orth & kellenberger

Konzernrichtlinie Corporate Design

RL-1011-01 · Version 1.0 · gültig ab 1. Januar 2027 · freigegeben

Angabe	Inhalt
Dokumentnummer	RL-1011-01
Dokumentart	Konzernrichtlinie
Erlassen von	Vorstand des Verbands als Konzernvorstand der Orth & Cie. KG
Version und Status	1.0 · freigegeben
Zuständig	1011 Corporate Communications
Freigabe	Vorstand des Verbands · 1. Januar 2027 · mit Zustimmung des Verwaltungsrats
Gültig ab	1. Januar 2027
Geltungsbereich	alle Gesellschaften und Marken der Orth & Kellenberger Group, alle Standorte und Partner, Agenturen und Druckereien
Ersetzt	Vorlagen-Familie 2023 und alle älteren Design-Vorgaben
Markenportal	marke.orth-kellenberger.com (mit Anmeldung)

1 Zweck und Geltungsbereich

Diese Konzernrichtlinie legt fest, wie die Orth & Kellenberger Group und ihre Marken aussehen, klingen und auftreten: in Präsentationen, auf Briefbögen und Visitenkarten, in Signaturen, im Netz und an jedem Standort. Sie umfasst das gesamte Markencenter: Markenportal, Logo-Paket, Vorlagen, Websites und soziale Medien.

Sie gilt für alle, die unter unseren Marken arbeiten: Zentrale, Standorte und Partner, dazu Agenturen und Druckereien, die für uns arbeiten. Was hier steht, gilt. Was hier nicht steht, wird mit Corporate Communications geklärt, bevor es nach außen geht.

Das Markenportal unter marke.orth-kellenberger.com (mit Anmeldung) ist die Ansicht zu dieser Richtlinie: Es zeigt Mockups, Farbfelder, Logos und Downloads. Maßgeblich ist der Text dieser Richtlinie. Dateien kommen nur aus dem Logo-Paket und den Vorlagen (Abschnitt 19); keine Kopien aus alten Präsentationen, keine Screenshots von Logos, keine selbst gesetzten Wortmarken.

Regeln sind markiert: **[Muss]** ist verbindlich, **[Soll]** ist der Regelfall (Abweichung begründen), **[Kann]** ist eine Empfehlung.

2 Grundsätze

2.1 Drei Dinge bleiben überall gleich

- **Schrift:** Open Sans in allen Formaten, die Schrift der Wortmarke.
- **Farben:** neun CI-Farben, jede mit einer festen Aufgabe.
- **Das „&“:** groß, angeschnitten, oben rechts. Es steht für die Verbindung von Orth und Kellenberger und für jede Partnerschaft. Höchstens eines pro Fläche, nie gelb, nie als Monogramm umgebaut.

2.2 Linien

Die Gruppe hat viele Namen: Gesellschaften, Geschäftsbereiche, Marken. Nach außen soll man trotzdem sofort sehen, dass alles zusammengehört. Alles außer den drei Konstanten wechselt nach klaren Regeln: der Grund, die Farbe des „&“ und der Absender. Das heißt **Linie**. Jede Marke hat eine Linie, jede Linie dieselbe Vorlage (Abschnitt 8).

2.3 Stand

Diese Richtlinie ist auf die Struktur ab 1. Januar 2027 geschrieben: Verwaltungsrat statt Aufsichtsräte, der Familien- und Unternehmensverband als Komplementär der Orth & Cie. KG. Fußzeilen, Signaturen und Vorlagen zeigen ausschließlich diesen Stand.

3 Gesellschaften, Geschäftsbereiche und Marken

3.1 Drei Ebenen

Jede Ebene hat eine eigene Schreibweise, damit man eine Firma von einer Marke unterscheiden kann, auch wenn beide den Familiennamen tragen.

- **Gesellschaften:** immer die Wortmarke. Der Zusatz steht gestapelt darunter: Versalien, gesperrt, mit rotem Strich (GROUP, GROUP MANAGEMENT, HOLDING, VERBAND, ORGANISATION). Die Orth & Cie. KG als Konzernmutter trägt keinen Zusatz.
- **Geschäftsbereiche:** kein eigenes Logo. Der Bereich steht als Kennzeichnung im Briefkopf, als Kicker auf Folien und in der Fußzeile. Geschäftsbereiche ordnen, sie treten nicht auf.

- **Marken:** entweder eine eigene Wortmarke mit der Zeile „Part of Orth & Kellenberger Group." oder, unter dem Dachnamen, der Zusatz in Light daneben, auf derselben Grundlinie, in der Linienfarbe (Consulting in Messing, Vital in Grün).

3.2 Gesellschaften

Gesellschaft	Rolle	Schreibweise	Kurzform intern	Fußzeile
Orth-Kellenberger Familien- und Unternehmensverband e.V.	Komplementär der Orth & Cie. KG, trägt den Verwaltungsrat	Wortmarke · VERBAND	Verband	eigene
Orth & Cie. KG	Konzernmutter, Marken und Assets, kein Marktauftritt	Wortmarke ohne Zusatz	Cie. KG	eigene
Orth-Kellenberger Holding GmbH	Beteiligungsgesellschaft	Wortmarke · HOLDING	Holding GmbH	eigene
Orth-Kellenberger Group KG	operativ, Träger aller Marken und Standorte, rechtlicher Absender jeder Marke	Wortmarke · GROUP	Group KG	gilt für alle Marken
Orth-Kellenberger Group Management GmbH	Komplementärin der Group KG	Wortmarke · GROUP MANAGEMENT	Management GmbH	eigene
InnWert GmbH	Anlage- und Bitcoin-Beratung, Marke unter Consulting & Training	eigene Wortmarke	InnWert	eigene
Orth-Kellenberger Organisation e.V.	eigenständige, gemeinnützige Organisation, mit der Gruppe verbunden	Wortmarke · ORGANISATION	Organisation	eigene

- [Muss] In Fußzeilen und Signaturen stehen die vertretungsberechtigte Gesellschaft mit Register, deren Geschäftsführung und der Vorsitz des Verwaltungsrats. Natürliche Personen als Komplementäre und Beteiligungsverhältnisse werden nicht genannt.
- Das Organigramm mit Personen und Beteiligungen führt die Zentrale intern im Markenportal; es ist nicht Teil dieser Richtlinie.

3.3 Geschäftsbereiche

Die Gruppe hat drei Geschäftsbereiche: **IT & Cloud**, **Advertising & Arts** und **Consulting & Training** (Nummern nach RL-1002-01). Die gemeinnützige Orth & Kellenberger Organisation (Vereinsname Orth-Kellenberger Organisation e.V.) ist kein Geschäftsbereich, sondern eine eigenständige

Organisation; ihre Gestaltungslinie heißt Non-Profit. Auf der Konzernseite erscheint sie als eigener gemeinnütziger Bereich neben den drei Geschäftsbereichen.

3.4 Marken

Marke	Bereich	Aufgabe	Linie	Schreibweise im Text
orandke IT	IT & Cloud	IT-Dienstleistungen für Systemhäuser	IT-Familie	orandke IT, nie Orandke, nie ORANDKE
OR-KE	IT & Cloud	IT-Betreuung für Endkunden im B2B, Systempartner, Standortmodell	IT-Familie	OR-KE mit Bindestrich, Claim „IT. Partner. Zukunft.“
orkenet	IT & Cloud	Hosting, Domains, Server	IT-Familie	orkenet, ein Wort, klein
orandke ONE	IT & Cloud	Business-Portal für KMU und Konzerne, eigene Software (kein Partner- oder Kundenportal)	IT-Familie	orandke ONE, ONE in Versalien
orandke IT Trainings	Consulting & Training	IT-Schulungen, Kundenschulungen, SYNAXON-Formate	IT-Familie	orandke IT Trainings, Plural
orth & kellenberger Consulting	Consulting & Training	Unternehmensberatung, Existenzgründung, Förderung	Consulting	orth & kellenberger Consulting, Dachname klein
orth & kellenberger Vital	Consulting & Training	betriebliches Gesundheitsmanagement, Stress- und Natur-Coaching	Vital	orth & kellenberger Vital
InnWert	Consulting & Training	Anlage- und Bitcoin-Beratung	Consulting	InnWert, Binnenmajuskel
Ten Grand	Advertising & Arts	Werbung und Marketing	Advertising & Arts	Ten Grand, zwei Wörter
KUNSTAGENTUR	Advertising & Arts	Künstlervermittlung, Kunstvertrieb	Advertising & Arts	KUNSTAGENTUR in Versalien

Die Namen „orandke“ und „orke“ sind aus Orth und Kellenberger gebildet: orandke steht bei Partnergeschäft, Training und Software, OR-KE und orkenet bei Endkunden und Hosting. Neue Marken folgen diesem Muster oder stehen unter dem Dachnamen.

- [Muss] Vor jedem neuen Namen: Markenrecherche beim DPMA und Domainprüfung durch die Zentrale.

3.5 Wer ist Absender wofür

- **Kunde sieht eine Marke** (Angebot, Rechnung, Schulung, Support): Die Marke tritt auf, die Group KG steht in der Fußzeile. Beispiel: Ein Angebot von orandke IT trägt das orandke-IT-Logo, „Part of Orth & Kellenberger Group." und die Pflichtangaben der Group KG.
- **Behörde, Bank, Register, Vertrag:** Die Gesellschaft tritt auf, mit Wortmarke und Zusatz, ohne Markenlogo.
- **Gruppe als Ganzes** (Hauptversammlung, Jahresbericht, Website-Startseite, Stellenanzeigen): Wortmarke · GROUP. Die Marken dürfen darunter als Familie gezeigt werden.

