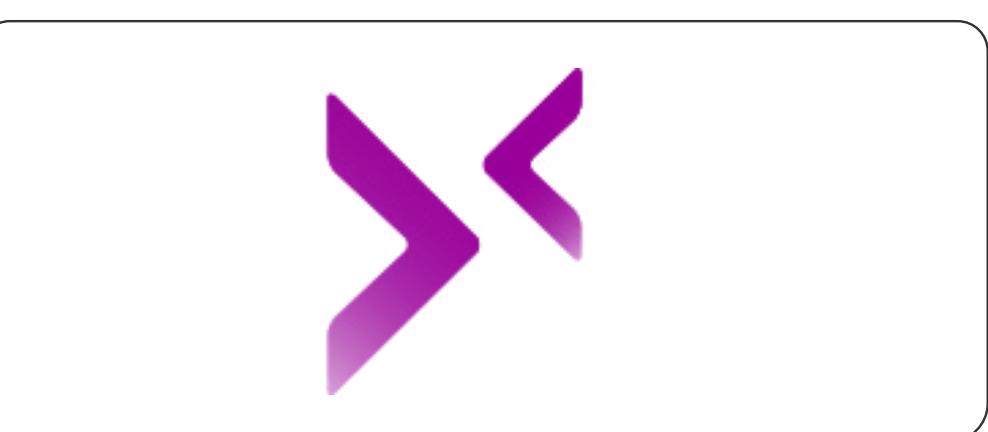
↔ - - - Breite min. 90 mm - - - ↔

Logo Variante



↔ - - - Breite min. 90 mm - - - ↔

Icon only



↔ Breite min. 12 mm ↔

Webinar – Wissens-Stunde (WSS)

Die Wissens-Stunde

Mit diesem Webinarformat holen wir thematisch alle Zielgruppen unseres Bereiches ab. Bisherige Themen waren z.B.:

- Mobbing
- Diversity
- KI – in der Arbeitnehmendenvertretung
- Sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz
- Gesund im Homeoffice
- Burnout-Prävention

Einmal pro Quartal findet die Wissens-Stunde live statt.

Unsere Kund*innen haben die Möglichkeit über ein Abo zu bestellen oder einzelne Themen zu buchen. Wobei einzeln natürlich kostenintensiver ist.

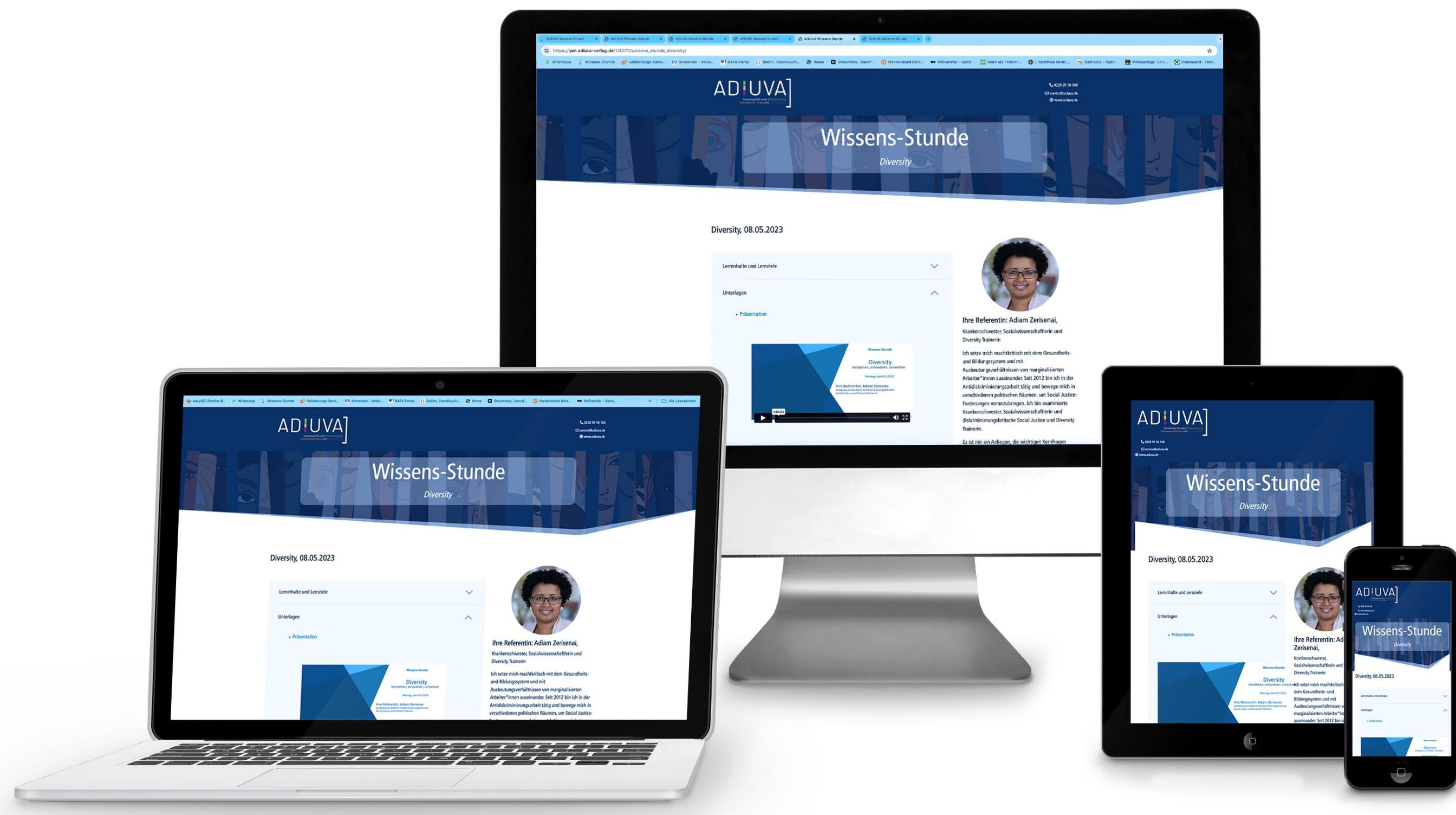
https://lpm.adiuva.de/1/3305/wissens-stunde_plattform/

 [Download ADIUVA Logo](#)

 [Download Icons](#)

 [Download Template](#)

 [Download Fonts](#)



04 Print Produkte



Unsere Fachinformationsdienste

7 Fachinformationsdienste

Unsere 7 Fachinformationsdienste in den 3 Zielgruppenbereichen

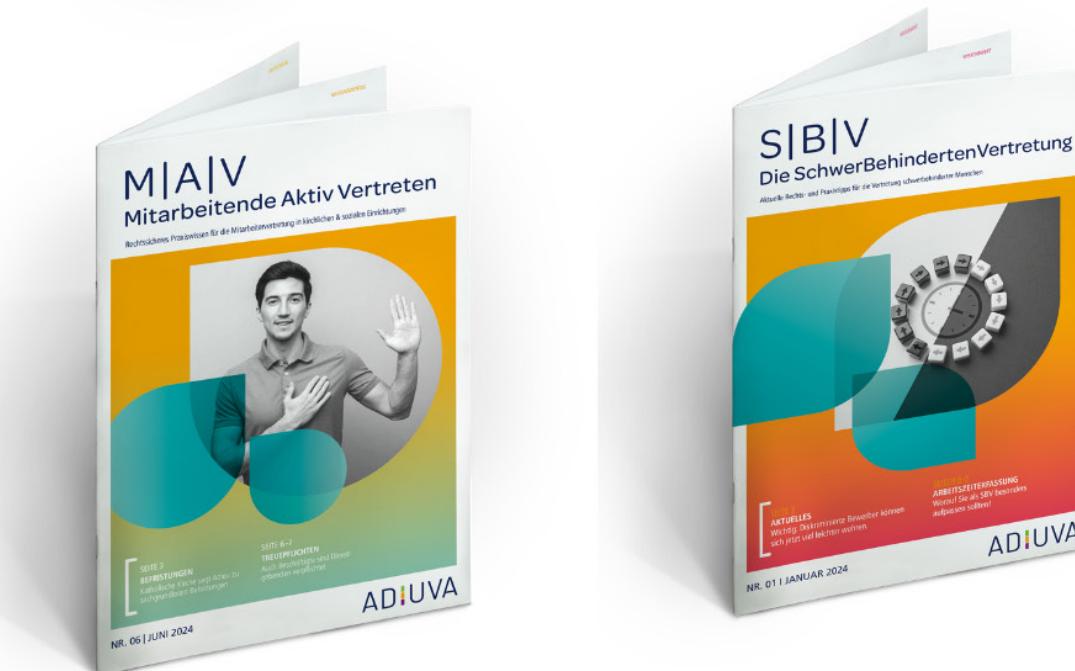
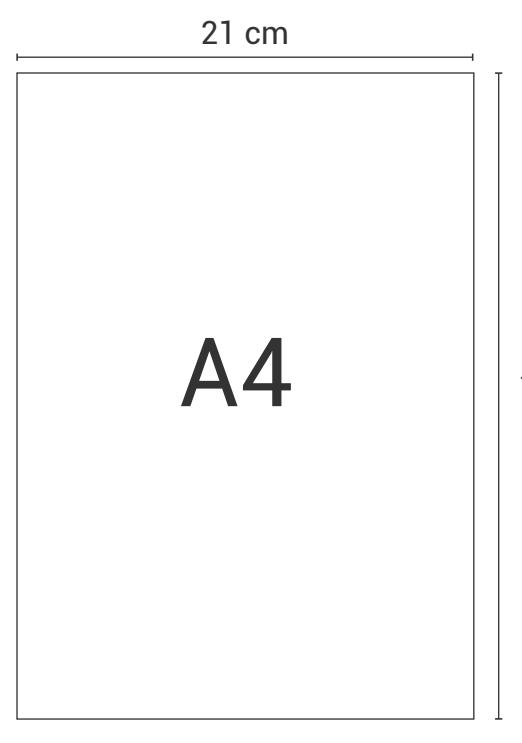
- Mitbestimmung
- Interessenvertretung und
- Gleichstellung

erscheinen alle im 12-seitigen DIN A4-Format. Die Platzierung des Headers, ADIUVA-Logos und die der Ausgabennummer auf dem Titel ist bei allen gleich. Ebenfalls, dass auf jedem Titel ein aussagekräftiges Bild platziert wird. Dieses korrespondiert im Idealfall mit dem Thema der Schwerpunkt-Seiten 6+7.

Auch die grundsätzliche Typo auf den Innenseiten unterscheidet sich nicht.

