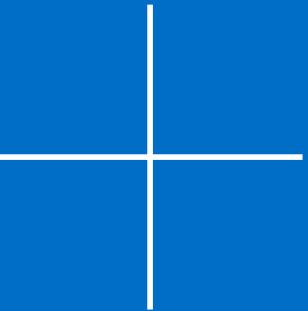


adesso



Deutsch

CORPORATE DESIGN STYLEGUIDE



Juni 2025
Group Marketing

Inhalt



- 4 Der Unternehmensclaim
- 6 Das Logo
- 23 Die Grundparameter des Erscheinungsbildes
 - 24 Hausfarben
 - 25 Farbwelt*
 - 26 Verläufe*
 - 27 Hausschriften*
 - 28 Visuelle Charakteristika*
 - 30 Bildsprache*
 - 33 Icons
- 34 Gestaltungsbeispiele
 - 35 Kampagnen
 - 39 Messen / Events
 - 45 Charta & Codes
 - 47 Broschüren / Magazine
 - 53 Whitepaper / Service Sheets
 - 56 Social Media / Newsletter / Mail-Banner
 - 59 Merchandise
 - 61 Geschäftsausstattung*
 - 63 PowerPoint-Master*

*Updated – Juni 2025



Einleitung



Stell dir vor, du siehst eine Farbe, eine Schrift oder ein Bild – und sofort weißt du, von wem es kommt. Ohne Namen, ohne Logo. Genau das ist die Kraft eines starken Corporate Designs. Es macht unsere Marke nicht nur sichtbar, sondern spürbar. Es erzählt, wer wir sind – in jeder Broschüre, jedem Social-Media-Post, auf jedem Bildschirm.

Ein durchdachtes Corporate Design macht unsere Marke vor allem eins: wiedererkennbar. Vom Logo über Farben und Schriften bis hin zur Bildsprache: Jedes Element trägt unsere Markenbotschaft nach außen. Dieser Styleguide ist also unser Werkzeugkasten und zeigt, wie all diese Bausteine zusammenspielen und enthält das visuelle Regelwerk, Ideen und Elemente, die uns einheitlich, professionell und unverwechselbar machen. Denn je konsistenter wir gestalten, desto stärker bleibt adesso in Erinnerung.

Euer Team Brand Management & Marketing Services



Der Unternehmensclaim



Unternehmensclaim



Seit Mai 2022 lautet unser Unternehmensclaim „GROW TOGETHER“ und steht für die identitätsstiftende adesso-Wachstumsstory und unsere Philosophie: zusammen wachsen und (international) zusammenwachsen.
Bedeutet konkret: Wir wachsen mit und an unseren Kunden(projekten).
Und unsere Kunden können dank zuverlässiger Software sowie zukunftsfähigen Geschäftsmodellen erfolgreich sein und ebenso wachsen.

Gleichzeitig unterstreicht der Claim das Versprechen, dass adesso als Arbeitgeber ein Arbeitsumfeld schafft, das die persönliche Entwicklung unserer adessi fördert.

Zulässige Schreibweisen

GROW TOGETHER

z. B. wenn der Claim als Gestaltung eines Titels oder Werbemittels dienen soll

Grow Together

im Fließtext auch in dieser Schreibweise möglich, um den Leser nicht „anzuschreien“, aber darauf aufmerksam zu machen, dass es sich um einen Titel handelt

#GrowTogether

als Hashtag zur besseren Lesbarkeit

Nicht zulässige Schreibweise

Grow together

diese Gemischtschreibweise macht keinen Sinn und ist nicht gewünscht

Gestaltung eines Titels

GROW TOGETHER

Darstellung im Fließtext

Grow Together

Mit Hashtag zur besseren Lesbarkeit

#GrowTogether

Das Logo



Name und Bedeutung



adesso heißt „jetzt“

Bei der Namensfindung im Zuge der Unternehmensgründung 1997 spielten unterschiedliche Faktoren eine Rolle. Wie häufig bei solchen und ähnlichen Fragestellungen gab es formale und praktische Erwägungen, aber auch emotionale kamen hinzu. Zu den formalen Kriterien zählten seinerzeit, dass es ein international gut aussprechbarer Firmenname sein sollte, eine Differenzierung von den in der IT sehr häufig verwendeten Drei-Buchstaben-Kombinationen ermöglicht werden sollte und mit einem Anfangsbuchstaben „a“ die in etlichen Anwendungsfällen typische alphabetische Nennung von Unternehmen Vorteile in der Wahrnehmung mit sich bringen würde.