4 Schrift

4.1 Schnitte und ihre Aufgaben

Schnitt	Wofür	Nie für
ExtraBold 800	Titel, Abschnittsnummern, das „&", Dokumenttitel, große Zahlen	Fließtext, Tabellen
Bold 700	Zwischentitel, Kicker, Kartentitel, Tabellenköpfe, Namen in Signaturen, Zusätze der Firmen	ganze Absätze
SemiBold 600	Hervorhebung im Text, Links auf Folien	Titel
Regular 400	Fließtext, Tabellen, Fußzeilen, Signaturtext	Titel über 24 pt
Light 300	Markenzusätze neben der Wortmarke (Consulting, Vital), Untertitel ab 24 pt	alles unter 16 pt, Fließtext

Kursiv gibt es nicht. Betonung im Text durch SemiBold oder durch den Satz selbst. Versalien nur im Kicker, in Firmenzusätzen und bei KUNSTAGENTUR und OR-KE, weil das ihre Schreibweise ist.

4.2 Bezug und Ersatz

- [Muss] Open Sans (SIL Open Font License, kostenlos) wird auf jedem Rechner installiert, der Vorlagen bearbeitet.
- [Muss] Im Web liegt Open Sans selbst gehostet auf dem Server (WOFF2 oder WOFF). Google Fonts werden nicht eingebunden.
- [Soll] Wenn ein Empfänger die Schrift sicher nicht hat, wird als PDF versendet.
- [Kann] Ersatzschrift in Systemen ohne Schriftwahl: Arial. Nie Calibri, Aptos, Times oder Segoe.

- In Tabellen und Fußzeilen werden Tabellenziffern verwendet (Word: Schriftart › Erweitert › Zahlenabstand „Tabellarisch“).

4.3 Schriftgrößen

Präsentation 16:9	Größe
Titelfolie	54 pt · 800
Abschnitt	44 pt · 800
Abschnittsnummer	120 pt · 800
Folientitel	32 pt · 800, höchstens zwei Zeilen
Untertitel Titelfolie	20 pt · 400
Kartentitel	20 pt · 700
Fließtext, Karten	18 pt · 400
Tabellen, Beschriftungen	16 pt · 400
Kicker, Versalien, Laufweite +12 %	14 pt · 700
Fußzeile	11 pt · 400

Brief und Dokument, A4	Größe
Dokumenttitel	20 pt · 800
Überschrift 1 / 2 / 3	14 / 12 / 10 pt · 700
Betreff	12 pt · 800
Fließtext, Zeilenabstand 1,5	10 pt · 400
Tabellen	9 pt · 400
Infoblock rechts	8 pt · 400
Absenderzeile	6,5 pt · 400
Fußzeile	6 pt · 400

Web und Social	Größe
Website H1	48 px · 800
Website H2 / H3	32 / 22 px · 800 / 700
Website Fließtext	17 px · 400, Zeilenhöhe 1,55
Post 1080 px, Aussage	72 px · 800
Post, Kicker	26 px · 700
Banner 1584 px, Aussage	64 px · 800
Signatur Name / Text / Pflichtangaben	12 / 10 / 7 pt

Auf Folien steht nichts unter 16 pt außer der Fußzeile. Text linksbündig, kein Blocksatz, keine Silbentrennung in Titeln. Zeilenlänge im Fließtext 45 bis 75 Zeichen.

5 Raster und Abstände

- **Folienraster:** 12 Spalten, Spaltenabstand 16 px, Rand 64 px bei 960 px Breite (0,89 cm bei 33,87 cm Folienbreite). Kicker bei 36 px, Titel bei 60 px, Inhalt ab 150 px, Fußzeile 48 px vom unteren Rand.
- **Abstände:** Vielfache von 8 px auf der Folie (0,11 cm): 8, 16, 24, 32, 48, 64; im Druck 1, 2, 3, 4, 6, 8 mm. Keine krummen Werte.
- **Brief A4:** DIN 5008 Form B, Satzspiegel 25 mm links, 20 mm rechts (Maße in Abschnitt 10).

Element	Wert
Innenabstand Karten	20 px / 5 mm
Abstand zwischen Karten	16 px / 4 mm
Titel zu Inhalt	32 px
Absätze im Fließtext	eine halbe Zeile
Eckenradius Karten	14 px / 3 mm
Eckenradius Chips, Etiketten	3 px
Linien	1 px Silber, 2 px Anthrazit für Betonung

6 Farben

6.1 Neun CI-Farben

Farbe	Wert	RGB	CMYK (Richtwert)	Aufgabe
Schwarz	**#000000**	0 0 0	0/0/0/100	Logo, Überschriften, Fließtext
Weiß	**#FFFFFF**	255 255 255	0/0/0/0	Grundfläche, Text auf Dunkel
Anthrazit	**#333F4C**	51 63 76	33/17/0/70	dunkle Folien, Bänder, Tabellenköpfe
Schiefer	**#5A6675**	90 102 117	23/13/0/54	Sekundärtext, Fußzeilen
Grau	**#7C8795**	124 135 149	17/9/0/42	Icons, Linien, große Zahlen; kein kleiner Text

Farbe	Wert	RGB	CMYK (Richtwert)	Aufgabe
Silber	**#C0C6D6**	192 198 214	10/7/0/16	Linien, Rahmen, Text auf Dunkel
Markenrot	**#D70041**	215 0 65	0/100/70/16, Druck 0/100/60/0	Akzent: Kicker, Marker, ein Element pro Folie
Signalrot	**#FF0035**	255 0 53	0/100/79/0	nur groß, nur als Fläche, Status Risiko
Blau	**#1C66B0**	28 102 176	84/42/0/31	Funktion: Links, Klickpfade, Info

CMYK-Werte sind aus dem Bildschirmwert gerechnet und Richtwerte. Vor einem Druck entscheidet der Proof der Druckerei; Markenrot und Anthrazit müssen stimmen. Bei Sonderfarben Markenrot nahe HKS 13 abstimmen, kräftig und leicht blaustichig, nie Orangerot.

6.2 Erweiterungen

- **Hellstufen** der Kernfarben auf 60, 30, 15 und 6 % auf Weiß, für Flächen, Tabellenzeilen und Diagramme. Text bleibt in den Vollfarben. Die helle Fläche #F3F4F7 (Silber 15 %) ist Grund der Linie Vital und Kartenfarbe auf weißen Folien.
- **Statusfarben** nur für Zustände in Inhalten (Chips, Icons, Tabellenzellen, Screenshot-Marker), immer mit Wort oder Icon: Erfolg #2E8540, Hinweis #E0A800, Risiko #FF0035, Info #1C66B0. Neutral ist Silber 50 % mit Anthrazit.
- **Linienfarben** nur im großen „&“, im Strich unter einer Firma, in der Ecke des Briefbogens und in der Abschnittsnummer auf Folien: Markenrot (Firmen, IT-Familie), Messing #A8875A (Consulting), Grün #2E8540 (Vital), Silber (Advertising & Arts, Non-Profit), Petrol #003C3C / #00787A (SYNAXON-exklusiv). Nie als Fließtext, nie als Fläche hinter Text.

Hellstufen	100 %	60 %	30 %	15 %	6 %
Anthrazit	#333F4C	#858C94	#C2C5C9	#E0E2E4	#F3F3F4
Markenrot	#D70041	#E7668D	#F3B2C6	#F9D9E2	#FDF0F4
Blau	#1C66B0	#77A3D0	#BBD1E7	#DDE8F3	#F1F6FA
Silber	#C0C6D6	#D9DDE6	#ECEEF3	#F3F4F7	#FAFAFC

6.3 Kontrast

Farbe	auf Weiß	auf Schwarz	auf Anthrazit	Text erlaubt
Anthrazit	10,7	1,9	–	auf Weiß, jede Größe
Schiefer	5,8	3,6	1,8	auf Weiß, jede Größe
Markenrot	5,3	4,0	2,0	auf Weiß ab 12 pt, auf Schwarz ab 18 pt, auf Anthrazit nie als Text
Blau	5,9	3,6	1,8	auf Weiß, jede Größe; auf Dunkel als Hellstufe #77A3D0
Grau	3,6	5,8	2,9	auf Weiß nur ab 18 pt, für Icons und Linien
Silber	1,7	12,3	6,2	nie auf Weiß, auf Dunkel jede Größe
Weiß	–	21,0	10,7	auf Dunkel, jede Größe
Messing	3,3	6,3	3,2	nie als Text auf Weiß, auf Schwarz ab 12 pt
Grün	4,6	4,5	2,3	ab 12 pt auf Weiß und Schwarz
Petrol hell	5,2	4,0	–	auf Petrol nur als Fläche, Text darauf weiß

Werte nach WCAG 2.2: ab 4,5 jeder Text, ab 3,0 nur großer Text ab 18 pt oder 14 pt fett.

6.4 Regeln

- [Muss] Rot ist ein Akzent, kein Hintergrund. Höchstens ein rotes Element pro Folie oder Seite, dazu das „&“. Rote Flächen gibt es nur als Etikett (Admin Powerdays) und als Streifen der Visitenkarte.
- [Muss] Blau ist Funktion: Links, Klickpfade, Informationshinweise, Vergleichsreihen in Diagrammen. Blau ist keine Linien- und keine Flächenfarbe.
- [Muss] Statusfarben nur in Inhalten, Linienfarben nur in „&“, Strich, Ecke und Abschnittsnummer.
- Rot steht für die Gruppe und für die IT-Familie. Das ist gewollt: IT ist das Kerngeschäft.
- [Muss] Das „&“ ist nie gelb. Gelb kommt nur als Hinweisfläche und als Etikett der Azubi Powerdays vor.
- [Muss] Keine Verläufe, keine Schatten, keine Transparenzen auf Logos. Flächen sind flach; einzige Ausnahme ist der helle Kreis auf der Live-Demo-Folie (Weiß 6 %).
- [Soll] Dunkle und helle Folien wechseln sich ab: Titel und Abschnitte dunkel, Inhalt hell, Live-Demo dunkel. Nie mehr als drei dunkle Inhaltsfolien hintereinander.

- [Soll] Signalrot nur groß: als Risiko-Chip oder Fehlermarker, nie als Text unter 18 pt und nie neben Markenrot auf derselben Fläche.