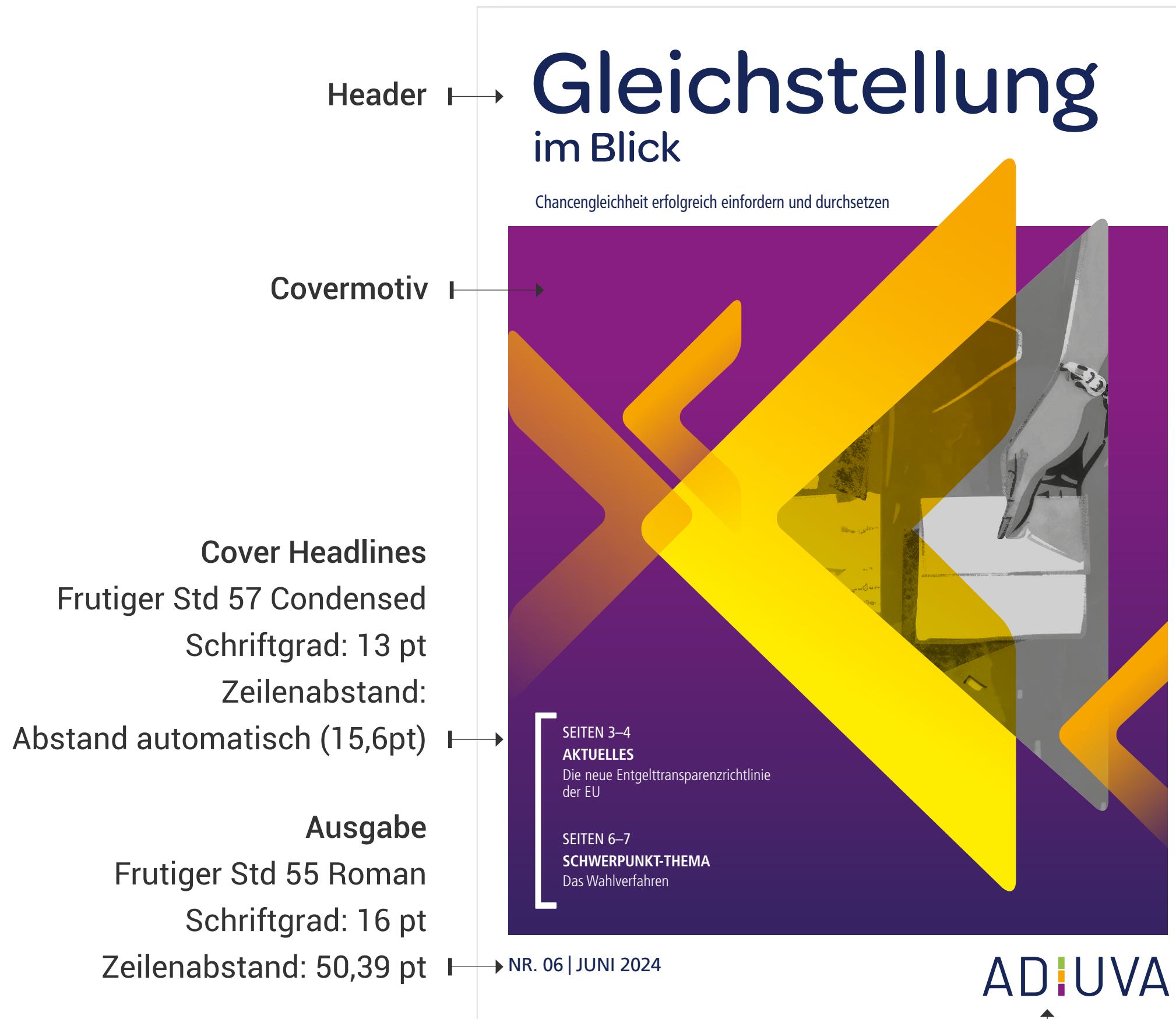
Jedem Informationsdienst sind jedoch unterschiedliche Formen und Zielgruppen-spezifische Farben zugeordnet. Details dazu erhalten Sie auf den folgenden Seiten.

Fachinformationsdienst:



TYPOGRAFIE UNSERER FACHINFORMATIONSDIENSTE AM BSP. „GLEICHSTELLUNG IM BLICK“ – NORMALAUSGABE

OMNES (Schnitt Medium)



TYPOGRAFIE UNSERER FACHINFORMATIONSDIENSTE AM BSP. „GLEICHSTELLUNG IM BLICK“ – THEMENAUSGABE

Header
Störer
Farbe: C 86 M 0 Y 35 K 0

Headline:
Frutiger Std 77 Black Condensed
Schriftgrad: 20 pt
Zeilenabstand: Abstand automatisch (24 pt)

Teaser:
Großbuchstaben
Frutiger Std 67 Bold Condensed
Schriftgrad: 15 pt
Zeilenabstand: Abstand automatisch (18 pt)

Teaser-Text:
Frutiger Std 47 Light Condensed
Schriftgrad: 13 pt
Zeilenabstand: 14 pt

Header
Gleichstellung im Blick
Chancengleichheit erfolgreich einfordern und durchsetzen

THEMENAUSGABE:
MOTIVATION IM AMT
Mit diesen Impulsen können Sie dafür sorgen, dass Ihre Motivation hoch bleibt.

DIE KUNST DES NEINSAGENS
So lernen Sie, Nein zu sagen und freundlich Grenzen zu setzen!

THEMENAUSGABE: JUNI 2024

Covermotiv

Logos

Headlines
Frutiger Std 65 Bold
Schriftgrad: 20 pt
Zeilenabstand: Abstand 24 pt

Small Headlines
Frutiger Std 67 Bold Condensed
Schriftgrad: 11 pt
Zeilenabstand: Abstand automatisch (13,2pt)

Cover Headlines
Großbuchstaben
Frutiger Std
67 Bold Condensed
Schriftgrad: 13 pt
Zeilenabstand: Abstand automatisch (15,6pt)

Headlines
Frutiger Std 65 Bold
Schriftgrad: 20 pt
Zeilenabstand: Abstand 24 pt

ÜBERBLICK
Ihr Amt ist ein Marathonlauf | Lesezeit 2 Minuten
Bewahren Sie sich Ihren langen Atem!
Ich begleite Frauen und Gleichstellungsbeauftragte schon über viele Jahre in Seminaren. Dabei stelle ich immer wieder fest, dass der Enthusiasmus und die Begeisterung für das Thema Gleichstellung in den ersten Grundlagenseminaren noch sehr groß sind, nach den ersten praktischen Erfahrungen dann aber häufig Frustration und Demotivation weichen. Dies war Grund genug für mich, einmal eine Themenausgabe dazu zu schreiben, wie Sie Ihre Motivation im Amt immer wieder neu entfachen können.
Sie haben als Gleichstellungsbeauftragte in Ihrer Alttagspraxis häufig mit vielerlei unterschiedlichen Situationen zu tun. Oft genug sind Sie in Ihrem Amt Initiativin für wichtige Veränderungen in Ihrer Dienststelle, sei es, was den Gedanken der Gleichstellung betrifft oder neuerdings auch Initiativen zu Diversity.
Aus meiner Sicht gleicht das Amt der Gleichstellungsbeauftragten häufig einem Marathonlauf, bei dem es gilt, im eigenen Tempo zu laufen und einen langen Atem zu bewahren. Dieser lange Atem scheint mir enorm wichtig, um nicht irgendwann einmal an den oft herausfordernden Situationen zu scheitern und das Amt frustriert niederzulegen.
Welche Kompetenzen und Techniken Ihnen dabei helfen, diesen langen Atem zu bewahren, können Sie auf den folgenden Seiten detailliert lesen. Die aus unserer Sicht wichtigsten Aspekte sind:

- Klarheit, Grenzen setzen und Nein sagen lernen
- Selbstfürsorge, Selbsterksamkeit und Selbstbestimmung
- Kompetenzvererb
- Ziele setzen und die Zielerreichung feiern

Im Folgenden lesen Sie, was überhaupt unter Motivation zu verstehen ist und welche Aspekte dafür eine wichtige Rolle spielen.
Autorin: Inge Horstkötter

Definition Motivation | Lesezeit 5 Minuten
Das wird unter Motivation verstanden
Der Begriff der Motivation wird oft umgangssprachlich verwandt. Was Motivation wissenschaftlich betrachtet ist und wie sie definiert wird, welche Aspekte eine wichtige Rolle spielen und was unter Motivationssteigerung zu verstehen ist, lesen Sie in diesem Beitrag.
Definition der Motivation
Nach dem „Gabler Wirtschaftslexikon“ wird unter Motivation Folgendes verstanden:
„Zustand einer Person, der sie dazu veranlasst, eine bestimmte Handlungsalternative auszuwählen, um ein bestimmtes Ergebnis zu erreichen, und der dafür sorgt, dass diese Person ihr Verhalten hinsichtlich Richtung und Intensität beibehält.“
Auf die Tätigkeit in Ihrem Amt bezogen bedeutet dies, dass Sie sich zunächst einmal fragen sollten, was Sie veranlasst hat, sich als Gleichstellungsbeauftragte zur Verfügung zu stellen und den gesetzlichen Auftrag anzunehmen? Schließlich ist die Position nicht immer ganz einfach und führt nicht unbedingt dazu, dass Sie „everybody's darling“ werden.
Diese Frage hilft Ihnen, Ihre Motivlage besser zu verstehen, und liefert vielleicht auch Hinweise darauf, wie Sie zu motivieren sind. Beachten sollten Sie hierbei, dass grundsätzlich zwischen extrinsischer Motivation und intrinsischer Motivation unterschieden wird.
Das ist unter extrinsischer Motivation zu verstehen
Eine extrinsische Motivation liegt vor, wenn Reize von außen den Anlass für ein Engagement bilden. Allerdings wird darunter verstanden, dass Personen durch die Ausführung einer bestimmten Handlung Vorteile genießen bzw. belohnt werden. Diese Vorteile können beispielsweise in materiellen Dingen wie Geld bestehen oder darin, dass durch das Handeln Nachteile vermieden werden.
Zu den extrinsischen Motiven zählen ferner Wertschätzung und Anerkennung für das betreffende Engagement.
Extrinsische Beweggründe sind allerdings nur die „zweitbeste“ Form der Motivation. In der Literatur wird gleichwohl ausgeführt, dass für kurz- und mittelfristige Ziele eine extrinsische Motivation ausreichend ist.

BEISPIEL
Zur Amtsübernahme überredet
Ein Gleichstellungsbeauftragte lässt sich von Ihrem Vorgesetzten dazu überreden, das Amt der Gleichstellungsbeauftragten zu übernehmen, da sie sich davon verspricht, dass sich dadurch ihr Standing in der Dienststelle verbessert. Weiter erhofft sie sich durch die Übernahme des Amts einen Karrieresprung.

WEITER AUF SEITE 4

GLEICHSTELLUNG IM BLICK

Copytext
Frutiger Std 57 Condensed
Schriftgrad: 10 pt
Zeilenabstand: Abstand 12 pt

Download Template

Download Icons

Download Gleichstellung Logo

Download Fonts

Download Realbilder

Download Bsp.-Ausgabe

TYPOGRAFIE UNSERER FACHINFORMATIONSDIENSTE AM Bsp. „GLEICHSTELLUNG IM BLICK“ – PRINT INDICES



 Download Icons

 Download Bsp.-Ausgabe

 Download Fonts

 Download Gleichstellung Logo

Personenbeschreibung

Name: Frutiger LT Std

Bold Condensed

Schriftgrad: 14 pt

Zeilenabstand: 13 pt

Text: Frutiger LT Std

Condensed

Schriftgrad: 10,5 pt

Zeilenabstand: 12,5 pt



Inge Horstkötter,
als selbstständige Rechtsanwältin
tätig habe ich mich auf die Schwer-
punkte Frauengleichstellungs- und Anti-
diskriminierungsrecht, öffentliches Dienst-
recht und Arbeitsrecht spezialisiert. Ich
vertrete Frauen- und Gleichstellungsbeauftragte
vor Gericht und schule sie im Gleich-
stellungs- und Antidiskriminierungsrecht
sowie im Arbeitsrecht.