Dass in die initiale Phase auch eine persönliche Affinität der Gründer zum mediterranen Lebensstil fiel, baute die Brücke zum italienischen „adesso“. Übersetzt heißt **adesso** „jetzt“ und spiegelt passend die ausgeprägte adesso-Grundhaltung für eine proaktive, pragmatische und agile Arbeitsweise wider.

The word "adesso" is written in large, white, three-dimensional letters against a solid blue background. A vertical white bar extends from the bottom of the letter "o" towards the top right corner of the slide.

Das Logo: Bedeutung und Aufbau



Bestandteile der vollständigen Wort-Bild-Marke

Das adesso-Logo ist eine Wort-Bild-Marke mit diesen Elementen:

1. Unternehmensname: „adesso“
2. Grafikelement: „Vertikale“ rechts neben dem Namen

Die Kombination dieser beiden Elemente ergibt das adesso-Logo in seiner Basic-Variante.

Diese Variante ist in Form und Aufbau die einzig zulässige in der Darstellung der vollständigen Wort-Bild-Marke. Sie kommt bevorzugt auf nahezu allen Kommunikationsmitteln zum Einsatz. Dies gilt übergreifend auch für weitere Auslandsgesellschaften. Typische Anwendungsfälle können sein: Broschüren, Plakate, Roll-ups, Beschilderungen an und in Gebäuden, Messestände und die Verwendung im digitalen Kontext wie etwa auf Webseiten.

Das Grafikelement „Vertikale“

Das Grafikelement der vertikalen, im unteren Bereich abgewinkelten Linie ist fester Bestandteil aller Logo-Varianten. Das Grafikelement übernimmt dabei verschiedene Funktionen:

Es dient als gestalterischer Abschluss sowie „Rahmung“ und Betonung des Unternehmensnamens. Es spielt eine wichtige Rolle als Gestaltungs- und Gliederungselement innerhalb der Dachmarkensystematik für die Anordnung von Unternehmensnamen der Tochtergesellschaften.

Sie ist abgeleitet von einer stilisierten Darstellung einer Platine. Sie nimmt somit Bezug auf das, was letztendlich bei jeder Dienstleistung von adesso am Ende steht: die Technologie.



Das Logo



Das Logo ist eine der wichtigsten Komponenten des Erscheinungsbildes. In Form und Farbe exakt definiert, wird der Schriftzug in Verbindung mit dem Gestaltungselement zum Erkennungszeichen des Unternehmens. Form und Farbe der Bestandteile des Logos sind unveränderbar. Nur durch die Beachtung und die exakte Einhaltung der folgenden Anwendungsregeln werden die Einzigartigkeit und die Wiedererkennung des Unternehmens adesso gewährleistet.

Typografie

Bei der Wortmarke handelt es sich um eine optimierte Version der Klavika, die nicht aus der Satzschrift entwickelt werden kann (→ [siehe auch Schriften](#)).

Farbe

Die verwendeten Logofarben sind adesso-Blau und adesso-Grau (→ [siehe auch Hausfarben](#)).

In [Celum](#) stehen Dateiformate des Logos zum Download bereit.



Schutzzone des Logos



Das Logo beansprucht einen fest definierten Mindestfreiraum, um als Absender des Unternehmens zu wirken.

Ein entsprechend bemessener Raum stärkt die Signalwirkung des Zeichens und gewährleistet seine Eigenständigkeit.

Die Unternehmensmarke muss bei jeder Platzierung einen Mindestfreiraum einhalten, der der Höhe des „d“ entspricht und die x-Höhe der Wortmarke umfasst.

Diese Größenordnung bezieht sich auf alle Logos der folgenden Seiten.