7 Logos

7.1 Die Logos

Alle Logos sind in Open Sans gesetzt und liegen im Logo-Paket als schriftfreie SVG und als PNG, in Schwarz für helle Flächen und in Weiß für dunkle Flächen. Rot im Logo ist immer Markenrot #D70041. Andere Farbfassungen gibt es nicht. Die Wortmarke „orth & kellenberger“ ist die Grundlage aller Firmenlogos und wird nie neu gesetzt.

Logo	Merkmal	Schutzraum	Mindestgröße Druck / Bildschirm
Wortmarke orth & kellenberger	Grundlage aller Firmenlogos; mit gestapeltem Zusatz für Gesellschaften, mit Zusatz daneben für Consulting und Vital	x-Höhe	25 mm / 120 px; mit gestapeltem Zusatz 35 mm / 160 px; mit Zusatz daneben 45 mm / 200 px
orandke IT	Wortmarke in Schwarz oder Markenrot; auf dem Briefbogen Schwarz, auf Dunkel Weiß	Höhe des „o“	22 mm / 100 px
orandke IT Trainings	Wortmarke mit Zusatz „Trainings“ in Light; auf Schulungsformaten und im Co-Branding mit SYNAXON	Höhe des „o“	35 mm / 160 px
orandke ONE	eigenes Logo: rotes 1-Icon mit Wortmarke; unverändert, auch in Rot; das Icon allein ist das App-Icon	halbe Icon-Höhe	30 mm / 140 px
OR-KE	Wortmarke mit Claim „IT. Partner. Zukunft.“ in Markenrot; unter 45 mm ohne Claim	Höhe des „O“	mit Claim 45 mm / 200 px
orkenet	Wortmarke mit Icon, klein geschrieben	Höhe des „o“	25 mm / 110 px
Ten Grand	Kreis-Logo, allein oder mit „Part of“	halber Kreisdurchmesser	12 mm / 48 px hoch
KUNSTAGENTUR	Wortmarke in Versalien; auf Schwarz, auf Weiß nur in Drucksachen	Höhe des „K“	30 mm / 140 px
InnWert	eigene Wortmarke der InnWert GmbH	Höhe des „I“	–
„Part of“-Lockup	Markenlogo mit Wortmarke · GROUP	wie Markenlogo	60 mm / 280 px

Unter diesen Größen wird der Zusatz oder Claim weggelassen, nie verkleinert. Die Wortmarke allein geht bis 18 mm, wenn sie das einzige Element ist (Stift, Lanyard).

7.2 Zusätze

- **Firma:** Der Zusatz steht gestapelt unter der Wortmarke, linksbündig, mit rotem Strich davor. Abstand Grundlinie zu Zusatz = Unterlänge des „g“; Strich: Breite = Höhe des Zusatzes × 1,3, Stärke = Höhe × 0,2; Zusatz 30 % der Wortmarkenhöhe, Laufweite 22 %, Bold 700. Der Strich ist immer Markenrot.
- **Marke unter dem Dachnamen:** Zusatz in Light 300, gleiche Höhe und Grundlinie wie die Wortmarke, Abstand = Breite des „o“, Farbe = Linienfarbe. Nur Consulting und Vital, weitere nur nach Freigabe.

7.3 Zugehörigkeit zeigen

- **Als Text:** „Part of Orth & Kellenberger Group.“ Wortlaut genau so, auf Englisch, mit Punkt, „Group“ in Markenrot. Kein „Ein Unternehmen der“, kein „Member of“. Für Signaturen, Fließtext, Impressum und kleine Formate.
- **Mit der Wortmarke:** Markenlogo, Trennlinie in Silber, darunter „Part of“ und Wortmarke · GROUP; die Wortmarke höchstens halb so hoch wie das Markenlogo. Für Briefkopf, Titel- und Schlussfolie, Visitenkarte. Nicht für Marken unter dem Dachnamen.
- **Auf Dunkel:** dieselbe Bauweise in Weiß, Trennlinie Schiefer, Strich Markenrot; „Group“ in der Textzeile bleibt rot ab 18 pt, sonst Weiß.

7.4 Schutzraum und Positionen

Der Schutzraum ist die freie Zone um ein Logo: kein Text, kein anderes Logo, keine Linie, kein Bildrand. Maß ist die x-Höhe des Logos (bei Zusätzen gehört der Zusatz zum Logo). In der Praxis: nichts näher ans Logo als eine Buchstabenhöhe.

Format	Wo das Logo steht	Höhe
Titelfolie	oben links am Rand, 64 px	22 px (orandke IT 26 px)
Inhaltsfolie	unten rechts, Grundlinie der Fußzeile	13 px
Schlussfolie	unten links, mit „Part of“-Lockup	22 px
Briefbogen	oben links, 25 mm vom Rand, 16 mm von oben	Abschnitt 10
Visitenkarte vorn	zentriert, Weiß auf Schwarz	6 mm Wortmarke

Format	Wo das Logo steht	Höhe
E-Mail-Signatur	kein Logo, nur Text	–
Social-Avatar	zentriert im Kreis, 72 % Breite	–
Website-Kopf	links, mit Zusatz GROUP	24 px

7.5 Co-Branding

- [Muss] Hersteller-Logos nie neben der Wortmarke oder einem Markenlogo in einer Zeile. Sie stehen in einer eigenen Zone: Fußbereich der Website, Folie „Partner und Zertifizierungen“ vor dem Schluss, Rückseite von Flyern.
- [Muss] Hersteller-Logos in Grau oder einfarbig, wenn der Hersteller das erlaubt; sonst Original, höchstens so hoch wie das eigene Logo.
- [Soll] Höchstens sechs Hersteller-Logos pro Fläche, gleiche optische Größe, gleiche Abstände.
- Gemeinsame Veranstaltungen: beide Logos oben links, verbunden durch ein „&“ (ExtraBold, so hoch wie das kleinere Logo, Abstand = eigene Breite). Der Partner steht links, wenn er einlädt. Grund und „&“ richten sich nach dem Gastgeber.

7.6 Nicht erlaubt

- Logos verzerren, einzeln skalieren, umfärben (auch nicht in CI-Blau), mit Schatten, Kontur oder Verlauf versehen.
- Schwarze Fassung auf Dunkel, Logos auf unruhigem Grund ohne Fläche.
- Eigene Zusätze, andere Schrift, Zusatz zu weit weg; Wortmarke selbst getippt oder mit rotem „&“.
- Das „&“ als Monogramm oder in Gelb.
- Mehrere Logos ohne Ordnung nebeneinander; Standort oder Geschäftsbereich als Logozusatz.

8 Linien

Marken und Formate unterscheiden sich nur durch die Grundfläche und die Farbe des großen „&“. Raster, Schrift, Fußzeile und Folienbibliothek sind in jeder Linie gleich.

Linie	Grund	„&“	Text auf dem Grund	Karten	Gilt für
Gruppe und Gesellschaften	Weiß	Silber 50 % #E0E2E4	Schwarz, Schiefer	Hell #F3F4F7	Gesellschaften, Hauptversammlung
IT-Familie	Anthrazit	Markenrot	Weiß, Silber	Inhalt auf Weiß, Karten hell	orandke IT, orandke IT Trainings, orandke ONE, OR-KE, orkenet
Consulting	Schwarz, Brief Weiß	Messing #A8875A	Weiß, Silber	Inhalt auf Weiß, Karten hell	orth & kellenberger Consulting, InnWert
Vital	Hell #F3F4F7	Grün #2E8540	Schwarz, Schiefer	Weiß auf Hell	orth & kellenberger Vital
Advertising & Arts	Schwarz	Bildfenster, keine Farbe	Weiß, Silber	Inhalt auf Weiß	Ten Grand, KUNSTAGENTUR
Non-Profit	Weiß	Kontur Silber, 1,5 px	Schwarz, Schiefer	Hell	Orth & Kellenberger Organisation
SYNAXON-exklusiv	Petrol #003C3C	je Format (Abschnitt 13)	Weiß	Inhalt auf Weiß	nur Formate, die wir für die SYNAXON Akademie machen

- Advertising & Arts ist die einzige Linie ohne Farbe: Das „&“ ist eine Maske für ein Foto, eine Illustration oder ein Werk. Ohne Bild bleibt es als Silber-Schraffur stehen.
- Vital ist die einzige Linie mit hellem Grund auf der Titelfolie: Gesundheit, Stress und Natur brauchen Luft.
- SYNAXON-exklusiv ist die einzige Linie, die nicht uns zeigt; SYNAXON kommt sonst nirgends im Corporate Design vor.

9 Präsentationen

9.1 Regeln für Folien

- [Muss] Eine Aussage pro Folie. Der Titel ist die Aussage, nicht das Thema: „MFA schützt vor 99 % der Kontoübernahmen“, nicht „MFA“.
- [Muss] Aufzählungen höchstens eine Ebene, höchstens fünf Punkte. Sonst Karten, Zeitleiste oder Vergleich.

- [Muss] Screenshots echt, nie nachgebaut. Marker: nummerierte Kreise in Markenrot, Erklärung daneben. Kundendaten vorher schwärzen.
- [Muss] Fußzeile: Thema · Teil links, Seitenzahl in der Leiste, Logo rechts. Bei SYNAXON zusätzlich das SYNAXON-Logo links.
- [Soll] Tabellen mit Kopfzeile in Anthrazit, Zeilen abwechselnd Weiß und Hell, keine senkrechten Linien, höchstens sechs Zeilen.
- [Soll] Diagramme in Anthrazit, Grau und Silber, eine Reihe darf rot sein, Blau nur für Vergleichsreihen (Abschnitt 16).
- [Muss] Keine Cliparts, keine Stockfotos mit Händeschütteln, keine Verläufe, keine Übergänge außer „Erscheinen“ und „Verblassen“ (0,3 s).
- [Kann] Sprechernotizen im Notizfeld; das Handout ist der PDF-Export mit Notizen.