Jahresindex 2023

Liebe Frauen- und Gleichstellungsbeauftragte,
ein weiteres Jahr mit zahlreichen Ereignissen liegt hinter
uns. Ganz bewusst konzentrieren wir uns auf die positiven.
Wir haben bedeutende Fortschritte in der Wissenschaft und
Technologie gesehen, wie zum Beispiel bahnbrechende Ent-
deckungen in der Medizin und den erneuerbaren Energien.
Darüber hinaus haben wir erleben dürfen, wie Gemeinschaften
weltweit zusammengekommen sind, um sich gegenseitig
zu unterstützen und Solidarität zu zeigen. Es war ein Jahr
voller Herausforderungen, aber auch voller Hoffnung und
positiver Veränderungen.

Auch in „Gleichstellung im Blick“ gab es 2023 viele interessante
Themen und Impulse zu lesen. Damit Sie hier stets den Überblick
behalten, haben wir Ihnen den Index zusammengestellt. Dieser
ist alphabetisch nach Stichwörtern gegliedert. Hinter den Stich-
wörtern befindet sich jeweils die Angabe, in welchem Beitrag, in
welcher Ausgabe und auf welcher Seite des Fachinformations-
dienstes der für Sie interessante Artikel steht.

Kostenloser Nachbestellservice einzelner Artikel
Wenn Ihnen ein bestimmter Artikel oder eine ganze Ausgabe
von „Gleichstellung im Blick“ fehlen, können Sie diese
ganz einfach gratis (solange vorrätig) unter folgender E-Mail-
Adresse nach bestellen: redaktion@gleichstellung-im-blick.de

Impressum: Gleichstellung im Blick

ADI UVa – ein Unternehmensbereich des VNB Verlags für die Deutsche Wirtschaft AG, Theodor-Heuss-Str. 2-4, 53177 Bonn | Telefon: 0228/955 01 60 | ISSN 2194-3370 | Vorstand: Richard Rentrop,
Bonn | Amtsgericht Bonn, HRB 8165 | Redaktionell Verantwortliche: Dilan Wartenberg, VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, Adresse siehe oben | Chefredakteurin: Inge Horstkötter,
Bremen | Satz: Deinzer Graf, Gartow | Gestaltung: Nina Probst, Projektmanagement für Marketing & Kommunikation | Bildrechte: AdobeStock – tonjung, AdobeStock – carlosfesser, Adobe-
Stock – deagostini | Druck: Würlich Druck Meckenheim GmbH, Am Hambuch 5, 53340 Meckenheim | Erscheinungsweise: 12 x pro Jahr | Dieses monothematische Supplement „Jahresindex 2023“
hebt den Schwerpunkt von „Gleichstellung im Blick“ bei. Alle Angaben in „Gleichstellung im Blick“ wurden mit größter Sorgfalt erfasst und überprüft. Sie basieren jedoch auf der
Richtigkeit uns erster Auskünfte und unterliegen Veränderungen. Eine Gewähr kann deshalb nicht übernommen werden. Dieses Produkt besteht aus FSC®-zertifiziertem Papier. © 2023/2024 by
ADI UVa, Bonn, Berlin, Bukarest, Jacksonville, Manchester, Passau, Warschau, HRB 8165 | E-Mail (Redaktion): redaktion@gleichstellung-im-blick.de | E-Mail (Kundenservice): service@adiuva.de
| Internet: www.adiuva.de

2 GLEICHSTELLUNG IM BLICK

Editorial

Head: Frutiger LT Std Bold

Condensed

Schriftgrad: 26 pt

Zeilenabstand: 14 pt

Text: Frutiger LT Std

Condensed

Schriftgrad: 11 pt

Zeilenabstand: 13,2 pt

ZÜ: Frutiger LT Std

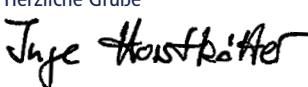
Bold Condensed

Schriftgrad: 12 pt

Zeilenabstand: 13,2 pt

Digitaler Jahresindex
Wir arbeiten permanent daran, unser redaktionelles Konzept
weiterzuentwickeln und noch besser an Ihre Bedürfnisse an-
zupassen. Daher stellen wir Ihnen alle Inhalte von „Gleich-
stellung im Blick“ auch online unter [https://www.ihb-digital-
es-ausgabenarchiv.de/gleichstellung-im-bllick.de/2023](https://www.ihb-digital-
es-ausgabenarchiv.de/gleichstellung-im-bllick.de/2023) zur
Verfügung. Mit dem folgenden Passwort können Sie auf die
Inhalte zugreifen: „23GB123“.

Bleiben Sie gesund. Wir sind auch im nächsten Jahr gern
wieder für Sie da.

Herzliche Grüße


Copytext

Head: Frutiger LT Std Bold Condensed

Schriftgrad: 11 pt - Zeilenabstand: 13,2 pt

Text: Frutiger LT Std Condensed

Schriftgrad: 7 pt - Zeilenabstand: 8,4 pt

TYPOGRAFIE UNSERER FACHINFORMATIONSDIENSTE AM BSP. „GLEICHSTELLUNG IM BLICK“ – PRINT INDICES

Rubrik
Frutiger LT Std Roman
Schriftgrad: 9 pt

Tabelle
Spaltentitel: Frutiger LT Std Bold Condensed
Schriftgrad: 12 pt
Zellenhöhe: genau 7 mm

Initialen: Frutiger LT Std Bold Condensed
Schriftgrad: 12 pt - Zeilenabstand: 14,4 pt
Zellenhöhe: genau 6 mm

Einträge: Frutiger LT Std Condensed
Schriftgrad: 9 pt - Zeilenabstand: 10,8 pt
Zellenhöhe: mindestens 5 mm

JAHRESINDEX 2023

STICHWORT	BEITRAG	AUSGABE	SEITE
A			
Abfindung, Mitarbeiter, ältere	Wichtig: Wenn ältere Arbeitnehmer zu Recht eine geringere Abfindung erhalten	6/2023	11
Abmahnung, ungerechtfertigte	Das können Beschäftigte tun, wenn der*die Arbeitgeber*in eine Abmahnung ausspricht	3/2023	4
Abmahnungen, Tarifbeschäftigte	Ihr Beteiligung bei Abmahnungen von Tarifbeschäftigten	6/2023	8
AGG, Änderungen, geplante	Das soll sich beim Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz ändern	10/2023	3
AGG, Entgeltgerechtigkeit	Gleicher Entgelt für gleiche Arbeit	5/2023	3
AGG, Reform	Gleichbehandlungsgesetz auf dem Prüfstand	3/2023	3
AGG, Reform, Ergänzungen	Bündnis „AGG-Reform – Jetzt!“ fordert umfassende Novellierung des Gleichbehandlungsgesetzes	4/2023	6
AGG-Beauftragte	Frage aus dem Netzwerktreffen vom 21. September 2023	12/2023	8
Aktionsplan, Stadt Halle (Saale)	Aktionsplan zur geschlechtlichen und sexuellen Vielfalt der Stadt Halle (Saale)	5/2023	9
Aktionstage, Initiative starten	Aktionstage und Ihr Initiativrecht	TA 4/2023	4
Aktionstage, Initiativrecht	Nutzen Sie Aktionstage für neue Initiativen zu mehr Gleichstellung in Ihrer Dienststelle!	TA 4/2023	3
Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz siehe AGG			
Allyship	Im Kampf um Gleichstellung müssen Männer zu Verbündeten werden!	5/2023	10
Amtszeit, neue	Neu im Amt: Das sollten Sie wissen!	8/2023	6
Antidiskriminierung 2022	Jahresbericht zur Antidiskriminierung 2022 ist veröffentlicht	9/2023	3
Arbeiten, mobiles, Grundlagen, rechtliche	Das sind die rechtlichen Grundlagen für Führung in Teilzeit und mobiles Arbeiten	TA 8/2023	6
Arbeitsvertrag, nach Elternzeit	7 Fragen aus dem Netzwerktreffen für Sie beantwortet	6/2023	6
Arbeitsverweigerung, Schulung verlassen	Verlassen einer Schulungsveranstaltung kann Arbeitsverweigerung sein	6/2023	3
Arbeitszeitbetrag	Verlassen einer Schulungsveranstaltung kann Arbeitsverweigerung sein	6/2023	4
Argumentationsstraining, Diskriminierung	Diskriminierung in der Dienststelle?	TA 6/2023	10
Aufgaben, Gleichstellungsbeauftragte	Neu im Amt: Das sollten Sie wissen!	8/2023	6
Ausschreibung, Beteiligung	Das sind Ihre Rechte von A bis Z beim Personalauswahlverfahren	5/2023	6
Ausstattung, Gleichstellungsbeauftragte	Neu im Amt: Das sollten Sie wissen!	8/2023	6
Ausstattung, sachliche, Gleichstellungsbeauftragte	So sind Sie sachlich im Amt auszustatten	9/2023	8
Austritt, Kirche, Kündigung	Kündigung wegen Austritts aus der katholischen Kirche rechtmäßig?	2/2023	3
Auswahlentscheidung, Beteiligung	Das sind Ihre Rechte von A bis Z beim Personalauswahlverfahren	5/2023	7
Auswahlverfahren	Gleichstellungsarbeit ist vielfältig – Ihre Arbeit von A bis Z	TA 12/2023	3
B			
Beamtenrecht	Grundbegriffe von A bis Z	10/2023	6
Becker, Matthias, Gespräch	„Das Verlassen der männlichen Rolle ist für viele wirklich schwierig“ TA 10/2023	6	6
Behinderungsverbot	Ihre Schutzrechte: Das Behinderungsverbot	8/2023	8
Belästigung, sexuelle	Netzwerktreffen am 21. September 2023: Diese Fragen sind aufgekommen	11/2023	6
Belästigung, sexuelle	Sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz ist kein Kavaliersdelikt	11/2023	8
Berlinale 2023	Berlinale 2023 – auch in der Filmbranche keine gleichen Chancen für Frauen	4/2023	3
Beschwerdestelle	Netzwerktreffen am 21. September 2023: Diese Fragen sind aufgekommen	11/2023	6
Beschwerdeverfahren, Beteiligungsrechte	Beteiligung im Beschwerdeverfahren nach dem AGG	3/2023	8
Bestellung, Gleichstellungsbeauftragte	Neu im Amt: Das sollten Sie wissen!	8/2023	6
Bestenauslese	Grundbegriffe von A bis Z	10/2023	6
Beteiligung, Tarifbeschäftigte	Ihr Beteiligung bei Abmahnungen von Tarifbeschäftigten	6/2023	8
Beteiligungsrechte, Beschwerdeverfahren	Beteiligung im Beschwerdeverfahren nach dem AGG	3/2023	8

GLEICHSTELLUNG IM BLICK 3

Fußzeile

Produktnamen: Frutiger LT Std Roman - Schriftgrad: 9 pt

Seitenzahl: Frutiger LT Std Bold Condensed - Schriftgrad: 24,4 pt

 Download Icons

 Download Bsp.-Ausgabe

 Download Fonts

 Download Gleichstellung Logo

Gleichstellung im Blick (GBI)

Gleichstellung im Blick...