Der Zusatz „GROUP“



Das Logo mit dem Zusatz „GROUP“ dient vornehmlich dazu, die Kommunikation mit dem Absender Investor Relations zu kennzeichnen. Sie entspricht nicht einer offiziell eingetragenen Gesellschaft und ist somit eine kommunikative „Konstruktion“. Typische Einsatzfälle sind zum Beispiel:

- > Geschäftsbericht
- > IR-Website
- > Analysten-Präsentationen



Schutzzone mit Zusatz „GROUP“



Ebenso wie das adesso-Basiclogo beansprucht auch das Logo mit dem Zusatz „GROUP“ einen fest definierten Mindestfreiraum, um als Absender des Unternehmens zu wirken.

Die Unternehmensmarke muss bei jeder Platzierung einen Mindestfreiraum einhalten, der der Höhe des „d“ entspricht und die x-Höhe der Wortmarke umfasst.

Diese Größenordnung bezieht sich auf alle Logos der folgenden Seiten.



Das Favicon



Das Favicon ist ein „Logo-Kurzzeichen“, das bei sehr kleinen Formaten anstelle des adesso-Logos zum Einsatz kommt. Beispielsweise bei folgenden Assets:

Adressleiste der URL
Social Media Absender
Werbemittel / Merchandise

In Einzelfällen darf das Favicon – **nur nach Rücksprache mit dem Brandmarketing** – auch für nicht genannte Assets genutzt werden. Für die externe Kommunikation ist grundsätzlich das vollständige adesso-Logo zu verwenden.



Die Logo-Versionen – Übersicht



Aus ökonomischen und produktionstechnischen Gründen liegen die Logo-Versionen in unterschiedlichen Farbsystemen und Farbigkeiten vor. Nur diese bestehenden Versionen sind unverändert zu verwenden.

Die Übersicht zeigt die Logoanwendung in allen verfügbaren Varianten.

Diese Regeln greifen auch für die Logos weiterer Gesellschaften innerhalb der Logosystematik.

Standard-Version



1-farbige Version (Schwarz)



1-farbige Version (Negativ-Weiß) auf adesso-Blau



1-farbige Version (Negativ-Weiß) auf adesso-Grau



Minimale Größen



Das Logo wurde für bestimmte Anwendungsgrößen optimiert.
Da die Lesbarkeit gewährleistet sein muss, gibt es in der Anwendung
eine Beschränkung auf Minimalgrößen.

Logo-Versionen mit Zusatz dürfen nur bis zu den angegebenen
Minimalgrößen angewendet werden. Bei einer noch kleineren
Verwendung wird das Basiclogo ohne Zusatz eingesetzt.

Diese Regeln greifen auch für die Logos weiterer Gesellschaften
innerhalb der Logosystematik.

Anwendungsgröße DIN A4



Kleinste Anwendungsgrößen



Darstellung auf Hintergründen



Das Logo ist ein Signal von hoher Attraktivität und Eigenständigkeit.
Der sorgsame Umgang mit ihm ist wichtiger Bestandteil des Corporate Designs.
Über die Wirkung des Logos entscheidet auch die Wahl des Hintergrundes.
Dieser sollte bevorzugt weiß oder hellgrau sein und stets einen deutlichen Kontrast
zwischen Logo und Hintergrundfarbe für eine klare Erkennbarkeit aufweisen.

Zulässige Anwendungen

1-5

Nicht zulässige Anwendungen

Die Platzierung des Logos auf diesen Hintergründen ist gemäß
dem Corporate Design nicht zulässig.

6 Anwendung positiv auf einem schwarzen oder
einem dunklen Hintergrund

7 Anwendung auf beliebigem Farbton

8 Anwendung auf unruhigen Hintergründen ohne ausreichenden Kontrast

Diese Regeln greifen auch für die Logos weiterer Gesellschaften
innerhalb der Logosystematik.

Do's

1



2



3



4



5

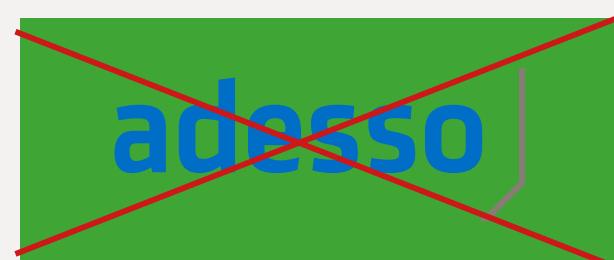


Don'ts

6



7



8



Nicht zulässige Darstellung des Logos



Das Logo ist für die Wiedererkennung unserer Marke das wichtigste Asset.
Daher dürfen unter keinen Umständen Veränderungen oder Ergänzungen an
unseren Logos vorgenommen werden.