9.2 Die elf Layouts

Nr.	Layout	Grund	Inhalt
1	Titel	dunkel	Kicker, Titel in zwei Zeilen, Untertitel, Eckdaten; großes „&“
2	Agenda	hell	nummerierte Teile, drei bis sechs, mit Dauer
3	Abschnitt	dunkel	Teil x von y, große Nummer in Linienfarbe, Fortschritt
4	Inhalt	hell	Titel, Text oder Aufzählung, höchstens fünf Punkte
5	Zwei Spalten	hell	Vergleich oder Text neben Bild
6	Karten	hell	drei oder vier Karten mit Icon, Titel, zwei Zeilen
7	Screenshot mit Erklärung	hell	Screenshot rechts im Rahmen, nummerierte Schritte links
8	Tabelle	hell	Kopf Anthrazit, bis sechs Zeilen
9	Live-Demo / Übung	dunkel	Play-Icon, Schritte, Screenshot; bei Übungen Aufgabe, Zeit, Ergebnis
10	Referent	hell	Foto im Kreis, Name, Funktion, drei Zeilen Werdegang
11	Schluss	dunkel	Fragen, Kontakt, Zugehörigkeit; keine „Vielen Dank“-Folie

Dunkle Layouts stehen auf dem Grund der Linie, helle auf Weiß (Vital auf Hell). Inhaltsfolien tragen links die schmale Leiste mit kleinem „&“ und Seitenzahl.

9.3 Vorlage

- Eine PowerPoint-Vorlage je Linie (.potx) mit denselben elf Layouts, Platzhaltern und Fußzeilen; dazu eigene Vorlagen für InnWert (Linie Consulting) und orandke IT Trainings (IT-Familie mit Trainings-Logo, zusätzlich Titel-Layouts Seminar, Fokusgruppe und Inhouse-Schulung mit Etikett, Schluss mit trainings@mail.orandke-it.com). Die Farbe des „&“ hängt an der Designfarbe „Akzent 1“, der Grund am Folienmaster. Master und Layouts sind geschützt; Standorte und Partner füllen nur Platzhalter.
- Format 16:9 (33,87 × 19,05 cm). Designschriften: Überschriften Open Sans ExtraBold, Text Open Sans.
- Designfarben: dunkel Anthrazit, hell Weiß; Akzent 1 Linienfarbe, Akzent 2 Schiefer, Akzent 3 Silber, Akzent 4 Blau, Akzent 5 Grün, Akzent 6 Gelb; Hyperlink Blau.
- Dateiname JJJJ-MM-TT_Marke_Thema_Kunde.pptx. Versand an Kunden immer als PDF.
- Linie wechseln: andere Vorlage öffnen, Folien mit „Zielformatierung verwenden“ einfügen; Farben nicht von Hand ändern.

9.4 Referentenfolie

- Foto quadratisch, Gesicht mittig, Blick in die Kamera, neutraler Hintergrund, kein Filter, kein Firmenlogo im Bild, mindestens 800 × 800 px; dasselbe Foto für Signatur-Manager, Teams und LinkedIn.
- Ohne Foto: Kreis in Anthrazit mit Initialen in Weiß, ExtraBold.
- Werdegang in drei Zeilen: was ich heute mache, was ich davor gemacht habe, was mich für dieses Thema qualifiziert.

10 Briefbogen und Dokumente

10.1 Ein Briefbogen für alle Absender

Das Layout ist bei allen 16 Absendern gleich. Es wechseln nur der Kopf mit Logo oder Wortmarke, die Farbe der Ecke und die Fußzeile. Die Absenderzeile lautet überall „Orth & Kellenberger · Postfach 11 40 · 84301 Eggenfelden“; nur die Organisation nennt ihren vollen Vereinsnamen.

Absender	Kopf	Ecke	Fußzeile
orandke IT, orandke IT Trainings, orandke ONE, OR-KE, orkenet	Wortmarke der Marke, rechts Bereich und „Part of“	Markenrot	Group KG
Ten Grand, KUNSTAGENTUR	Wortmarke der Marke, rechts Bereich und „Part of“	Silber	Group KG
Consulting, Vital	Dachname mit Zusatz daneben, rechts Bereich	Messing, Grün	Group KG
Group KG, Group Management GmbH, Holding GmbH, Verband e.V.	Wortmarke mit gestapeltem Zusatz	Markenrot	je Gesellschaft
Orth & Cie. KG	Wortmarke ohne Zusatz	Markenrot	Orth & Cie. KG
Organisation	Wortmarke · ORGANISATION	Silber	Organisation e.V.
InnWert	Wortmarke InnWert, rechts Bereich und „Part of“	Messing	InnWert GmbH

InnWert ist eigener Absender in der Linie Consulting. Die Fußzeile nennt die InnWert GmbH mit Sitz in Kirchdorf a. Inn, Register und Geschäftsführung, E-Mail info@innwert.eu und Website innwert.eu; Post, Telefon und Fax laufen wie bei den Marken über die Zentrale, die Absenderzeile ist dieselbe wie bei allen Marken. Vorlagen, Visitenkarte, Teams-Hintergründe und Signatur für InnWert sind seit 21.10.2026 Teil des Markencenters.

10.2 Pflichtangaben

Bei der Group KG stehen die persönlich haftende Gesellschaft mit Register, deren Geschäftsführung und der Vorsitz des Verwaltungsrats; bei der Orth & Cie. KG der Verband als Komplementär mit Vereinsregister, dessen Vorstand und der Vorsitz des Verwaltungsrats; bei den GmbHs die Geschäftsführung, bei den Vereinen Vorstand und Aufsichtsratsvorsitz. Natürliche Personen als Komplementäre werden nicht genannt.

Bei der Organisation stehen der Vorstand (mit Vorsitz) und der Vorsitz des Aufsichtsrats. Fußzeilen und Signaturen des Verbands nennen bis zur Eintragung kein Register-, Bank- und Steuerdatum, sondern „AG Landshut, VR – Eintragung beantragt“; fehlende Angaben werden weggelassen, nie als Platzhalter gezeigt.

- [Muss] Die Fußzeilen pflegt die Zentrale über die Generatoren der Vorlagen. Standorte ändern sie nicht.

- [Muss] Die Fußzeile nennt immer den Rechtsträger (bei Marken die Group KG), aber E-Mail und Website der Marke.

10.3 Maße

Element	Maß
Band oben	4,2 mm, Anthrazit, volle Breite
Ecke	25 mm breit, 4,2 mm hoch, Linienfarbe
Logo	25 mm von links, 16 mm von oben; Wortmarke 5,5 mm hoch (47 mm breit), mit Zusatz 7 mm; orandke IT, IT Trainings, OR-KE, orkenet 40 mm breit; orandke ONE, Ten Grand 8 mm hoch; KUNSTAGENTUR 9 mm hoch; Consulting und Vital 65 mm breit
Bereich und „Part of“	rechtsbündig, 20 mm vom rechten Rand, 7 pt
Absenderzeile	25 mm von links, 45 mm von oben, 6,5 pt, Linie darunter 0,5 pt Silber
Anschriftfeld	DIN 5008 Form B: 50,8 mm von oben, 85 × 45 mm
Infoblock	134 mm von links, 2-pt-Linie Anthrazit links, 8 pt
Betreff	98,5 mm von oben, 12 pt ExtraBold
Fußzeile	28 mm hoch, Anthrazit; Firmenzeile 7 pt fett über drei Spalten (56/44/65 mm), 6,5 pt; Beschriftung fett, Wert normal, kein Doppelpunkt; Spalte 1 Sitz, Post, Telefon, Fax, E-Mail, Web; Spalte 2 Bank, IBAN, BIC, Steuer, Register; Spalte 3 Vertretung
Falz- und Lochmarken	105 und 210 mm; 148,5 mm; 0,25 pt Grau
Wasserzeichen „&“	Hell #F3F4F7, unten rechts angeschnitten, nur Seite 1
Folgeseiten	ohne Band und Ecke: Logo in 70 % der Größe oben links, „Seite x von y“ oben rechts, 8 pt

10.4 Dokumente

- Für alles, was kein Brief ist (Konzepte, Berichte, Protokolle, Notizen, Checklisten), gibt es je Absender eine Dokument-Vorlage: derselbe Kopf, dieselbe Fußzeile, ohne Anschriftfeld; Text ab 35 mm mit Titel und Untertitel.
- [Muss] Angebote und Rechnungen kommen aus orandke ONE. Das Layout dort ist dieses Layout; niemand baut Rechnungen in Word.
- [Soll] Berichte, Protokolle und Konzepte: Titel 20 pt, Untertitel mit Anlass, Datum und Version, nummerierte Überschriften. Lange Berichte bekommen eine Titelseite mit großem „&“ in Hell und ein Inhaltsverzeichnis.

- [Soll] Tabellen in Word: Kopfzeile Anthrazit mit weißer Schrift, Zeilen abwechselnd Weiß und Hell, keine senkrechten Linien, 9 pt.
- [Kann] Formulare und Checklisten als PDF mit Formularfeldern, aus derselben Vorlage.
- Regelungsdokumente (Kodizes, Richtlinien, Verfahrens- und Arbeitsanweisungen) folgen zusätzlich RL-1001-01 Dokumentenordnung.

10.5 Word-Vorlage

- Zwei .dotx je Absender, 32 Dateien: OK_Brief_… (DIN 5008 B mit Anschriftfeld) und OK_Dokument_… (Fließtext ab 35 mm). Kopf, Absenderzeile und Fußzeile liegen in Kopf- und Fußzeile und sind geschützt; erste Seite anders als Folgeseiten.
- Formatvorlagen: Standard 10 pt / 1,5, Betreff, Titel 20 pt, Untertitel 12 pt Schiefer, Überschrift 1 bis 3 (14 / 12 / 10 pt, nummeriert), Aufzählung mit Punkt in Markenrot, Tabelle. Keine direkte Formatierung.
- Platzhalter in eckigen Klammern: [Firma], [Name], [Datum]. Nach dem Ausfüllen einmal nach „[“ suchen.
- Dateiname JJJJ-MM-TT_Absender_Inhalt_Empfänger.docx, Versand als PDF.