...ist ein Fachinformationsdienst für Frauen- und Gleichstellungs- sowie Chancengleichheitsbeauftragte in Deutschland. Die Zielgruppe ist zu 99 % weiblich und hauptsächlich im öffentlichen Dienst tätig. Sie sind als Stabstelle in der Organisation in der Regel Einzelkämpfer*innen und weisungsfrei. Das Engagement für mehr Geschlechtergerechtigkeit in der Arbeitswelt ist in vielen Fällen auf eigene negative Erfahrungen zurückzuführen und den Wunsch, für die folgende Generation einen besseren Grundstein zu legen. Mit „Gleichstellung im Blick“ sehen wir uns als Impulsgeberin für neue Wege und Ideen im Kampf gegen Geschlechterungerechtigkeit. Als zuverlässige Begleiterin auf dem steinigen und häufig einsamen Weg im Amt der Gleichstellungsbeauftragten. Nicht zuletzt als kompetente Beraterin in rechtlichen Fragen.



Gleichstellung im Blick

Gleichstellung im Blick – LOGO

Das alleinstehende Logo unterscheidet sich von dem auf der Ausgabe. Es ist in der Primär-Produktfarbe abgebildet und immer ohne Untertitel.

Zudem wird die produktspezifische Form des Dreiecks hier als Wiedererkennungsmerkmal eingebunden.

Bevorzugt nutzen wir die Logovariante inklusive „by ADIUVA“. Vor allen Dingen, wenn es optisch oder platztechnisch nicht möglich ist, das ADIUVA-Logo separat zu platzieren.

Logo ohne Slogan



↔ - - - Breite min. 90 mm - - - ↔

Logo Variante



↔ - - - Breite min. 90 mm - - - ↔

Gleichstellung im Blick

FARBPALETTE

Wenn es um „Gleichstellung im Blick“ geht, nutzen wir immer diese Farbpalette. Wobei Gelb und Orange genutzt wird, um Akzente zu setzen.

Lila und Blau sind die Primärfarben in den Normalausgaben und Tükis ist die Zusatzfarbe für Themenausgaben. Diese kann jedoch ebenfalls als Akzent in Gestaltungen einfließen.

HEX #990099
CMYK 57-100-0-0
RGB 117-33-126

HEX #000066
CMYK 100-85-13-45
RGB 31-41-87

HEX #339999
CMYK 86-0-35-0
RGB 64-165-174

HEX #ffcc33
CMYK 0-40-100-0
RGB 227-164-23

HEX #ffcc00
CMYK 0-0-100-0
RGB 255-237-0

Die SchwerBehindertenVertretung (SBV)

Die SchwerBehindertenVertretung ist...

... ein Informationsdienst für Schwerbehindertenvertretungen im Betrieb. Ziel ist es, einen speziellen Ansprechpartner für die Themen, Wünsche und Notwendigkeiten von (schwer)behinderten Arbeitnehmern zu haben. Sie finden sich im öffentlichen Dienst und in der freien Wirtschaft. Die SBV tritt für die Rechte dieser Personengruppe im Unternehmen ein. Sie sorgt für gute/gesunde Arbeitsbedingungen, kämpft aktiv gegen Vorurteile gegenüber schwerbehinderten Menschen und wirkt präventiv Schwerbehinderung entgegen. Sie sind engagiert, fürsorglich und äußerst sozial, ca. 45 – 65 Jahre alt, überwiegend männlich und leiden oft selbst an einer Behinderung oder haben im engen Umfeld Berührungspunkte mit diesem Thema.

Mit diesem Informationsdienst unterstützen und beraten wir diese besondere Zielgruppe in Ihrer vielfältigen und verantwortungsvollen Aufgabe, die Rechte der (schwer)behinderten und gleichstellten Arbeitnehmenden durchzusetzen und für gesündere Bedingungen am Arbeitsplatz zu sorgen.



Die SchwerBehindertenVertretung

Die SchwerBehindertenVertretung – LOGO

Das alleinstehende Logo unterscheidet sich von dem auf der Ausgabe. Es ist in einer der Produktfarben abgebildet und immer ohne Untertitel. Zudem wird die produktspezifische Form des Blattes hier als Wiedererkennungsmerkmal eingebunden. Der Balken wird im produktspezifischen Farbverlauf dargestellt.

Bevorzugt nutzen wir die Logovariante inklusive „by ADIUVa“. Vor allen Dingen, wenn es optisch oder platztechnisch nicht möglich ist, das ADIUVa-Logo separat zu platzieren.

Logo ohne Slogan



↔ - - - Breite min. 90 mm - - - ↔

Logo Variante



↔ - - - Breite min. 90 mm - - - ↔

FARBPALETTE

Wenn es um „Die SchwerBehindertenVertretung“ geht, nutzen wir immer diese Farbpalette. Wobei die Türkistöne genutzt werden, um Akzente zu setzen.

Orange und Koralle sind die Primärfarben in den Normalausgaben und Grün ist die Zusatzfarbe für Themenausgaben. Diese kann jedoch ebenfalls als Akzent in Gestaltungen einfließen.

HEX #ffcc33
CMYK 0-40-100-0
RGB 227-164-23

HEX #cc3366
CMYK 0-90-41-0
RGB 200-53-96

HEX #cccc33
CMYK 34-0-95-0
RGB 194-207-57

HEX #339999
CMYK 86-0-35-10
RGB 64-154-161

HEX #99cccc
CMYK 54-0-28-0
RGB 149-198-194

Mitarbeitende Aktiv Vertreten (MAV)

Mitarbeitende Aktiv Vertreten...

...ist ein Informationsdienst für Mitarbeitervertretungen in kirchlichen Einrichtungen. Mitarbeitervertretungen setzen sich sehr häufig aus Personen mit sozialen Berufen zusammen, denen juristisches Grundwissen fehlt. Hinzu kommt, dass die rechtlichen Bestimmungen im kirchlichen Bereich komplex und zwischen den Trägern nicht einheitlich sind. Allgemein sind die Mitbestimmungsrechte schwächer als in privaten und öffentlich geführten Unternehmen. Das führt bei vielen Mitarbeitervertretungen zu einem Gefühl der Ohnmacht. Mit „Mitarbeitende Aktiv Vertreten“ möchten wir Mitarbeitervertretungen Ihre Rechte näherbringen und Ihnen Ihre Mitgestaltungsmöglichkeiten aufzeigen. Wir liefern Ihnen arbeitsrechtliche Basisinformationen sowie einen Überblick über gesetzliche Änderungen und Tipps für Verhandlungen und Kommunikation mit Dienstgebenden und den Kolleg*innen.



Mitarbeitende Aktiv Vertreten

Mitarbeitende Aktiv Vertreten – LOGO

Das alleinstehende Logo unterscheidet sich von dem auf der Ausgabe. Es ist in einer der Produktfarben abgebildet und immer ohne Untertitel. Zudem wird die produktspezifische Form des Tropfens hier als Wiedererkennungsmerkmal eingebunden. Der Balken wird im produktspezifischen Farbverlauf dargestellt.

Bevorzugt nutzen wir die Logovariante inklusive „by ADIUVa“. Vor allen Dingen, wenn es optisch oder platztechnisch nicht möglich ist, das ADIUVa-Logo separat zu platzieren.

Logo ohne Slogan



↔ - - - Breite min. 90 mm - - - ↔

Logo Variante



↔ - - - Breite min. 90 mm - - - ↔

FARBPALETTE

Die Farbpalette ist wegen der Gruppenzugehörigkeit zu „Die SchwerBehindertenVertretung“ sehr ähnlich. Die Farben werden lediglich anders eingesetzt.

So wird bei der MAV die Türkistöne inkl. Verläufe, sowie der Orangeton als Primärfarben genutzt.

Highlights werden mit Koralle gesetzt.

Grün ist hier die Zusatzfarbe für Themenausgaben.

Die Farbe Koralle #c83560 wird hier nicht mehr genutzt.

HEX #e3a417/#ffcc33
CMYK 0-40-100-0
RGB 227-164-23

HEX #99cccc
CMYK 54-0-28-0
RGB 149-198-194

HEX #3c9aa1/#339999
CMYK 86-0-35-10
RGB 64-154-161

HEX #cccc33
CMYK 34-0-95-0
RGB 194-207-57

HEX #e3a417/ #ffcc33
CMYK 0-40-100-0
RGB 227-164-23

HEX #c83560/#cc3366
CMYK 0-90-41-0
RGB 200-53-96

Personalrat aktuell

Personalrat aktuell...

...ist der Informationsdienst für Personalräte in Deutschland. Die Zielgruppe ist zu 65 % männlich und zu 35% weiblich und ausschließlich im öffentlichen Dienst tätig. Sie vertreten die Interessen der Arbeitnehmer und haben über die Bundes- und Landesgesetze geregelte Mitbestimmungsrechte. Große Herausforderungen bilden die Themen Arbeitszeiterfassung, Kündigungen und Eingruppierung. Das Engagement für bessere Arbeitssituationen ist größtenteils intrinsisch motiviert. Mit „Personalrat aktuell“ sehen wir uns als Unterstützer bei der Durchsetzung rechtlicher Möglichkeiten zur Verbesserung der Arbeitsplätze. Als Ideengeber für weitere Handlungsmöglichkeiten. Und nicht zuletzt als kompetenter Berater auf Basis der aktuellen Rechtsprechung.



Personalrat aktuell

Personalrat aktuell – LOGO

Das alleinstehende Logo unterscheidet sich von dem auf der Ausgabe. Es ist in einer der Produktfarben abgebildet und immer ohne Untertitel.

Zudem wird die produktspezifische Form des Tropfens hier als Wiedererkennungsmerkmal eingebunden. Der Balken wird im produktspezifischen Farbverlauf dargestellt.

Für diesen Fachinformationsdienst gibt es kein produkt-spezifisches Icon only. Hier wird das Icon des Bereichs (Ampel) eingesetzt.

