



branche öffentliche verwaltung
branche administration publique
ramo amministrazione pubblica

Richtlinien

Kommunikations- und Markenrichtlinien

der Branche «Öffentliche Verwaltung /
Administration publique /
Amministrazione pubblica»

Version 1.2
Stand 17.09 2026
Herausgeber Geschäftsstelle der ov-ap
Basis Geschäftsordnung der ov-ap





Inhaltsverzeichnis

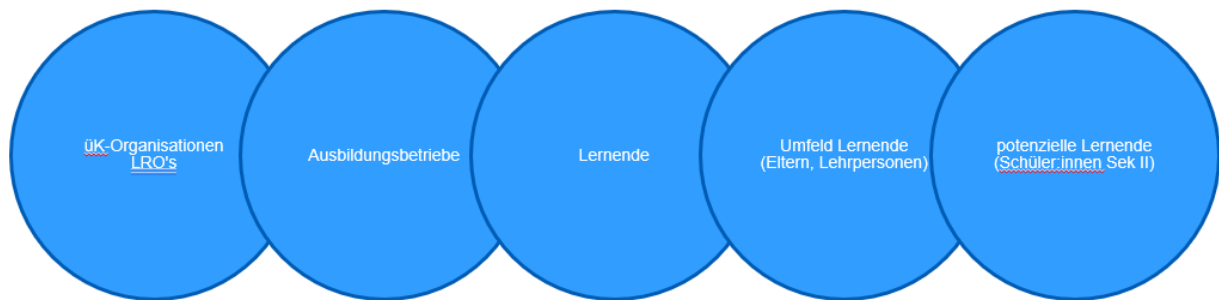
1. Ausgangslage und Zielsetzung	3
2. Erscheinungsbild	3
3. Nutzung des Logos und Bildmarke	3
4. Daten & Vorlagen	4
5. Sprache und Ansprache	4
6. Interne und externe Kommunikation	4
7. Verantwortlichkeiten und Freigabeprozesse.....	4
8. Weiterentwicklung und Evaluation	4
Marken-Leitlinien.....	5
1. Logo und Bildmarke	5
2. Schriften	5
3. Farbpalette & Geometrische Elemente.....	6
4. Bildwelt.....	7
5. Social Media.....	8



branche öffentliche verwaltung
branche administration publique
ramo amministrazione pubblica

1. Ausgangslage und Zielsetzung

Die Kommunikationsrichtlinien der ov-ap gewährleisten eine einheitliche und professionelle Kommunikation nach innen und aussen. Sie fördern Wiedererkennung, Transparenz, Verständlichkeit und eine inklusive Ansprache aller Zielgruppen:



Die vorliegenden Kommunikationsrichtlinien vereinen die Kommunikations- und die Marken-Leitlinien der ov-ap in einem gemeinsamen Dokument.

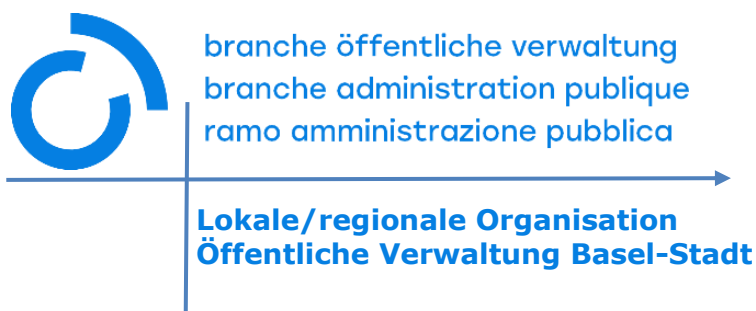
2. Erscheinungsbild

Das visuelle Erscheinungsbild der ov-ap – Logo und Bildmarke, Schriften, Farbpalette, Bildwelt und Social Media – ist in den **Marken-Leitlinien** am Ende dieses Dokuments geregelt.