- 1 Das Logo nicht strecken oder stauchen
- 2 Keine andere Farben als die vorgegebenen verwenden
- 3 Das Logo nicht als Outline oder mit einer Kontur darstellen
- 4 Das Logo nicht kippen
- 5 Die Beziehungen der Einzelbestandteile zueinander nicht verändern
- 6 Das Logo nicht mit einem Schatten versehen
- 7 Keine eigene Logo-Kreation erstellen

Diese Regeln greifen auch für die Logos weiterer Gesellschaften innerhalb
der Logosystematik.



Verschiedene Anwendungsfälle mit „adesso“ im Namen – Interne Verwendungen



Verschiedene interne Medien, Kanäle, Anwendungen, Schulungsangebote etc. beinhalten in ihrem Namen den Zusatz „adesso“.

Mit diesem Zusatz soll eine eindeutige inhaltliche Beziehung zum Absender hergestellt werden. Dadurch wird automatisch auch eine Verbindung zur übergeordneten Dachmarke adesso aufgebaut, die bei der Visualisierung berücksichtigt werden muss.

Das Gestaltungsprinzip für diese internen Leistungen und Angebote sieht eine Kombination aus dem adesso-Logo ohne Gestaltungselement (Vertikale) und dem thematischen Begriff vor.

Der Aufbau der Logos für die interne Verwendung folgt immer dem gleichen Schema: Dem Namen – gesetzt in der Klavika light – wird jeweils die adesso-Wortmarke vorangestellt. Wortmarke und Name sind mit einem halben Leerzeichen getrennt.

Der Schriftzug wird in der Primärfarbe adesso-Blau gesetzt.

Logos zur internen Verwendung sind immer einfarbig. Die blaue Variante eignet sich dabei für weiße bis helle Hintergründe. Zusätzlich wird für dunklere Hintergründe eine weiße Variante zur Verfügung gestellt.

Prinzipiell muss grundsätzlich immer abgewogen werden muss, ob ein eigenes Logo wirklich notwendig ist. Für Organisationseinheiten, Abteilungen und Bereiche sind keine eigenen Logos vorgesehen, weil dies dem ONEadesso-Gedanken widerspricht und die Marke verwässern würde. Logos sind rechtlichen Entitäten wie Tochter- und Landesgesellschaften oder auch Produkten vorbehalten.

Beispiele

adesso magnets

adesso inside

adesso advancement

adesso company profile

adesso talentpool

adesso profiler

adesso goodies

adesso shop

Die Markensystematik für weitere Gesellschaften (mit adesso)



Für die Stärke, Stabilität und Wiedererkennbarkeit der adesso-Dachmarke im nationalen und internationalen Kontext ist es essenziell, dass Firmierungen, die den Namen „adesso“ beinhalten, Teil einer schlüssigen Markenarchitektur sind. Für adesso und die Beteiligungsgesellschaften wurde deshalb ein System entwickelt, in dessen Rahmen die Visualisierung unter Berücksichtigung definierter Spielräume möglich ist.

Alle hier gezeigten optionalen Ausprägungen stellen in ihrer Zusammensetzung als Gesamtbild sicher, dass die wesentlichen optischen Markenbestandteile von adesso gewahrt bleiben und somit einer Verwässerung der Marke entgegengewirkt wird.

Beispiele

adcalculator

adcore

adcustomer

addocuments

adinsight

adpeople

adstaff

adtime

adtravel

adup

Verschiedene Anwendungsfälle mit „adesso“ im Namen (Externe Verwendungen)



Verschiedene für die externe Kommunikation gedachte Medien, Events, Lösungen etc. beinhalten in ihrem Namen den Zusatz „adesso“.

Mit diesem Zusatz soll eine eindeutige inhaltliche Beziehung zum Absender hergestellt werden. Dadurch wird automatisch auch eine Verbindung zur übergeordneten Dachmarke adesso aufgebaut, die bei der Visualisierung berücksichtigt werden muss.

Das Gestaltungsprinzip für diese externen Leistungen und Angebote sieht eine Kombination aus dem adesso-Logo ohne Gestaltungselement (Vertikale), einem vorangestelltem Icon und dem thematischen Begriff vor.