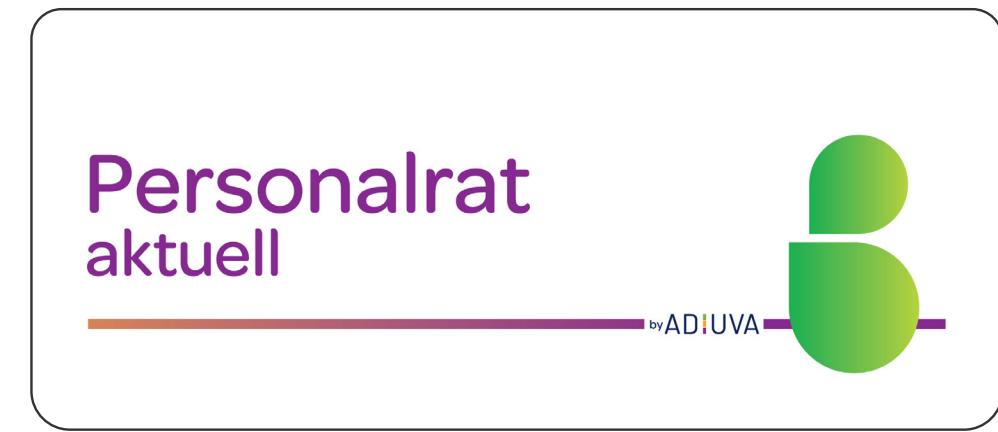
Bevorzugt nutzen wir die Logovariante inklusive „by ADIUVA“. Vor allen Dingen, wenn es optisch oder platztechnisch nicht möglich ist, das ADIUVA-Logo separat zu platzieren.

Logo ohne Slogan



↔ - - - Breite min. 90 mm - - - ↔

Logo Variante



↔ - - - Breite min. 90 mm - - - ↔

FARBPALETTE

Für diesen Informationsdienst nutzen wir immer diese Farbpalette. In der Normalausgabe dienen Lila und Orange auf Seite 1 und 12 als Farbverlauf. Lila wird ebenfalls zum Setzen von Akzenten genutzt.

Die Grüntöne sind, wie bei allen anderen Mitbestimmungsprodukten, die Primärfarben.

In den Themenausgaben wird der Gelbton durch ADIUVA-Blau ersetzt.

HEX #60a549/ #669933
CMYK 79-0-95-0
RGB 96-165-73

HEX #c2cf39/#cccc33
CMYK 34-0-95-0
RGB 194-207-57

HEX #a1c150/ #99cc66
CMYK 50-0-87-0
RGB 161-193-80

HEX #990099
CMYK 57-100-0-0
RGB 117-33-126

HEX #ffcc33
CMYK 0-40-100-0
RGB 227-164-23

HEX #000066
CMYK 100-85-13-45
RGB 31-41-87

HEX #990099
CMYK 57-100-0-0
RGB 117-33-126

Urteilsdienst für den Betriebsrat

Urteilsdienst für den Betriebsrat...

...ist ein Informationsdienst für Betriebsräte. Die Zielgruppe ist zu etwa 2/3 männlich und zu 1/3 weiblich. Betriebsräte sind theoretisch in Unternehmen ab 5 Mitarbeitern zu finden, in der Praxis werden Betriebsräte aber meistens nur in größeren Unternehmen (>50 Mitarbeiter) gewählt. Um ihre Rechte voll ausnutzen zu können und dem Arbeitgeber in Verhandlungen souverän gegenüberzutreten, müssen Betriebsräte sich mit ihren Rechten und Pflichten und der aktuellen Gesetzeslage gut auskennen. Vor Antreten des Amtes verfügen sie über geringes juristisches Wissen. „Urteilsdienst für den Betriebsrat“ bereitet daher aktuelle Urteile in einfacher Sprache für die Kunden auf und gibt praktische Hinweise, wie sie diese für ihren eigenen Alltag interpretieren und nutzen können.



Urteilsdienst für den Betriebsrat

Urteilsdienst für den Betriebsrat – LOGO

Das alleinstehende Logo unterscheidet sich von dem auf der Ausgabe. Es ist in einer der Produktfarben abgebildet und immer ohne Untertitel.

Zudem wird die produktspezifische Form des Dreiecks hier als Wiedererkennungsmerkmal eingebunden. Der Balken wird im produktspezifischen Farbverlauf dargestellt.

Bevorzugt nutzen wir die Logovariante inklusive „by ADIUVÄ“. Vor allen Dingen, wenn es optisch oder platztechnisch nicht möglich ist, das ADIUVÄ-Logo separat zu platzieren.

Logo ohne Slogan



↔ - - - Breite min. 90 mm - - - ↔

Logo Variante



↔ - - - Breite min. 90 mm - - - ↔

FARBPALETTE

Hier nutzen wir immer diese Farbpalette.
Wobei Gelb sowohl in der Normal- als auch
in der Themenausgabe genutzt wird,
um Akzente zu setzen.

Türkis und Grün sind die Primärfarben in
den Normalausgaben.

Koralle ist die Zusatzfarbe für Themenausgaben.
Diese kann jedoch ebenfalls als Akzent in
Gestaltungen einfließen.

HEX #339999
CMYK 86-0-35-0
RGB 64-165-174

HEX #99cc66
CMYK 50-0-87-0
RGB 161-193-80

HEX #336666
CMYK 86-0-35-45
RGB 43-111-115

HEX #99cc66
CMYK 0-90-41-0
RGB 200-53-96

HEX #99cc66
CMYK 50-0-87-0
RGB 161-193-80

HEX #ffcc00
CMYK 0-0-100-0
RGB 255-237-0

Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement für Betriebsräte

Arbeitsschutz & Gesundheitsmanagement für Betriebsräte...

...ist ein Informationsdienst für Betriebsräte vorrangig in kleinen und mittelständischen Unternehmen.

Der Schwerpunkt liegt bei Beratungsthemen, die den Schutz und die Gesunderhaltung der Beschäftigten zum Ziel haben. Hier liefern wir rechtssichere Hinweise zu Möglichkeiten und Grenzen der Mitbestimmung.

Wir möchten die Betriebsräte in ihrem Fürsorgegedanken für die Kolleginnen und Kollegen unterstützen. Dafür stellen wir neben den rechtlichen Informationen zahlreiche Arbeitshilfen wie Checklisten, Übersichten sowie Musterschreiben zur Verfügung und ermöglichen die Erstberatung durch eine Gesundheitsmanagerin.



Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement für Betriebsräte

Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement für Betriebsräte – LOGO

Das alleinstehende Logo unterscheidet sich von dem auf der Ausgabe. Es ist in einer der Produktfarben abgebildet und immer ohne Untertitel.

Zudem wird die produktspezifische Form des Kreises hier als Wiedererkennungsmerkmal eingebunden. Der Balken wird im produktspezifischen Farbverlauf dargestellt.

Bevorzugt nutzen wir die Logovariante inklusive „by ADIUVA“. Vor allen Dingen, wenn es optisch oder platztechnisch nicht möglich ist, das ADIUVA-Logo separat zu platzieren.

Logo ohne Slogan



— — — Breite min. 90 mm — — —

Logo Variante



— — — Breite min. 90 mm — — —

Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement für Betriebsräte

FARBPALETTE

Die Grüntöne sind die Primärfarben in den Normalausgaben.

Koralle #99cc66 dient hier zum Setzen von Akzenten.

Rostrot wird in den Normal- als auch in den

Themenausgaben im oberen Bereich des Titels eingesetzt

Der Gelbton ist die Zusatzfarbe für Themenausgaben.

Diese kann jedoch ebenfalls als Akzent in Gestaltungen einfließen.

HEX #669933
CMYK 79-0-95-0
RGB 96-165-73

HEX #336633
CMYK 76-10-100-34
RGB 76-117-48

HEX #99cc66
CMYK 50-0-87-0
RGB 161-193-80

HEX #ffcc33
CMYK 0|40|100|0
RGB 227|164|23

HEX #cc6666
CMYK 0|90|41|0
RGB 186|99|95

HEX #cc3366
CMYK -
RGB 200-53-96

Betriebsrat aktuell

Betriebsrat aktuell...

...ist ein Informationsdienst für Betriebsräte vorrangig in kleinen und mittelständischen Unternehmen. Die Zielgruppe vertritt in einer Sozialpartnerschaft mit dem Arbeitgeber die Interessen der Beschäftigten. Betriebsräte benötigen dafür rechtssichere Fachinformationen zu allen Themen des Arbeitsrechts und Unterstützung für ihre Gremiumsarbeit. Diese Informationen liefern wir mit kompetenten Überblicken zur Rechtsprechung und zahlreichen Tipps und Hinweisen, damit Arbeitnehmervertreter effizient und erfolgreich arbeiten können. Dazu geben wir ihnen mit unseren Musterdokumenten wertvolle Arbeitshilfen an die Hand und ermöglichen die Erstberatung durch Fachanwälte.



Betriebsrat aktuell

Betriebsrat aktuell – LOGO

Das alleinstehende Logo unterscheidet sich von dem auf der Ausgabe. Es ist in einer der Produktfarben abgebildet und immer ohne Untertitel.

Zudem wird die produktspezifische Form des abgerundeten Rechtecks hier als Wiedererkennungsmerkmal eingebunden. Der Balken wird im produkt spezifischen Farbverlauf dargestellt.

Bevorzugt nutzen wir die Logovariante inklusive „by ADIUVA“. Vor allen Dingen, wenn es optisch oder platztechnisch nicht möglich ist, das ADIUVA-Logo separat zu platzieren.

Logo ohne Slogan



↔ - - - Breite min. 90 mm - - - ↔

Logo Variante



↔ - - - Breite min. 90 mm - - - ↔

FARBPALETTE

Die Grüntöne sind die Primärfarben in den Normalausgaben. Hellblau #00ccff dient hier zum Setzen von Akzenten.

Die Blautöne werden für den produkttypischen Farbverlauf genutzt.

Der Orangeton ist die Zusatzfarbe für Themen- ausgaben. Diese kann jedoch ebenfalls als Akzent in Gestaltungen einfließen.