11 Visitenkarte

- Format 85 × 55 mm, Plastikkarte matt 0,76 mm (alternativ 350 g/m² Naturpapier matt); kein Glanzlack, keine abgerundeten Ecken, außer das Material gibt sie vor.
- **Vorderseite:** Schwarz vollflächig, Streifen links 11 mm in der Linienfarbe (Markenrot für Firmen und IT-Familie, Messing Consulting, Grün Vital, Silber Advertising & Arts und Non-Profit). Logo zentriert in Weiß: Wortmarke 6 mm hoch, mit Zusatz bei Gesellschaften; Markenlogo bei Marken. Nichts sonst: kein Claim, kein Bereich, kein Standort.
- **Rückseite:** Name 10 pt Bold, darunter Funktion | Absender 5,5 pt, Absender in Markenrot. Kontaktzeilen 5,5 pt mit roten Kürzeln e, t, f, w. Die Faxnummer der Zentrale +49 (0) 8727 969-223 steht auf jeder Karte. Bei Marken unten „Part of Orth & Kellenberger Group.“ 6 pt, „Group“ rot. Standort als zweite Zeile unter der Funktion („Standort Passau“), ohne Adresse.
- **Druckdaten:** Endformat 85 × 55 mm, Beschnitt 3 mm, Sicherheitsabstand 4 mm; Tiefschwarz 60/50/40/100, Markenrot 0/100/60/0 als Richtwert, Proof vor Auflage. Je Absender ein PDF mit zwei Seiten (91 × 61 mm), Schriften als Pfade.

- Die 2026 gedruckten Karten bleiben gültig und werden aufgebraucht, auch die mit „Geschäftsführer / COO + CFO“ (die rechte Angabe gilt als internationale Funktionsbezeichnung). Beim Neudruck steht die Funktion nach Abschnitt 14.3: „Geschäftsführender Direktor“ bzw. „Geschäftsführende Direktorin (Vors.)“. Die Zentrale bestellt, Standorte melden Namen und Funktion.

12 E-Mail-Signatur

- [Muss] Die Signatur kommt aus dem Signatur-Manager in orandke ONE und wird dort zentral gepflegt. Nur Text, ohne Bilder. Niemand baut sich eine eigene.
- Aufbau: Name fett, Funktion in Schiefer (bei Marken „Funktion / Marke“); Firma fett, „Group“ in Markenrot, bei Marken darunter „Part of Orth & Kellenberger Group.“; Adresse, Telefon, Mobil, Fax, E-Mail, Website; Links in Markenrot, nicht unterstrichen; Pflichtangaben 7 pt Grau über einer roten Linie (2 pt). Schrift Open Sans 10 pt, Ersatz Arial.
- Standorte ergänzen die Adresszeile: „Standort Passau · [Straße] · [PLZ Ort]“. Die Pflichtangaben bleiben die der Group KG.
- Website in der Signatur ist die der Marke (orandke-it.com, or-ke.com, orkenet.com, orandke.one, bytengrand.com, kunstagentur.eu, innwert.eu), bei Consulting, Vital und Gesellschaften orth-kellenberger.com, bei der Organisation orth-kellenberger.org.
- Funktion der Geschäftsführung in der Signatur: „Geschäftsführende Direktorin (Vors.)“ bzw. „Geschäftsführender Direktor“ – zum Beispiel „Jedidjah Orth · Geschäftsführender Direktor | Orth-Kellenberger Group KG“; keine englischen Kürzel (Abschnitt 14.3).
- Wer für zwei Marken arbeitet, hat zwei Signaturen und wählt beim Schreiben.
- Keine Zitate, Sprüche, Banner, Social-Icons oder Umwelthinweise.
- In Antworten die Kurzsignatur (Name, Funktion / Marke, Telefon). Abwesenheitsnotiz: Zeitraum, Vertretung mit Telefon und E-Mail, keine Begründung, Betreff „Abwesenheit bis [Datum]“. Mobil dieselbe Signatur, keine „Von meinem iPhone gesendet“-Zeile. Interne Mails: Name und Durchwahl.

13 SYNAXON-exklusiv

Diese Linie gilt nur für die Arbeit, die wir für die SYNAXON Akademie machen: Expertenrunden, Powerdays, Foren, Tagungen. Es sind Vorlagen für eine Fremdfirma; dafür gelten die SYNAXON-

Farben Petrol #003C3C (Grund) und Petrol hell #00787A (Akzent). orandke IT Trainings ist dort die Marke der Gruppe.

Format	Grund	„&“	Etikett	Dauer, Ort
Expertenrunde	Petrol	Petrol hell	Petrol hell, Schrift weiß	online, 60 Minuten
Admin Powerdays	Petrol	Markenrot	Markenrot, Schrift weiß	online oder vor Ort, ein bis zwei Tage
Azubi Powerdays	Petrol	Weiß	Gelb, Schrift schwarz	vor Ort, zwei Tage
Forum	Petrol	Kontur Silber	Kontur Silber, Schrift weiß	online, 90 Minuten
Tagung	Weiß, Band Petrol links	Petrol	Petrol, Schrift weiß	vor Ort, ganztägig

- [Muss] Titelfolie: SYNAXON-Logo links, „&“, orandke IT Trainings rechts, beide in Weiß (Tagung: Schwarz und Petrol).
- [Muss] Fußzeile der Inhaltsfolien: SYNAXON-Logo links, Thema in der Mitte, orandke IT Trainings rechts.
- [Muss] Das Etikett nennt das Format in Versalien, über dem Titel, nie im Titel.
- [Muss] Inhaltsfolien bleiben weiß mit der Leiste links in Petrol, das kleine „&“ in der Farbe des Formats.
- [Soll] Referentenfolie wie Abschnitt 9.4. Keine Inhalte unter 16 pt und keine springenden Animationen, weil aufgezeichnet wird.
- [Muss] Keine SYNAXON-Farben außerhalb dieser Formate, kein SYNAXON-Logo auf eigenen Formaten, Kundenschulungen oder Briefbögen. „Expertenrunde“ ist der Begriff der SYNAXON; eigene Formate heißen anders (Fokusgruppe).

14 Sprache und Schreibweisen

Diese Regeln gelten für Folien, Briefe, Website, Social Media und Angebote, nicht für Verträge und Gesellschafterbeschlüsse.

14.1 Tonalität

- Kurze Sätze. Ein Gedanke pro Satz. Hauptsache vorn.
- Aktiv statt passiv: „Wir richten MFA ein“, nicht „MFA wird eingerichtet“.

- Konkret statt groß: „in zwei Werktagen“, nicht „zeitnah“. Zahlen statt Adjektive.
- Keine Floskeln: kein „ganzheitlich“, „innovativ“, „maßgeschneidert“, „Lösungen“, „Synergien“, „State of the Art“.
- Keine Ausrufezeichen in Überschriften, keine rhetorischen Fragen als Titel (außer in Schulungen).
- Fachbegriffe, wenn das Publikum sie kennt; sonst beim ersten Mal erklären.

14.2 Anrede

- Kunden und Behörden: Sie. „Sehr geehrte Frau [Name]“, in E-Mails „Guten Tag Herr [Name]“; kein „Sehr geehrte Damen und Herren“, wenn ein Name bekannt ist.
- Systemhauspartner (orandke IT, OR-KE) und SYNAXON-Formate: Du, wie in der Branche üblich. Wer unsicher ist, bleibt beim Sie, bis der andere das Du anbietet. Intern: Du.
- Website und Social Media: Sie bei Consulting, Vital und Gesellschaften; Du bei orandke IT, OR-KE, Trainings und orandke ONE.
- Gruß: „Mit freundlichen Grüßen“ im Brief, „Viele Grüße“ in der E-Mail.

14.3 Geschlechtergerecht

- Neutrale Formen zuerst: Beschäftigte, Teilnehmende, Geschäftsführung, Ansprechperson. Wo das nicht geht, Paarform.
- Keine Sonderzeichen im Wort (kein Sternchen, Doppelpunkt, Unterstrich).
- **Titel der Geschäftsführung.** Öffentlicher Titel in allen Veröffentlichungen der Gruppe (Website, Signaturen, Pressemitteilungen, Präsentationen, Visitenkarten bei Neudruck): „Geschäftsführende Direktorin“ bzw. „Geschäftsführender Direktor“; der Vorsitz als „(Vors.)“, in Prosa „Vorsitzende der Geschäftsführung“. Reihenfolge: Mariam Orth (Vors.), Tobias Hitzenauer, Jedidjah Orth. Die Organbezeichnung „Geschäftsführerin“ bzw. „Geschäftsführer“ wird nur verwendet, wo das Rechtsorgan gemeint ist: Impressum, Register- und Gesellschaftsangaben, Satzungen, Verträge, Vertretungsklauseln. Keine englischen Kürzel (CEO, COO, CFO, Chairman) und keine Ressortkürzel in Veröffentlichungen; Ressorts werden, wo nötig, in einem Satz in Prosa beschrieben (zum Beispiel „verantwortet das operative Geschäft und die Finanzen“). Bestehende Visitenkarten mit „Geschäftsführer / COO + CFO“ werden aufgebraucht; die rechte

Angabe gilt dort als internationale Funktionsbezeichnung. In Pflichtangaben die amtliche Bezeichnung (Vorsitzender des Verwaltungsrats).