3. Nutzung des Logos und Bildmarke

Lokale regionale Organisationen können das ov-ap-Logo gemäss den Vorgaben in den Marken-Leitlinien ([Logo und Bildmarke](#)) gerne verwenden.

Ergänzungen des Logos um den Namen der lokalen regionalen Organisation sind zulässig, sofern Abstände und Größenverhältnisse eingehalten werden.



Die lokalen regionalen Organisationen können das Logo der Branche auch auf ihrer Website verwenden. Der zu hinterlegende Link ist folgender: <https://ov-ap.swiss>
Das Logo ist gemäss den vorliegenden Vorgaben bestimmungsgemäss zu verwenden. Die Geschäftsstelle behält sich vor, bei einer nicht korrekten Verwendung darauf aufmerksam zu machen und eine Anpassung einzufordern.



4. Daten & Vorlagen

Die Daten & Vorlagen können auf time2learn heruntergeladen werden und stehen Ihnen zur Nutzung zur Verfügung.

5. Sprache und Ansprache

Die Kommunikation erfolgt klar, sachlich und zielgruppengerecht. Im Deutschen werden, aufgrund der einfacheren Leserlichkeit, wenn immer möglich geschlechtsneutrale Bezeichnungen verwendet (z.B. «Fachpersonen» «Kaufleute» «Auszubildende» «lernende Person» «Berufsbildende»). Wenn geschlechtsneutrale Bezeichnungen nicht angewendet werden können, orientieren wir uns am [Leitfaden geschlechtergerechte Sprache des Bundes](#).

Im Französischen und Italienischen werden die jeweiligen sprachlichen Besonderheiten berücksichtigt.

[Guide pour un usage inclusif du français](#)

[Guida al linguaggio inclusivo di genere](#)

Beispiele sind in unserem Glossar zu finden.

6. Interne und externe Kommunikation

- ✓ Informationen werden transparent, zeitnah und nachvollziehbar geteilt.
- ✓ Entscheidungen und relevante Entwicklungen werden offen kommuniziert, um Vertrauen und Partizipation zu fördern.
- ✓ Die Kommunikationskanäle (E-Mail, Newsletter, time2learn, Webseite und LinkedIn) werden zielgruppengerecht genutzt
- ✓ Vertrauliche Informationen werden mit besonderer Sorgfalt behandelt.

7. Verantwortlichkeiten und Freigabeprozesse

Die Geschäftsstelle ist für die Einhaltung der Kommunikationsrichtlinien verantwortlich und unterstützt lokale regionale Organisationen bei der Umsetzung. Vorlagen und Materialien werden regelmässig überprüft und bei Bedarf aktualisiert. Bei Unsicherheiten oder neuen Kommunikationsbedürfnissen ist frühzeitig Rücksprache mit der Geschäftsstelle zu halten.

8. Weiterentwicklung und Evaluation

Die Kommunikationsrichtlinien werden regelmässig überprüft und an neue Anforderungen angepasst. Feedback aus den Organisationen wird aktiv eingeholt und fließt in die Weiterentwicklung ein.

Marken-Leitlinien

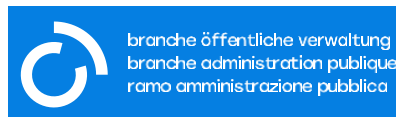
Die folgenden Vorgaben regeln den visuellen Markenauftritt der ov-ap (Logo, Schriften, Farbpalette, Bildwelt und Social Media).

1. Logo und Bildmarke

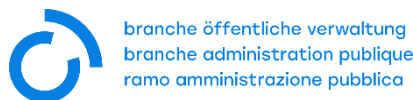
Das Logo der Branche ov-ap besteht aus zwei Elementen: Bildmarke und dem dreisprachigen Schriftzug.