HEX #669933
CMYK 79-0-95-0
RGB 96-165-73

HEX #cccc33
CMYK 34-0-95-0
RGB 194-207-57

HEX #99cc66
CMYK 50-0-87-0
RGB 161-193-80

HEX #ffcc33
CMYK 0-40-100-0
RGB 227-164-23

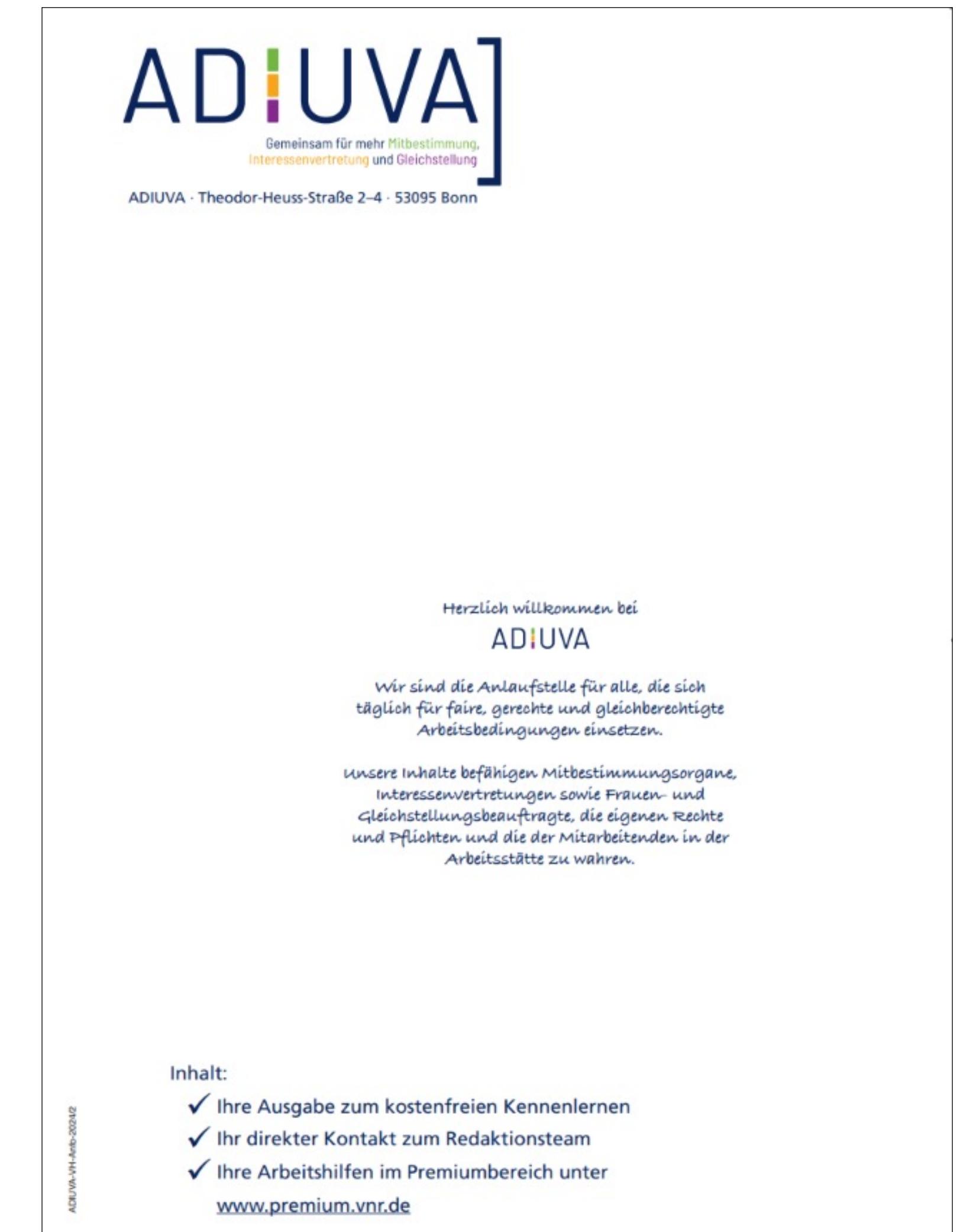
HEX #000066
CMYK 100-85-13-45
RGB 31-41-87

HEX #00ccff
CMYK 86-0-0-0
RGB 50-169-230

ADIUVA-Umschläge



Abonnement Versendung



Anforderung

Servicebroschüre

Hinweis:

- Format 21x21
- Mehr für Sie Grafik
- ADIUVa Schrift (Frutiger LT Std, 57 Condensed)
+ Farbe produktspezifisch

Die Servicebroschüre und weiter Produktinformationen sind in der Farbwelt des Produktes gehalten.
Nähere Informationen sind unter jedem Informationsdienst zu finden.



Begleitbriefe HWB, HWM - am Beispiel PRD

HWB Hinweis:

- Max 2 Seiten
- Produktlogo mit „by ADIUVA“
- Unterschrift PM oder CR

Logos



Headlines

Arial

Schriftgrad: 12 Pt

«MF_m_lange_name» - «MF_m_strasse», «MF_m_strasse_plz» «MF_m_ort»
DP AG, Stadtg. «MF_postvertriebnr»

«MF_adres_zelle_1» «MF_adres_zelle_2»
«MF_adres_zelle_3» «MF_adres_zelle_4»
«MF_adres_zelle_5» «MF_adres_zelle_6»
«MF_adres_zelle_7»

«MF_brief_datum»/«MF_benutzer_krea»/«MF_briefname»
Ihre Kunden-Nummer: «MF_kunde_format»

→ Herzlich Willkommen bei „Smart PR“

«MF_anrede_brief»

zunächst herzlichen Dank, dass wir Ihnen unser digitales Portal „Smart PR“ vorstellen dürfen. Wir kennen Ihre zahlreichen Herausforderungen aus langjähriger Erfahrung. Dieses Knowhow und aktuelle Informationen über neue Urteile und Anforderungen geben wir Ihnen über das Portal gerne weiter.

Schauen Sie doch direkt vorbei. Sie bekommen ab sofort:

- Zugriff auf alle Inhalte des „Smart PR“-Portals mit Suchfunktion und Urteilsdatenbank.
- Sie erhalten **rechtsicherer Expertenrat** - durch den direkten Draht zum Expertenteam: kompetente Antworten auf Ihre individuellen Fragen – und das in nur 24 Stunden.
- Zahlreiche Dienstvereinbarungen, Muster-Formulierungen und Checklisten helfen Ihnen bei der direkten Umsetzung der Informationen.
- Begeistern Sie Ihre PR-Kollegen und legen Sie in Ihrem Account 4 weitere persönliche Zugänge an - ganz ohne weitere Kosten.
- Sie verpassen nichts, da alle 14 Tage, eine Update-Mail in Ihrem E-Mail-Postfach liegt.

→ Möchten auch Sie ab sofort den Unterschied machen?

Dann loggen Sie sich ein. Sie können Ihren Account direkt unter folgendem Link aktivieren
www.smartpr.de/willkommen/ und bis zum «MF_az_endedatum_ohne_kulanz» kostenlos testen.

Unser Angebot an Sie:

Ab sofort haben Sie «MF_ansichtzeit_in_tagen» Tage Zeit, um „Smart PR“ in Ruhe zu testen. Der Testzeitraum ist für Sie kostenfrei und beginnt mit Erhalt der Bestätigungs-E-Mail. Wenn der Test Sie überzeugt und Sie uns innerhalb der «MF_ansichtzeit_in_tagen» Tage nichts Gegenteiliges mitteilen (kurze E-Mail, Anruf oder Fax genügt), behalten Sie weiterhin den Zugang zum digitalen Portal „Smart PR“ zu 69 € netto (zzgl. 7 % MwSt.) im Monat. Sie können Ihre Mitgliedschaft «MF_bezugszeitraum» beenden.

→ Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Testen vom neuen Portal „Smart PR“! Also aktivieren Sie gleich jetzt Ihren Test-Zugang unter www.smartpr.de/willkommen/. Genießen Sie nun die zusätzliche Zeit, die Sie für Ihre Arbeit als Personalrat mit Ihren Kollegen gewinnen.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg.

Mit besten Grüßen

Ihr Redaktionsteam für Personalräte

PS: Nicht vergessen! Die Kosten für „Smart PR“ sind als Fachliteratur natürlich nach § 44 Abs. 2 BPersVG und den LPersVG von Ihrem Dienstherrn zu übernehmen.

«MF_widerrufsbelehrung_1»«MF_widerrufsbelehrung_2»«MF_widerrufsbelehrung_3»«MF_widerrufsbelehrung_4»

Anschrift

Arial

Schriftgrad: 7 Pt

Small Headlines

Arial

Schriftgrad: 10

Farbe: C 53 M 0 Y 73 K 51

Copytext

Arial

Schriftgrad: 10

Arbeitshilfen (.docx .xlsx .pptx)

Anforderungen:

- Wir nutzen kein Logo oder ähnliches
- Wir geben kein Copyright an
- Aktuelles Dateiformat (docx, xlsx, pptx)
- Schriftart Roboto light
- Schriftgröße Überschrift 14pt, fett
- Schriftgröße Adressat (kursiv) und Fließtext 12pt
- Datumsangaben werden verfremdet (TT.MM.JJJJ)
- Konkrete Daten, die jedes Jahr gleich sind, können ohne Jahreszahl dargestellt werden

Headline
Roboto light
Schriftgrad: 14 pt - fett

Copytext
Roboto light,
Schriftgrad: 12 pt

→ **Musterschreiben: Unsere jährliche Frauenversammlung am 8. März**
*Die Gleichstellungsbeauftragte
Im Hause
An die Dienststellenleitung
Im Hause* ←
Ort, Datum

Veranstaltung einer Frauenversammlung am 8. März

Sehr geehrte Dienststellenleitung,

bekannterweise ist am **8. März** der Weltfrauentag, mit dem die Bedeutung der Rechtsdurchsetzung der gleichen Rechte von Frauen betont werden soll. Ich habe mir überlegt, meine diesjährige Frauenversammlung auf den **TT.MM.JJJJ** zu veranstalten und möchte die Frauenversammlung in der Zeit von 10 bis 14 Uhr durchführen.

Meine Planung für den Tag sieht wie folgt aus:

1. ...
2. ...
3. ...

Da die Zeit etwas drängt, bitte ich mir bis zum **TT.MM.JJJJ** Mitteilung zu machen, ob Sie bereit sind, an der Frauenversammlung mitzuwirken.

Falls Sie Bedenken haben, dass an diesem Tag die Frauenversammlung stattfindet, bitte ich Sie, mir diese umgehend mitzuteilen, bzw. mir diese in einem persönlichen Gespräch zu erläutern.

Mit freundlichen Grüßen

Die Gleichstellungsbeauftragte

→ **Anschrift**
Roboto light
Schriftgrad: 12 pt - kursiv

Abstrakte Datumsangaben werden immer mit TT.MM.JJJJ dargestellt. Gibt es ein konkretes Datum, wie hier der Weltfrauentag, kann das Datum genannt werden, jedoch entfällt die Jahreszahl.

Einmalfakturen EMF

EMF:

Wir produzieren verschiedene EMF pro Zielgruppe, pro Jahr. In diesen Büchern gehen wir auf ein Zielgruppenrelevantes Thema explizit ein und beleuchten dieses sehr umfangreich.