Die externen Logos bestehen immer aus drei Elementen: Auf das Icon folgt die adesso-Wortmarke (beides in Blau) und mit einem Abstand von einem halben Leerzeichen wird der Name in der Schrift Klavika light in Grau hinzugefügt. Das Icon muss in dieser Kombination immer reduziert und nur mit wenigen Strichen gestaltet sein. Komplexe Grafiken eignen sich nicht – denn grundsätzlich gilt: Je einfacher die Form, desto schneller wird sie erkannt und damit auch schneller memoriert.

Stilistisch ist das Icon immer als Outline dargestellt. Gefüllte Flächen sind nicht zulässig, um eine durchgängige und kompatible Grundoptik aller Logos zu gewährleisten.

Prinzipiell muss grundsätzlich immer abgewogen werden müssen, ob ein eigenes Logo wirklich notwendig ist. Für Organisationseinheiten, Abteilungen und Bereiche sind keine eigenen Logos vorgesehen, weil dies dem ONEadesso-Gedanken widerspricht und die Marke verwässern würde. Logos sind rechtlichen Entitäten wie Tochter- und Landesgesellschaften oder auch Produkten vorbehalten.

Beispiele

 **adesso** technologieradar

 **adesso** businessstalk

 **adesso** qualitätsversprechen

 **adesso** lectures

 **adesso** blog

 **adesso** public ai hub

 **adesso** sports platform

Die Markensystematik für weitere Gesellschaften (mit adesso)



Eine durchdachte Markenarchitektur ist für eine wachsende Organisation wie adesso unverzichtbar. Sie ermöglicht es, Tochter- und Landesgesellschaften mit ihren individuellen Profilen in ein einheitliches Markensystem zu integrieren – klar erkennbar als Teil der adesso Group. Um die Dachmarke national wie international stark und konsistent zu positionieren, wurde ein flexibles System entwickelt. Es definiert klare Gestaltungsrichtlinien und lässt gleichzeitig Raum für individuelle Ausprägungen innerhalb der Marke.

Alle hier gezeigten optionalen Ausprägungen stellen in ihrer Zusammensetzung als Gesamtbild sicher, dass die wesentlichen optischen Markenbestandteile von adesso gewahrt bleiben und somit einer Verwässerung der Marke entgegengewirkt wird.

Variationsmöglichkeiten



A

adesso + Firmenzusatz rechts vom Grafikelement,
beide Farbvarianten sind erlaubt



B

adesso + Firmenzusatz links vom Grafikelement,
beide Farbvarianten sind erlaubt



C

adesso + Firmenzusatz links und rechts vom Grafikelement, beide Farbvarianten sind erlaubt

Beispiele



Die fest definierte Logosystematik für Auslandsgesellschaften



Gestalterische Vorgaben des adesso-Corporate Designs sind für Auslandsgesellschaften bindend. Dies bedeutet auch, dass sich die Logodarstellung vollständig nach Vorgabe der adesso SE richtet und kein eigenständiges Firmenlogo verwendet wird. Die Markenarchitektur der Beteiligungsgesellschaften ist auch für die Auslandsgesellschaften bindend.

Abwandlungen des Logos oder der allgemeinen Markensystematik durch Auslandsgesellschaften sind nicht zulässig. Jede neue Auslandsgesellschaft erhält zum Start ein umfassendes Logopackage inklusive der offenen Daten für alle Kommunikationsmittel.





Grundparameter des Erscheinungsbildes



Die primären Hausfarben



Hausfarben

Unsere beiden Hausfarben – adesso-Blau und adesso-Grau – sind die Grundlage für unseren Markenauftritt und vor allem für unser Logo.

adesso-Blau ist dabei unser Erkennungsmerkmal und wird immer in voller Stärke verwendet – keine Abschwächungen, keine Töne dazwischen. Denn wir stehen für 100 %, und das soll man auch sehen!

adesso-Grau ist etwas flexibler: Hier sind feine Abstufungen möglich, zum Beispiel für Hintergründe oder Flächen, die nicht reinweiß sein sollen.