14.4 Namen und Schreibweisen

Richtig	Falsch	Hinweis
Orth & Kellenberger Group, Orth & Kellenberger	Orth und Kellenberger, O&K Group, OK Group	im Text mit „&“ und Großbuchstaben; die Wortmarke ist klein geschrieben, der Text nicht
Orth-Kellenberger Group KG	Orth & Kellenberger Group KG	Firmenname mit Bindestrich, nur in Pflichtangaben, Impressum und Verträgen
die Gruppe, die Unternehmensgruppe	der Konzern, die Holding (als Oberbegriff)	„Konzern“ nur in rechtlichen Texten
Orth & Kellenberger Organisation; die Organisation; die gemeinnützige Organisation	der Verein, der Förderverein, der e.V. (im Lauftext)	Vereinsname „Orth-Kellenberger Organisation e.V.“ nur in Register-, Impressums-, Spendenkonto- und Beteiligungsangaben sowie bei der ersten Nennung in Rechtstexten
orandke IT, orandke IT Trainings, orandke ONE	Orandke, ORANDKE, orandke-IT, Orandke One	orandke immer klein, auch am Satzanfang
OR-KE	Orke, ORKE, OR KE	Versalien mit Bindestrich
orkenet	Orkenet, orke.net, ORKEnet	ein Wort, klein
orth & kellenberger Consulting / Vital	O&K Consulting, OK Vital	Dachname klein, Zusatz groß, keine Rechtsform
Ten Grand	10k, TenGrand, by10k	Domains nur als Adresse
KUNSTAGENTUR	Kunstagentur, Kunst-Agentur	im Fließtext darf „die Kunstagentur“ für die Tätigkeit stehen
InnWert	Innwert, INNWERT	Binnenmajuskel
Trainings	Akademie, Academy	Bereich und Menüpunkt von orandke IT Trainings
SYNAXON Akademie, Expertenrunde, Admin Powerdays, Azubi Powerdays	Synaxon, Power Days, Experten-Runde	Schreibweise der SYNAXON
Falkenberg, die Zentrale	Headquarter, HQ, Hauptsitz Eggenfelden	Sitz Falkenberg, Postfach Eggenfelden

14.5 Zahlen, Daten und Zeichen nach DIN 5008

- Datum: 10.02.2027 in Briefen, „10. Februar 2027“ im Fließtext; ISO-Datum nur in Dateinamen.
- Uhrzeit: 16:00 Uhr; Zeitspanne 16:00 bis 17:00 Uhr oder 16:00–17:00 Uhr.

- Telefon: +49 (0) 8727 969-222, Durchwahl mit Bindestrich wie auf den Visitenkarten. Keine Schrägstriche, keine Punkte.
- Beträge: 1.250,00 € mit Leerzeichen vor dem Euro-Zeichen; Prozent: 19 %.
- Anführungszeichen „deutsch“; Gedankenstrich mit Leerzeichen – so; Bis-Strich ohne: 9–17 Uhr.
- Abkürzungen z. B., u. a., d. h. mit schmalem Leerzeichen, im Fließtext lieber ausschreiben.
- Einheiten mit Leerzeichen: 5 GB, 100 Mbit/s. Produktnamen wie der Hersteller: Microsoft 365, Entra ID, Intune.

14.6 Betreffzeilen und Dateinamen

- E-Mail-Betreff: was und für wen, ohne „Re: Re:“ und „WICHTIG“.
- Brief-Betreff: ein Satz ohne „Betreff:“ davor.
- Dateinamen JJJJ-MM-TT_Absender_Inhalt_Empfänger, ohne Umlaute und Leerzeichen; Versionen _v2 am Ende, nie „final“ oder „neu“. Regelungsdokumente nach RL-1001-01.

14.7 Feste Formulierungen

Wo	Wortlaut
Zugehörigkeit	Part of Orth & Kellenberger Group.
Gruppe in einem Satz	Die Orth & Kellenberger Group ist eine Unternehmensgruppe aus Falkenberg in Niederbayern mit den Geschäftsbereichen IT & Cloud, Consulting & Training und Advertising & Arts; mit ihr verbunden ist die gemeinnützige Orth & Kellenberger Organisation.
orandke IT	orandke IT erbringt IT-Dienstleistungen für Systemhäuser: Projekte, Administration und Support im Namen des Partners.
OR-KE	OR-KE betreut Unternehmen in der Region mit IT, Cloud und Support und arbeitet mit Systempartnern vor Ort.
orkenet	orkenet betreibt Hosting, Domains und Server in deutschen Rechenzentren.
orandke ONE	orandke ONE ist das Business-Portal der Orth & Kellenberger Group für KMU und Konzerne: Tickets, Zeiterfassung, Personal, Fahrzeuge, Trainings, Finanzen und Wissen in einer Anwendung.
Consulting	orth & kellenberger Consulting berät Unternehmen bei Gründung, Förderung und Organisation.
Vital	orth & kellenberger Vital begleitet Unternehmen und Menschen im betrieblichen Gesundheitsmanagement, bei Stress und mit Coaching in der Natur.
Organisation	Die Orth & Kellenberger Organisation (Orth-Kellenberger Organisation e.V.) ist eine eigenständige, gemeinnützige Organisation, mit der Gruppe verbunden.
Standort	[Marke] · Standort [Ort] · ein Standort der Orth-Kellenberger Group KG

Wo	Wortlaut
Rechenzentren	„in deutschen Rechenzentren“ bzw. „in der EU“; keine Anbieter nennen

15 Bildsprache

15.1 Was wir zeigen und was nicht

Bilder zeigen, was wir tun und wo wir es tun: dokumentarisch, nicht inszeniert. Wenn kein passendes Bild da ist, steht das „&“ oder eine Fläche; ein schlechtes Foto ist schlechter als keins.

- Zeigen: Menschen bei der Arbeit (am Rack, am Bildschirm, im Gespräch), Technik wie sie ist, Orte der Gruppe bei Tageslicht; bei Vital Natur, Wege, Wald, Bewegung, Ruhe; bei Advertising & Arts die Werke selbst.
- Nicht zeigen: Händeschütteln, Daumen hoch, Lachen am Konferenztisch; Weltkugeln, Zahnräder, Glühbirnen, Puzzleteile, Hacker mit Kapuze; erkennbare Kundendaten, Bildschirminhalte, Kennwörter; fremde Logos, Fahrzeuge oder Gebäude als Hauptmotiv; Kinder nur bei Projekten der Organisation mit schriftlicher Einwilligung; keine Seminarraum-Motive für rein virtuelle Trainings.

15.2 Bearbeitung

- Farbe natürlich, leicht entsättigt, Weißabgleich neutral; keine Filter, Vignetten, kein HDR-Look, kein Duotone, keine Farbüberlagerung in Markenrot (Ausnahme: Schwarzweiß für Porträts der KUNSTAGENTUR).
- Luft über dem Kopf, Blickrichtung ins Bild, Horizont gerade.
- Text auf Bild nur mit Fläche dahinter (Anthrazit 80 %) oder auf einer ruhigen Bildzone; auf Website-Heros mit Abdunklung.
- Mindestens 2000 px lange Kante für Folien und Web, 3000 px für Druck, JPG 85 %.

15.3 Das „&“ als Bildfenster

- Nur bei Advertising & Arts. Das Bild wird in die Form des „&“ beschnitten, der Rest bleibt Schwarz; Motiv mit klarer Mitte, keine Gruppenfotos, keine Schrift im Bild.
- PowerPoint: Textfeld „&“ in Open Sans ExtraBold 760 pt mit Bildfüllung (vorbereitet in der Vorlage Advertising & Arts). Web und Druck: SVG-Maske amp-mask.svg aus dem Logo-Paket.

15.4 Screenshots

- Echt, aktuell, in der Sprache des Publikums; Browserrahmen mit Adresszeile, Radius 14 px.
- Marker: nummerierte Kreise 28 px in Markenrot, weiße Ziffer, Erklärung in derselben Nummerierung.
- Kundendaten, Namen und Mandanten-IDs mit Anthrazit-Balken schwärzen, keine Unschärfe. Mindestens 1600 px breit, PNG.

15.5 KI-Bilder

- [Kann] KI-Bilder und -Videos für Räume, Technik, Natur, Details und Konzepte, auch als Website-Hero.
- [Muss] Keine KI-Menschen als „unser Team“, Kunden, Trainer oder Ansprechpartner; keine KI-Porträts echter Personen.
- [Muss] Keine Logos, keine lesbare Schrift, keine erkennbaren Marken im generierten Bild.
- [Soll] Kennzeichnung im Bildnachweis bzw. Impressum („Bilder teilweise KI-generiert“); bei Illustrationen in Präsentationen „Illustration: KI-generiert“.

15.6 Rechte

Jedes Bild hat eine Quelle und eine Erlaubnis. Eigene Fotos: Einwilligung der abgebildeten Personen in orandke ONE hinterlegen. Fremde Fotos: Lizenz mit Nachweis. Keine Bilder aus der Google-Suche, keine Screenshots fremder Websites als Bild; Fotografen nennen, wenn die Lizenz es verlangt.

16 Icons, Diagramme, Tabellen

16.1 Icons

- [Muss] Ein Icon-Set: Lucide (frei lizenziert). Die Dateien liegen im Logo-Paket unter 08_Icons (138 Auswahl-Icons, dazu alle 1.890) und werden nicht selbst geladen.
- [Muss] Strich 2 px bei 24 px Grundgröße, runde Enden, keine Füllung. Auf Hell Anthrazit, auf Dunkel Weiß, im Kreis immer Weiß. Keine ausgefüllten Icons, Emojis oder 3D-Icons, keine zwei Stile auf einer Fläche.
- [Soll] Icons tragen Bedeutung, nicht Schmuck: ein Icon pro Karte, nie als Aufzählungszeichen. Kreis 46 px auf Karten, 84 px als Hauptmotiv, Icon 50 % des Kreises.
- [Kann] Statusfarben im Icon nur bei Statusanzeigen.

16.2 Kennzahlen

Kennzahl ExtraBold 44 bis 72 pt, Einheit in derselben Größe, Beschriftung 12 bis 14 pt in Schiefer darunter; eine Kennzahl pro Folie darf rot sein, höchstens vier nebeneinander. Beispiel: „1.000+ Teilnehmende · 2 h Reaktionszeit (Zielwert) · 99,2 % Verfügbarkeit 2026“. Nach außen keine Mitarbeiter- oder Partnerzahlen.