- Format A5
- Seitenanzahl mindestens 120, Manuskript ca. 70 Seiten in A4
- Auf ADIUVA gebrandet, nicht produktspezifisch

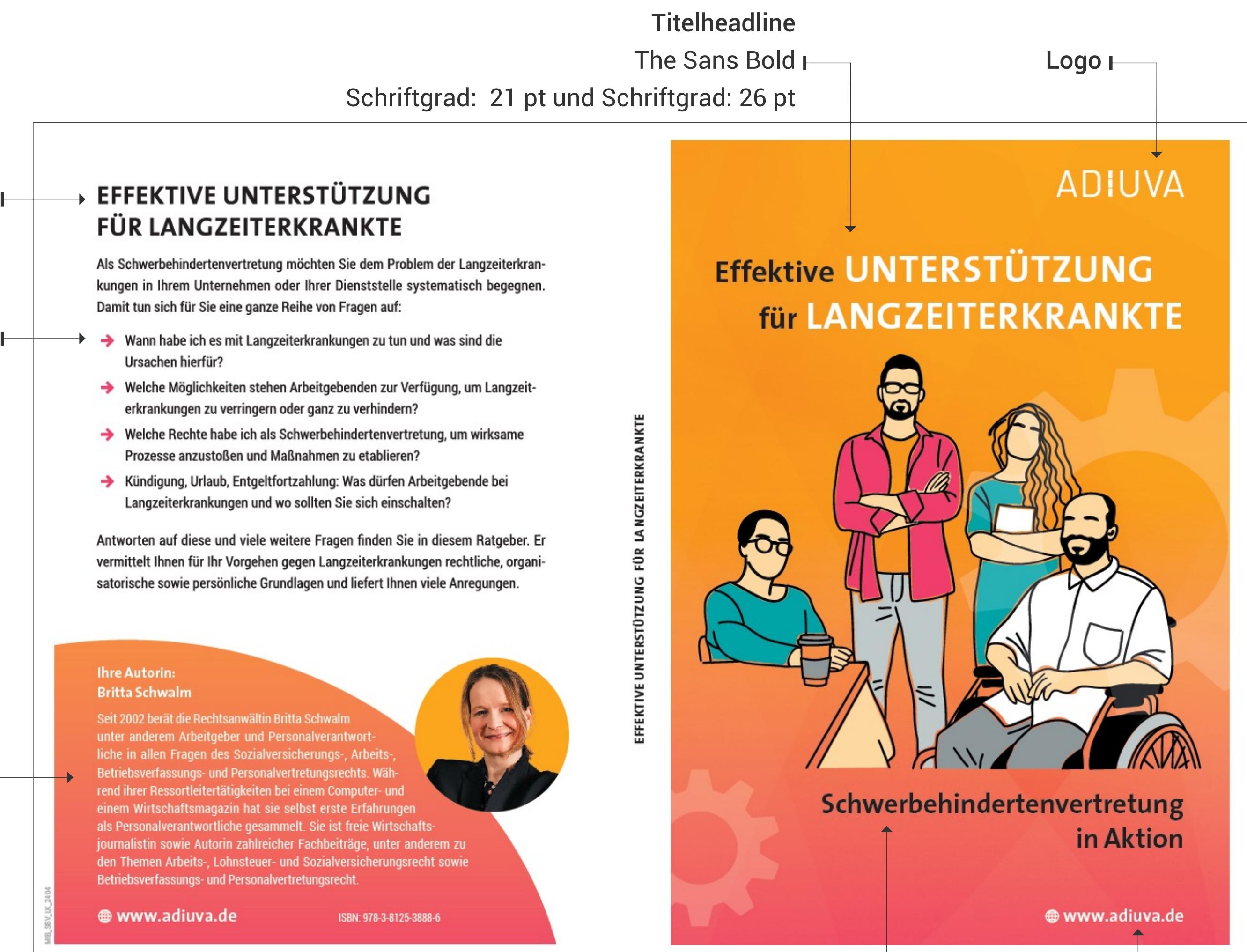
Beschreibung der*des Autors*in inkl. Foto

The Sans Bold
Schriftgrad: 10 pt
Zeilenabstand: 14 pt

Roboto condensed regular
Schriftgrad: 9 pt
Zeilenabstand: 12.5 pt

Headlines
The Sans Bold
18 pt
21 pt

Copytext
Roboto condensed regular
Schriftgrad: 10 pt
Zeilenabstand: 15 pt



Titelheadline

The Sans Bold
Schriftgrad: 21 pt und Schriftgrad: 26 pt

Logo

ADIUVA

Effektive UNTERSTÜTZUNG für LANGZEITERKRANKTE



Titelsubline

The Sans Bold
Schriftgrad: 9 pt

URL

www.adiuva.de

Jahreswandkalender

2025

ADIUVA
Gemeinsam für mehr **Mitbestimmung, Interessenvertretung und Gleichstellung**

Dezember '24
Januar
Februar
März
April
Mai
Juni
Juli
August
September
Oktober
November
Dezember
Januar '26

1 Mi Neujahr
1 Sa
1 Sa
1 Di
1 Do Tag der Arbeit
1 So
1 Di
1 Fr
1 Mo
36
1 Mi

1 Mo
49

2 Mo
2 Do
2 So
2 So
2 Mi Welt-Autismus-Tag
2 Fr
2 Mo
2 Mi
2 Sa
2 Di
2 Do
2 So
2 Di
2 Fr

3 Di
3 Fr
3 Mo
6
3 Mo
10
3 Do
3 Sa
3 Di
3 Do
3 So
3 Mi
3 Mo
45

4 Mi
4 Sa Welt-Braille-Tag
4 Di
4 Fr
4 So
4 Mi
4 Fr
4 Mo
32
4 Do
4 Sa
4 Di
4 Do
4 So

5 Do
5 So
5 Mi
5 Mi
5 Sa
5 Mo
19
5 Do
5 Sa
5 Di
5 Fr
5 So
5 Mi
5 Mo
2

6 Fr

6 Do
Betriebsrats-Update „Aktuelle Entscheidungen“
6 So
6 Di
Selbstfindertag
6 So
6 Mi
6 Sa
6 Mo
41
6 Do
6 Sa

7 Sa
7 Di
7 Fr
Weltbelebung Equal Pay Day
7 Mo Weltgesundheitstag
15
7 Mi
7 Sa Tag der Organspende
7 Mo
28
7 Do
7 So
7 Di Welttag für menschenwürdige Arbeit
7 Fr

8 So 2. Advent
8 Mi
8 Sa

8 Di
8 Do

8 Di

8 Mo
37
8 Mi
8 Sa
8 Mo
50

9 Mo
50
9 Do
9 So
9 So
9 Mi
9 Fr
9 Mo Pfingstmontag
24
9 Mi
9 Sa
9 Di
9 So
9 Di
9 Fr

10 Di
10 Fr
10 Mo
7
10 Mo
11
10 Do
10 Sa
10 Di
10 Do
10 So
10 Mi
10 Fr
10 Mo
46

11 Mi
11 Sa
11 Di Welttag der Kranken
11 Di
11 Fr
11 So Muttertag
11 Mi
11 Fr
11 Mo
33
Betriebsrats-Update „Aktuelle Entscheidungen“
11 Sa
11 Di
Betriebsrats-Update „Aktuelle Entscheidungen“
11 So

12 Do
12 So
12 Mi
12 Mi
12 Sa
Tag der Pflege
Betriebsrats-Update „Aktuelle Entscheidungen“
12 Sa
12 Di
12 Fr
12 So
12 Mi
12 Fr
12 Mo
3

13 Fr
13 Mo
3
13 Do
13 Do
13 So
13 Di
13 Fr
13 So
13 Mi
13 Sa
13 Mo
42
13 Do
13 Sa

14 Sa
14 Di
14 Fr Valentinstag
14 Fr
14 Mo
16
14 Mi
14 Sa Weltblutspendertag
14 Mo
29
14 Do
14 So
14 Di
14 Fr
14 So 3. Advent

15 So 3. Advent
15 Mi
15 Sa
15 Sa
15 Di
15 Do
15 So

15 Di

15 Mo
38
15 Mi
15 Sa
15 Mo
51

16 Mo
51
16 Do
16 So
16 So
16 Mi
16 Fr
16 Mo
25
16 Mi
16 Sa
16 Di
16 Do
16 So
16 Di

17 Di
17 Fr
17 Mo
8
17 Mo
12
17 Do
17 Sa
17 Di
17 Do
17 So
17 Mi
17 Fr
17 Mo
47

18 Mi
18 Sa
18 Di
18 Di
18 Fr
18 Fr Karfreitag
18 So
18 Mi Autistic Pride Day
18 Fr
18 Mo
34
18 Do
18 Sa
18 Di
18 Do
18 So

19 Do
19 So
19 Mi
19 Mi
19 Sa
19 Mo
21

19 Sa
19 Di
19 Fr
19 So

19 Fr
19 Mo
4

20 Fr
20 Mo
4
20 Do Internationaler Tag der sozialen Gerechtigkeit
20 Do Internationaler Tag des Glücks

20 Di
20 Fr
20 So
20 Mi

20 Mo
43
20 Do
20 Sa Internationaler Tag der menschlichen Solidarität
20 Di

21 Sa
21 Di
21 Fr
21 Fr Internationaler Tag gegen Rassismus
21 Mo Ostermontag
17
21 Mi
21 Sa
21 Mo
30
21 Do
21 So Weltfriedstag
21 Di
21 Fr
21 So 4. Advent
21 Mi

22 So 4. Advent
22 Mi
22 Sa
22 Sa
22 Di
22 Do
22 So
22 Di
22 Fr
22 Mo
39
22 Mi
22 Sa
22 Mo
52
22 Do

23 Mo
52
23 Do
23 So
23 So
23 Mi
23 Fr

23 Mi
23 Sa
23 Di
23 Do

23 Di
23 Fr

24 Di
Heiligenabend
24 Fr
24 Mo
9
24 Mo
13
Girls* Day & Boys* Day
24 Sa
24 Di
24 Do
24 So
24 Mi
24 Fr
24 Mo
48

25 Mi
1. Weihnachtstag
25 Sa
25 Di
25 Di
25 Fr
25 So
25 Mi
25 Fr
25 Mo
35
25 Do
25 Sa
25 Do
25 Mi
25 So

26 Do
2. Weihnachtstag
26 So
26 Mi
26 Mi
26 Sa
26 Mo
22
26 Do
26 Sa
26 Di
26 Fr
26 So
26 Mi
26 Fr
26 Mo
5

27 Fr

27 Mo
5
27 Do
27 Do
Diversity Day
27 Fr
27 So
27 Mi
27 Sa
27 Mo
44
27 Do
27 Sa
27 Di

28 Sa

28 Di
28 Fr Tag der Seltenen Erkrankungen
28 Fr
28 Mo Welttag für Sicherheit u. Gesundheit am Arbeitsplatz
28 Mi
28 Sa
28 Mo
31
28 Do
28 So
28 Di
28 Fr
28 So
28 Mi

29 So

29 Mi

29 Sa
29 Di
29 Do Christi Himmelfahrt/ Vatertag
29 So
29 Di
29 Fr
29 Mo
40
29 Mi
29 Sa
29 Mo
1

30 Mo
1
30 Do

30 So
30 Mi
30 Fr
30 Mo
27
30 Mi
30 Sa
30 Di
30 Do

30 Di
30 Fr

31 Di
Silvester
31 Fr

31 Mo
14
31 Sa

31 Do
31 So

31 Mi Silvester
31 Sa

Feiertag in ganz Deutschland
Feiertag nur in einigen Bundesländern
Betriebsräte & Personalräte
Mitarbeitervertretungen & Schwerbehindertenvertretungen
Gleichstellungsbeauftragte

www.adiuva.de | service@adiuva.de

05 Werbemittel



Landing Page

HINWEISE:

Bei unseren Landingpages gibt es keinen vorgegebenen Standard. Wir legen viel Wert auf Visualisierung. Der Aufbau kann und soll individuell gestaltet werden. Sie erhalten in Ihrem Briefing ein aktuellen Best-Practise zur Orientierung.