- ✓ Das Logo ist ausschliesslich in Weiss oder Blau zu verwenden – die Farbwahl richtet sich nach dem Hintergrund:

Weisses Logo auf dunklem oder farbigem Hintergrund



Blaues Logo auf hellem oderweissem Hintergrund



- ✓ Das Signet kann auch allein verwendet werden, eignet sich gut z.B. als Hintergrund oder auf Titelseiten es kann entsprechend transparent eingestellt werden.



- × Das Logo darf in keiner Form verändert werden (keine Anpassung von Proportionen, Farben oder Schriftzug).
- × Alte Logoformen (z.B. schwarz/weiss) sind nicht mehr gültig und dürfen nicht mehr verwendet werden.

2. Schriften

In Überschriften oder Titeln kann die Schriftfarbe Blau (HEX 057FE2) verwendet werden.

Schrift	Anwendung
Stolzl Regular	Webseite
Verdana Schriftfamilie	Powerpoint, Office-Anwendungen



3. Farbpalette & Geometrische Elemente

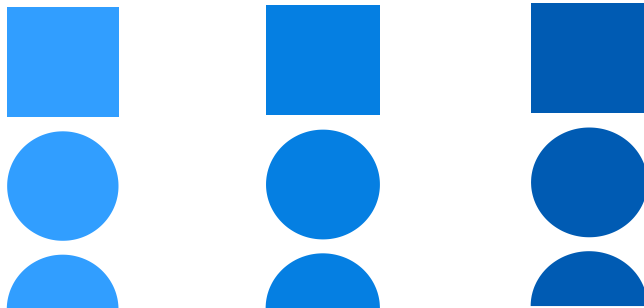
Die Farbpalette mit den kräftigen Blautönen spiegelt Klarheit, Vertrauen und Modernität wider. Die Primärfarben bilden drei tonale Varianten von Blau, welche durch neutrale Töne (Schwarz, Grau, Hellgrau und Weiss) ergänzt werden. Die Akzentfarben Rot und Grün werden sparsam eingesetzt.

Dunkelblau	HEX #005BB3 CMYK 95 / 70 / 0 / 0	Schwarz	HEX #031A34 CMYK 95 / 80 / 40 / 60
Blau	HEX #057FE2 CMYK 80 / 40 / 0 / 0	Dunkelgrau	HEX #58617A CMYK 70 / 60 / 35 / 15
Hellblau	HEX #319EFF CMYK 70 / 20 / 0 / 0	Grau	HEX #6E7894 CMYK 60 / 50 / 30 / 0
Weiss	HEX #FFFFFF CMYK 0 / 0 / 0 / 0	Hellgrau	HEX #F2F4FF CMYK 5 / 5 / 0 / 0
Dunkelrot #C6120C	Rot #EF413D	Hellrot #FF8970	Pastellrot #FFE3DE
Dunkelgrün #18AE69	Grün #63C872	Hellgrün #AEE27B	Pastellgrün #EEFFC5



branche öffentliche verwaltung
branche administration publique
ramo amministrazione pubblica

Auf der Webseite und auch auf Social-Media können die folgenden geometrischen Elemente in den verschiedenen Blautönen zum Einsatz kommen:



4. Bildwelt

Der fotografische Stil ist authentisch, handlungsorientiert und versucht, eine Geschichte zu erzählen, die sich natürlich anfühlt. Die porträtierten Personen sollten vielfältig, authentisch und sympathisch sein. Die Kleidung sollte bescheiden und sauber sein, ohne grosse Slogans und Logos. Die ideale Beleuchtung sollte natürlich sein. Die Fotos sollten das Gefühl von Professionalität, Inspiration, Bildung und Kompetenz vermitteln.





branche öffentliche verwaltung
branche administration publique
ramo amministrazione pubblica

5. Social Media

LinkedIn-Posts können die geometrischen Formen als Masken, Rahmen und Kompositionshilfen integrieren, um ein zeitgemässes Gefühl zu vermitteln und gleichzeitig die Wiedererkennbarkeit der Marke zu erhalten.