16.3 Diagramme

- [Muss] Farbfolge der Reihen: 1 Anthrazit, 2 Grau, 3 Silber, 4 Blau, 5 Schiefer; Hervorhebung Markenrot; Statusfarben nur in Statusdiagrammen.
- [Muss] Titel ist die Aussage (Beispiel: „Q4 trägt das Jahr: 41 T€ geplant“). Achsen mit Einheit, Werte am Datenpunkt, Quelle und Stichtag unten.
- [Muss] Balken beginnen bei null; keine abgeschnittenen oder doppelten Achsen, keine 3D.
- [Soll] Balken für Vergleich, Linie für Verlauf, gestapelt höchstens vier Teile; Kreisdiagramme nur für zwei bis drei Anteile.
- [Soll] Schrift 14 bis 16 pt, Linien 2 px, Punkte 8 px, Hintergrund transparent.
- [Kann] Plan gegen Ist mit Hellstufen: Ist voll, Plan 30 %.
- Finanzzahlen erscheinen auf öffentlichen Websites nur als Prozentwerte; absolute Beträge nur intern bzw. nach Anmeldung.

16.4 Tabellen

- [Muss] Kopfzeile Anthrazit mit weißer Schrift; Zeilen abwechselnd Weiß und Hell; keine senkrechten Linien, kein Außenrahmen.
- [Muss] Text links, Zahlen rechts mit Tabellenziffern, Einheit im Kopf. Auf Folien höchstens sechs Zeilen und fünf Spalten.
- [Soll] Schrift 16 pt auf Folien, 9 pt in Word. Eine Hervorhebung pro Tabelle, höchstens ein Wert in Rot.
- [Kann] Statuszellen als Chip, nie als eingefärbte ganze Zelle.

17 Websites, Social Media, Teams

17.1 Websites

- Domains: orth-kellenberger.com ist die Konzernseite der Gruppe (mit Consulting und Vital); Markenseiten orandke-it.com (mit /trainings), or-ke.com, orkenet.com, bytengrand.com (auch by10k.com), kunstagentur.eu, innwert.eu; die Organisation orth-kellenberger.org. orandke ONE hat seine Produktseite als Microsite unter orth-kellenberger.com/software/orandke-one/ (eigener Kopf mit Markenlogo, Konzern-Fuß, Seitentitel „Seite – orandke ONE“); orandke.one leitet dorthin weiter. Consulting und Vital folgen demselben Microsite-Schema.
- Kopf: Wortmarke mit GROUP links, 24 px, Navigation rechts, weißer Grund. Auf Markenseiten das Markenlogo, in der Fußzeile „Part of Orth & Kellenberger Group.“
- Startbereich: große Aussage 48 px ExtraBold, ein Satz, ein Button. Buttons Anthrazit mit Weiß (primär), Weiß mit Anthrazit-Rahmen (sekundär), Rot nur für die eine wichtigste Handlung. Links in Blau. Das „&“ einmal pro Seite, oben rechts angeschnitten.
- [Muss] Open Sans selbst gehostet, keine Google Fonts.
- [Muss] Im Text „Orth & Kellenberger Group“ bzw. „Orth & Kellenberger“; die Firmierung nur in Impressum und Copyright.
- [Muss] Keine Mitarbeiter- oder Partnerzahlen („mehrere Partner“). Teilnehmerzahlen als Zahl: „1.000+“. Finanzzahlen öffentlich nur als Prozentwerte.
- [Muss] orandke ONE heißt „Business-Portal für KMU und Konzerne“ – nie „für den Mittelstand“ allein, nie „Partnerportal“ oder „Kundenportal“. Beschrieben wird es mit sechs Modulen (Tickets & CRM, Zeiterfassung & Personal, Fahrzeuge, Trainings, Finanzen, Wissensdatenbank) und einer gemeinsamen Basis; keine Preise, keine Versionsnummern. Ansprechstelle: „orandke ONE – by Orth & Kellenberger“, hallo@orandke.one.
- [Muss] Trainer werden nicht namentlich genannt, außer in News-Meldungen. Ansprechpartner als Rollen, nicht als Personen; keine KI-Personen als Ansprechpartner.
- [Muss] Abteilungen der Zentrale erscheinen öffentlich mit ihrem Namen aus dem Nummernsystem (englisch, zum Beispiel Corporate Communications), ergänzt um eine deutsche Erklärung des Anliegens („Presse & Medien“); keine Namen von Abteilungsleitungen; Öffentlich auf Websites nur: Presse (pr@), Bewerbungen (people@), Datenschutz (dataprotection@), Compliance und Hinweisgebersystem (compliance@, whistleblowing@), Sicherheitsmeldungen

(security@), Zentrale und Marken-Support-Postfächer. Abteilungs-, Einkaufs-, Lizenz-/Geräte-, Investoren- und Rechnungspostfächer werden nicht veröffentlicht; Geschäftspartner erhalten sie mit Bestellung/Vertrag oder auf Anfrage über die Zentrale (Liste in den Stammdaten). Ansprechstellen der Gruppe stehen gesammelt auf der Seite Kontakt → Ansprechstellen; Sicherheitsmeldungen zusätzlich über /.well-known/security.txt.

- [Muss] Geschäftsführung und Gremien erscheinen nur mit Titeln: „Geschäftsführende Direktorin (Vors.)“ bzw. „Geschäftsführender Direktor“, beim Verwaltungsrat Vorsitz, stellvertretender Vorsitz, Mitglied – ohne englische Kürzel, ohne Ressortkürzel und ohne Vergütungen von Organmitgliedern. Ressorts, wo nötig, in einem Satz in Prosa; die Organbezeichnung „Geschäftsführerin/Geschäftsführer“ nur im Impressum und bei Register- und Gesellschaftsangaben (Abschnitt 14.3).
- [Muss] Gesellschafter: Die Gruppe gehört „Familie Orth 100 %“; die InnWert GmbH gehört „Investoren, geführt von der Familie Hitzenauer“. Keine persönlichen Beteiligungen, keine stillen Gesellschafter, keine natürlichen Personen als Komplementäre, keine Kapitalhöhen.
- [Muss] Veröffentlichte Satzungen und Gesellschaftsverträge ohne Unterschriften und ohne Unterschriftenzeilen; Gesellschaftsverträge nur als Veröffentlichungsfassung ohne Einlagen, Kapitalanteile und Beteiligungsquoten. Registerauszüge werden nicht veröffentlicht (Geburtsdaten); stattdessen Verweis auf das Register.
- [Muss] Fußzeilen und Impressen ohne Platzhalter: Fehlende Angaben werden weggelassen, ein beantragtes Register heißt „Eintragung beantragt“.
- [Muss] News und Presse nur auf der Konzernseite, nicht auf Markenseiten.
- [Muss] Hosting- und Rechenzentrumsanbieter werden nicht genannt; Hersteller und Partner nur, wenn freigegeben (Liste bei Corporate Communications).
- [Soll] Rechtliches, PDFs und externe Websites öffnen in einem neuen Tab.
- Impressum und Datenschutz nach dem Stand der Fußzeilen (Abschnitt 10); die Zentrale ändert sie am Stichtag.

17.2 Avatare und Favicons

- Jede Marke hat einen Avatar (1024 × 1024 px auf dem Grund der Linie) und Favicons (512, 240, 192, 180, 120, 32 px und .ico) im Logo-Paket; sie werden nicht selbst gebaut.

- Marken mit Bildzeichen zeigen nur das Zeichen (Ten Grand den 10k-Kreis, KUNSTAGENTUR den Pinsel, orkenet das o mit Netz, orandke ONE die 1 auf Rot); Consulting den Kompass in Messing, Vital das Blatt in Grün; Gruppe und Organisation den gestapelten Schriftzug mit dem Kellenberger-Wappen, im Favicon das „&“ vor dem Wappen; orandke IT, IT Trainings, OR-KE und InnWert ihre Wortmarke.

17.3 Social Media

- Kanäle führt die Zentrale. Standorte posten nicht unter der Marke; sie liefern Material und werden mit Standort genannt.
- Post 1080 × 1080 px: Grund der Linie, Kicker, Aussage 72 px, Logo unten links, „&“ oben rechts; höchstens zwei Posts hintereinander ohne Foto.
- Foto-Posts: Foto vollflächig, unten ein Band in Anthrazit mit Aussage und Logo, keine Schrift auf dem Foto.
- Banner 1584 × 396 px (LinkedIn): Grund der Linie, Aussage links, „&“ rechts, kein Logo.
- Hashtags: #orandkeIT, #ORANDKE (für die Gruppe), #orandkeONE, dazu das Thema; höchstens fünf. Ton wie Abschnitt 14; keine Emojis in Überschriften, höchstens eines pro Post.
- Kundennamen, Teilnehmende, Projekte und Personen nur mit Einwilligung.

17.4 Teams, Video, QR-Codes

- Teams-Hintergründe 1920 × 1080 und 3840 × 2160 px je Linie sowie für orandke IT Trainings, OR-KE, KUNSTAGENTUR und InnWert; Grund der Linie, „&“ rechts angeschnitten, Logo unten links; kein Standortname, kein Slogan. Dieselben Dateien für Zoom und Google Meet.
- Videos: Titelkarte wie Titelfolie, Bauchbinde unten links in Anthrazit 80 % mit Name und Funktion, Endkarte wie Schlussfolie, 5 Sekunden.
- App-Icon orandke ONE: das ONE-Icon aus dem Logo, unverändert.
- QR-Codes Schwarz auf Weiß, ohne Logo in der Mitte, mit Beschriftung, was der Code öffnet.

18 Standorte und Partner

Partner treten als Standort der Orth-Kellenberger Group KG auf. Verträge, Rechnungen und Pflichtangaben laufen zentral über Falkenberg. Nach außen gibt es nur eine Firma und einen

Auftritt, mit dem Standort als Zusatz. Die Richtlinie ist so geschrieben, dass sie ohne Rückfrage funktioniert.