Bitte nutzen Sie die Schrift Roboto light und die Farbe ADIUVA-blau. Ausnahmen können für CTAs oder besonders hervorgehobene Kästen gemacht werden.

WICHTIG:

Bilder bitte immer in der entsprechenden Größe auf den Bildservern ablegen. Seiten bitte mobil optimieren.

Footerinhalte sind durch b2b Uniform bestimmt

Beispiele:

https://lpm.adiuva-verlag.de/1/3657/bas_ergonomie/

https://lpm.adiuva-verlag.de/1/9048/bas_bem/#



Unsere Newsletteranzeigen

INFORMATIONEN UND VORGABEN

Unsere Newsletter sind mit drei verschiedenen Anzeigenarten gefüllt.

Textanzeigen, Bildanzeigen und Redlinkanzeigen. Für das Texten und den html Satz der Anzeigen erhalten Sie ggf. aktuelle Best-Practices vom jeweiligen Produktmanager. Diese beziehen sich auf Text, Format und Gestaltung. Fragen Sie gerne nach, wenn Sie weitere Beispiele benötigen.

Die jeweiligen Anzeigen haben genaue Vorgaben für den html Satz, die unbedingt eingehalten werden müssen, damit sie korrekt über unser System Advance ausgespielt werden.

Die Vorgaben in Kürze zum html-Satz finden Sie auf der nächsten Seite, ein ausführliches Briefing, inkl. Liste der Platzhaltercodes finden Sie hier:



[Download Informationen zur Werbemittelanlieferung](#)

Reden ist Öffentlichkeitsarbeit für die eigene Person – und für Sie als Betriebsrat

Mit jeder Ihrer Reden als Betriebsrat „verkaufen“ Sie nicht nur die Botschaft der Rede. Sie präsentieren auch sich! Und deshalb gilt: Wer wie Sie mit Reden auf Betriebsversammlungen, gegenüber dem Arbeitgeber oder zu öffentlichen Anlässen etwas bewegen will, braucht • packende Einstiegs-Sätze • 100 % passgenaue Muster • wie ein Maßanzug sitzende Anekdoten, Beispiele und Geschichten und • Schluss-Sätze, die zu Applaus und Zustimmung motivieren.

All das finden Sie jetzt im neuen „[Praxis-Paket Erfolgreich Reden als Betriebsrat](#)“. Es ist GRATIS für Sie. Es kommt per kostenlosem Sofort-Download sofort zu Ihnen. [Sie brauchen nur noch hier zu klicken!](#)

[Zum Sofort-Download](#)

Als Betriebsrat richtig gut Bescheid wissen – dank [kostenlosem Crash-Kurs „Betriebsratsrechte“!](#)

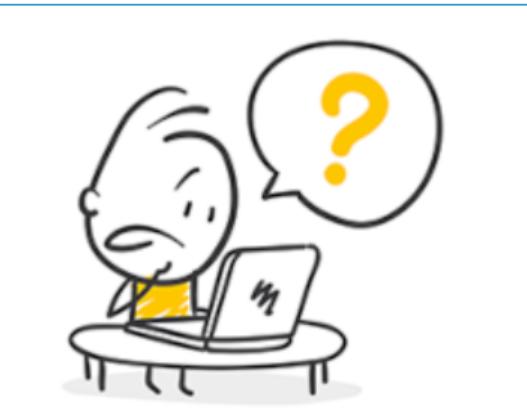
Ihr Erfolg als Betriebsrat steht und fällt mit Ihrem Know-how. Doch Hand aufs Herz:

Haben Sie einen Überblick aller relevanten Informationen und Gesetze, die Sie für Ihre tägliche Arbeit benötigen?

Vom Arbeitsschutz über den Gesundheitsschutz bis hin zu Einstellung, Kündigung, Arbeitszeitgestaltung, Befristungen und sozialen Angelegenheiten?

Mit dem [neuen GRATIS-Crash-Kurs für Betriebsräte](#) bringen Sie sich auf den aktuellen Stand {AktuellesJahr_Dezplus1} des Betriebsverfassungsgesetzes – und profitieren von Inhalten wie diesen:

- 17 Schulungen, die Ihnen laut Gesetz zustehen
- Musterschreiben und Checklisten
- Schritt-für-Schritt-Anleitungen für Verhandlungen mit dem Arbeitgeber
- Übersichten über wichtige gesetzliche Regelungen



[Zum Sofort-Download](#)

Beispiel Bildanzeige

Drogen, Alkohol, Medikamente: Warum das auch in Ihrem Betrieb ein Problem ist, {globalTextAnredeNachname}:

Es ist wirklich kaum zu glauben – und in den Medien erfahren Sie so gut wie nichts darüber.

Seit Ausbruch der Corona-Pandemie ist der Konsum von Drogen, Alkohol und Medikamenten wie etwa Antidepressiva massiv angestiegen.

Lockdowns, Einsamkeit im Homeoffice oder Angst vor Arbeitsplatzverlust sind die Hauptgründe dafür.

Doch Süchte lassen sich nach der Pandemie nicht einfach wieder „abschalten“. Selbst die Suchtformen nicht, die keiner als „Abhängigkeit“ wahrnimmt:

So klagen 3 von 4 Patienten, die Mittel gegen Depressionen nehmen, über Entzugserscheinungen.

Andere ertrinken ihre Probleme im Alkohol oder kiffen sich in eine scheinbar sorgenlose Parallelwelt.

Und so ist die Zahl der Drogenkonsumenten seit 2020 um 6 Millionen gestiegen. Jeder vierte Arbeitnehmer greift noch öfter zur Flasche als vorher – und die Long-Covid-Folgen äußern sich in 40% mehr Depressionen.

Das bedeutet für Sie als Betriebsrat:

Sie müssen hier aktiv werden, um **betroffene Kollegen zu schützen**. Und das oft voreinander. Denn was wäre, wenn ein „bekiffter“ Mitarbeiter einen Kollegen durch einen Arbeitsunfall mit verletzt?

Damit Sie sofort reagieren können, haben wir Ihnen alle Sofortmaßnahmen in einem Sonder-Report zusammengestellt, dem „[Suchmittel-Report](#)“.

[Sie können ihn sofort hier als PDF-Datei herunterladen.](#)

[Zum Sofort-Download](#)

Beispiel Redlinkanzeige

Unsere Newsletteranzeigen

BITTE UNBEDINGT BEACHTEN:

- Die angegebenen Pixelgrößen (Breite und Höhe) sind inkl. CTA-Button. Sie erhalten das aktuelle Best-Practice vom Produktmanagement.
- Anzeigenbreiten müssen immer mit Prozent angegeben werden.
- Bitte nutzen Sie, wenn nicht anders vorgegeben, Bilder und Schriftarten des Brandguides.
- Bitte unbedingt die verwendeten Bilder in der exakten Größe auf dem Server ablegen. Es reicht nicht, sie nur über den Code zu verkleinern. (Bitte nur diesen Server nutzen: images.vnr.de; Zugang kann vom Produktmanagement beantragt werden)
- Bilder werden idealerweise freigestellt und IMMER einen ALT-Tag mitgeben.
- Links und Image URLs mit https verlinken.
- Bitte die Anzeigen responsive gestalten.

Werbemittelspezifikation für Advance	Text-Anzeige	Bild-Anzeige	Redlink Anzeige
Anzeigenkategorie	TOPBOX	Grafikanzeige 1	Redaktioneller Link 1
Anzeige im Newsletter			
Anlieferung			
Word Format	X*	X	✓
HTML	✓	✓	✓ **
Breite	max. 600px (100%)	max. 600px (100%)	max. 600px (100%)
Höhe	max. 200px	max. 200px	max. 1200px oder DINA4
Bilder	X***	✓	✓
Sonderzeichen (Sterne, Haken, usw...)	✓	✓	✓
Schriftgrad	max. 14 px (Word 12)	flexibel	max. 16 px (Word 14)
Überschrift	max. 19px (Word 14)	flexibel	max. 22px (Word 16)
Formatierung	fett , <i>kursiv</i> , <u>unterstrichen</u> , Laufschrift	flexibel	fett , <i>kursiv</i> , <u>unterstrichen</u> , Laufschrift

* Eine Textanzeige kann im Word Format angeliefert werden, sofern keine weitere Formatierung mitgegeben wird

** RedLinks müssen als HTML geliefert werden, sobald hier Bilder und weitere Formatierungen enthalten sind

*** nur kleine Icons, Zeichen, CTA-Button

Unsere Stand-Alone-Mailings

CHECKLISTE ZUM THEMA SAM (FOKUS ZUSTELLBARKEIT)

Das Thema Zustellbarkeit ist eins der wichtigsten Themen im E-Mail-Marketing.

Für den Browser zu programmieren und eine Landingpage zu erstellen ist etwas völlig anderes als für einen E-Mail-Provider zu programmieren. Daher findet Sie hier einige Punkte, die bitte beim Setzen von SAMsen zu beachten sind. Ggf. erhalten Sie Best-Practices oder genaue Vorgaben zu Landingpage, Lift-Letter oder Vorschalttext vom Produktmanagement.

CHECKLISTE ZUM THEMA SAM (FOKUS ZUSTELLBARKEIT)

1. Bitte HTML kontrollieren (alle Tags geschlossen?)
2. Bitte Inline-CSS verwenden
3. Bilder runterskalieren auf gewünschte Darstellung in Desktop-Version
4. Bildern sinnvollen Alt-Tag mitgeben
5. Bilder (img src) per https einfügen, bitte nicht aus webp einsetzen, kann von Outlook nicht abgebildet werden
6. Verlinkungen (a href) per https einfügen
7. Bei allen anderen Bereichen bitte bei SAMs wenigstens nur einen Bilderserver nutzen
8. Bei Anzeigen bitte nur einen Bilderserver nutzen
9. Empfehlung: Mit <table> anstatt mit <div> arbeiten

Signatur



Anja Peters

Senior Produktmanagerin

Tel.: +49 (0) 228 / 8205 7566

Mail: ape@vnr.de

Web: www.adiuva.de

Kontaktperson

Roboto

1: Schriftgrad: 11 Pt - Zeilenabstand: 1,0 Pt

2: Schriftgrad: 10 Pt - Zeilenabstand: 1,0 Pt

Kontaktdaten

Roboto

Schriftgrad: 10 Pt

Zeilenabstand: 1,0 Pt

ADIUVA - ein Unternehmensbereich der VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG

Theodor-Heuss-Str. 2-4 | D-53177 Bonn

Vorstand: Richard Rentrop

Amtsgericht Bonn, HRB 8165

Copytext

Roboto

Schriftgrad: 10 Pt

Zeilenabstand: 1,0 Pt

[Download Icons](#)

[Download Template](#)

[Download ADIUVA Logo](#)

[Download Fonts](#)



EIN VERLAGSBEREICH DER
VNR VERLAG FÜR DIE DEUTSCHE WIRTSCHAFT AG

Theodor-Heuss-Straße 2-4

53177 Bonn

Tel.: 0228 82050

Mail: service@adiuva.de

Web: www.adiuva.de