18.1 Was Standorte tun und nicht tun

- Vorlagen aus Abschnitt 19 nutzen, Platzhalter füllen, sonst nichts ändern. Logos nur aus dem Logo-Paket.
- Standort in Infoblock, Signatur, Visitenkarte und Schlussfolie nennen: „orandke IT · Standort [Ort]“. Die Absenderzeile bleibt „Orth & Kellenberger“.
- Eigene Fotos nach Abschnitt 15. Neue Materialien vor dem Druck zur Freigabe an die Zentrale.
- Nicht: eigene Logos, Zusätze, Claims oder Standortlogos; eigene Farben; Fußzeilen und Pflichtangaben ändern oder eine eigene Rechtsform nennen; SYNAXON- oder Hersteller-Logos neben der Wortmarke; Marken mischen (ein Dokument, eine Marke); eigene Social-Media-Konten oder Websites unter einer Marke.

18.2 Fahrzeuge, Schilder, Kleidung

- **Fahrzeuge:** weiß oder anthrazit; Markenlogo auf der vorderen Tür, 40 cm breit, „Part of Orth & Kellenberger Group.“ darunter; Heck Logo und Website; das „&“ als Teilfolierung auf dem hinteren Seitenteil in der Linienfarbe. Keine Vollfolierung in Rot, keine Fotos, keine Telefonnummer größer als die Website.
- **Schilder:** Außenschild Weiß oder Anthrazit, Markenlogo, „Standort [Ort]“ und „Part of Orth & Kellenberger Group.“, Wortmarke mindestens 60 mm hoch. Türschild innen Anthrazit, 210 × 60 mm. Messestand: Rückwand im Grund der Linie mit großem „&“, Logo oben links, eine Aussage, Theke Anthrazit.
- **Kleidung:** Schwarz oder Anthrazit, Wortmarke oder Markenlogo in Weiß auf der linken Brust, 80 mm breit, gestickt; Rücken „&“ 250 mm in der Linienfarbe oder nichts. Keine roten Shirts, keine Slogans, keine Hersteller-Logos.

18.3 Freigabe

- [Muss] Alles, was gedruckt wird oder öffentlich erscheint, geht vor der Veröffentlichung an die Zentrale (Corporate Communications): Anzeigen, Fahrzeugbeschriftung, Schilder, Messestände, Websites, Social-Media-Kampagnen, Kleidung. Richtwert für die Antwort: drei Werktage.

- Präsentationen, Briefe und Angebote aus den Vorlagen brauchen keine Freigabe. Es gibt keine Nachfreigabe für Gedrucktes.

19 Dateien und Vorlagen

- Das Markencenter besteht aus der Markenportal-Website und dem Dateipaket: Logo-Paket (alle Logos als schriftfreie SVG und PNG, Lockups, „&“, Favicons, Avatare, Icons), 9 PowerPoint-Vorlagen (eine je Linie, dazu InnWert und orandke IT Trainings), 32 Word-Vorlagen (Brief und Dokument je Absender), Signaturen als Text für orandke ONE, 22 Teams-Hintergründe, 16 Visitenkarten-Druckdaten.
- [Muss] Dateien aus anderen Quellen sind nicht freigegeben. Dateinamen bleiben, wie sie sind; wer eine Datei verändert, speichert sie nicht unter demselben Namen.
- [Muss] Vorlagen werden als Vorlage installiert (Ordner „Benutzerdefinierte Office-Vorlagen“), nicht als Dokument geöffnet und überschrieben.
- Markenportal mit allen Downloads: marke.orth-kellenberger.com (Anmeldung über die Zentrale).
- Die freigegebene Fassung dieser Richtlinie liegt im Wiki bzw. SharePoint-Verzeichnis der Gruppe; das Markenportal verweist darauf.
- Änderungen an Vorlagen und Pflichtangaben macht die Zentrale über die Generatoren und rollt sie am Stichtag aus.

20 Checkliste vor jeder Veröffentlichung

- Schrift überall Open Sans; kein Calibri, Aptos oder Arial geblieben.
- Logo aus dem Logo-Paket, richtige Fassung für den Grund, nicht verzerrt, Schutzraum frei.
- Eine Marke pro Dokument, Zugehörigkeit über „Part of Orth & Kellenberger Group.“
- Höchstens ein rotes Element plus das „&“; Blau nur für Links; Linienfarbe nur in „&“, Strich, Ecke, Abschnittsnummer.
- Alle Platzhalter ersetzt (Suche nach „[“).
- Namen und Schreibweisen nach Abschnitt 14; Zahlen, Datum, Telefon nach DIN 5008.
- Fotos und Screenshots: Rechte geklärt, Kundendaten geschwärzt, kein Stock-Klischee.

- Präsentation: jeder Titel eine Aussage, nichts unter 16 pt, Fußzeile vollständig, Schlussfolie mit Kontakt.
- Brief und Dokument: richtige Vorlage, Fußzeile Stand 2027, Folgeseiten mit „Seite x von y“.
- Gedrucktes und Öffentliches von der Zentrale freigegeben; Dateiname nach Schema, Versand als PDF.

21 Zuständigkeiten

Wer	Aufgabe
Corporate Communications (1011)	Inhalt dieser Richtlinie, Markenportal, Logo-Paket, Vorlagen, Freigaben, Social-Media-Kanäle, Liste der nennbaren Hersteller
Zentrale Falkenberg	Fußzeilen und Pflichtangaben, Signatur-Manager, Bestellung von Visitenkarten und Drucksachen
Marken und Standorte	Anwendung der Vorlagen, Meldung von Namen und Funktionen, Material für Social Media
Konzernvorstand	Erlass und Freigabe dieser Richtlinie und neuer Marken, mit Zustimmung des Verwaltungsrats

Abweichungen sind nur mit Zustimmung von Corporate Communications zulässig. Was zweimal gefragt wird, kommt in die Richtlinie.

22 Mitgeltende Dokumente

- RL-1001-01 Konzernrichtlinie Dokumentenordnung
- RL-1002-01 Konzernrichtlinie Nummernsystem (Geschäftsbereiche, Kostenstellen, Teams-Kanäle)
- KX-1005-01 Code of Conduct, Kapitel 17 (Künstliche Intelligenz) und Kapitel 19 (Kommunikation, Marke und soziale Medien)
- Markenportal marke.orth-kellenberger.com mit Mockups, Farbfeldern und Downloads

23 Inkrafttreten

Diese Richtlinie tritt am 1. Januar 2027 in Kraft. Sie ersetzt die Vorlagen-Familie von 2023 und alle älteren Design-Vorgaben. Das Markenportal in der Fassung 1.0 vom 21. Oktober 2026 ist die Ansicht zu dieser Richtlinie.

Begriffe

Begriff	Bedeutung
„&“, das Zeichen	Das Et-Zeichen aus der Wortmarke, groß und angeschnitten oben rechts; steht für Orth und Kellenberger und für Partnerschaft
Absender	Marke oder Gesellschaft, in deren Namen ein Dokument verschickt wird; 16 Absender mit eigenem Briefkopf
Bildfenster	Das „&“ als Maske für ein Foto oder Werk, nur bei Advertising & Arts
CI-Farben	Schwarz, Weiß, Anthrazit, Schiefer, Grau, Silber, Markenrot, Signalrot, Blau
Dachname	„orth & kellenberger“ als Name einer Marke mit Zusatz daneben: Consulting, Vital
Ecke	Das 25 mm breite Stück des oberen Bandes auf dem Briefbogen in der Linienfarbe
Etikett	Das Feld in Versalien über dem Titel eines SYNAXON-Formats
Geschäftsbereich	IT & Cloud, Consulting & Training, Advertising & Arts; ordnet Marken, tritt selbst nicht auf
Grund	Die Grundfläche einer Linie: Weiß, Hell, Anthrazit, Schwarz oder Petrol
Hellstufe	Eine CI-Farbe auf 60, 30, 15 oder 6 % auf Weiß; für Flächen, nie für Text
Kicker	Die kurze Zeile in Versalien über einem Titel
Leiste	Der schmale Streifen links auf Inhaltsfolien mit kleinem „&“ und Seitenzahl
Linie	Grund plus Farbe des „&“; sieben Linien
Linienfarbe	Markenrot, Messing, Grün, Silber, Petrol; nur in „&“, Strich, Ecke, Abschnittsnummer
Lockup	Feste Kombination aus Logo und Zusatz oder aus Markenlogo und Wortmarke („Part of“)
Organisation	Die gemeinnützige Orth & Kellenberger Organisation (Vereinsname Orth-Kellenberger Organisation e.V.); im Lauftext „die Organisation“, nie „der Verein“
Part of	„Part of Orth & Kellenberger Group.“ – die Zeile, die Marken mit der Gruppe verbindet
Pflichtangaben	Firma, Sitz, Register, Vertretung, USt-IdNr. auf Geschäftsbriefen und in Signaturen
Schutzraum	Die freie Zone um ein Logo, gemessen an der x-Höhe
Strich	Die kurze rote Linie vor dem gestapelten Zusatz einer Firma
Verwaltungsrat	Das Aufsichtsgremium der Gruppe ab 2027
Wappen	Das Familienwappen der Schweizer Familie Kellenberger, hinter den Avataren und Favicons der Gruppe und der Organisation
Wortmarke	„orth & kellenberger“ in Open Sans, Grundlage aller Firmenlogos
Zentrale	Falkenberg; pflegt Richtlinie, Vorlagen, Fußzeilen und Freigaben
Zusatz	Das Wort unter oder neben der Wortmarke: gestapelt in Versalien (Firma) oder daneben in Light (Marke)

Änderungshistorie

Version	Datum	Änderung	Freigabe
1.0	01.01.2027	Erstfassung aus dem Markenportal 1.0 (Stand 28. Oktober 2026)	Vorstand des Verbands mit Zustimmung des Verwaltungsrats