Wichtig zu wissen:

Farbwerte lassen sich nicht einfach von RGB zu CMYK oder umgekehrt umrechnen. Nutzt bitte die exakten Werte, die hier angegeben sind – so bleibt unser Look immer stimmig.

adesso-Blau

RGB	0 110 199
HEX	#006ec7
CMYK	100 30 0 0
RAL Classic	5015
RAL Design	260 50 40
Pantone	3005

Keine Farbabstufungen zulässig!

adesso-Grau

RGB	136 125 117
HEX	#887d75
CMYK	0 10 20 50
RAL Classic	7023
RAL Design	100 60 05
Pantone	Warm Gray 9

90 %

80 %

70 %

60 %

50 %

40 %

30 %

20 %

10 %

Die adesso-Farbwelt: flexibel und modular



Neben unseren primären Hausfarben – allen voran dem charakteristischen adesso-Blau – arbeiten wir mit einem flexiblen und modularen Farbsystem. Dieses erlaubt den gezielten Einsatz von verschiedenen Schmuckfarben, um Medien und Botschaften für (unsere) Zielgruppen individuell und wirkungsvoll zu gestalten.

Dabei gilt: adesso-Blau bleibt stets sichtbar präsent und bildet die visuelle Basis. Ergänzende Farben kommen dort zum Einsatz, wo sie helfen, Inhalte emotional aufzuladen und unsere Markenpersönlichkeit zu unterstreichen – nicht durch starre Vorgaben, sondern durch bewusste, kreative Entscheidungen.

Inspirierende Schmuckfarben unterstützen den gewünschten Gesamteindruck und machen Inhalte erlebbar. Dabei geht es nicht um Beliebigkeit, sondern um Wirkung: wir möchten als inspirierend, energiegeladen, freundlich, hell und modern wahrgenommen werden. Bedeutet bildlich gesprochen: „Frühling statt Herbst.“

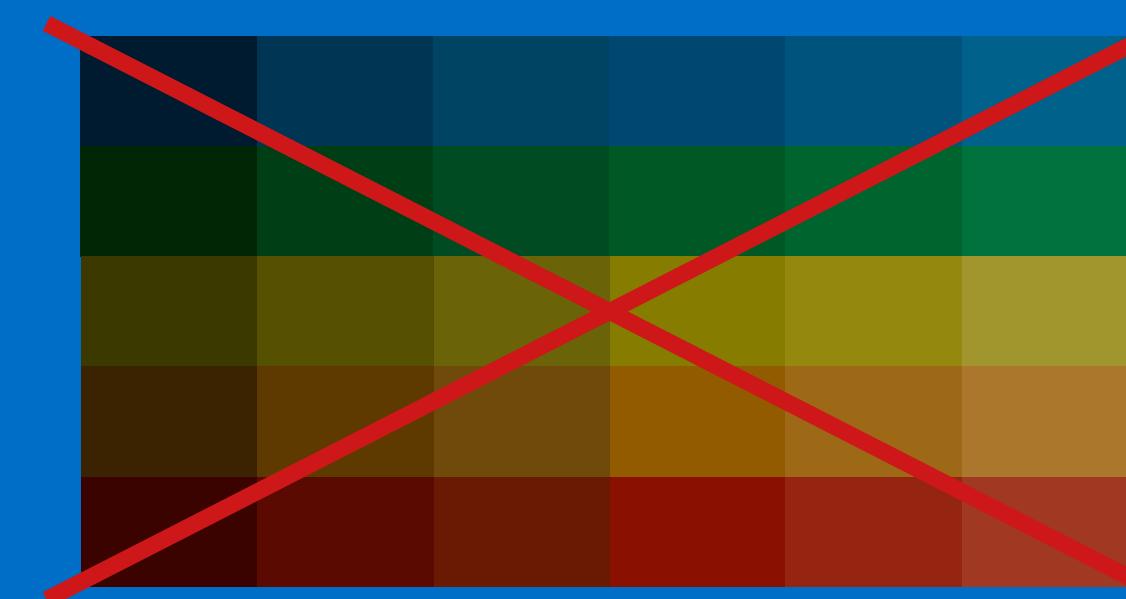
Die gezeigten Schmuckfarben verstehen sich als Anregung, nicht als starres Set. Sie dürfen je nach Kontext gewählt werden und sollen stets in harmonischer Verbindung mit der Hausfarbe stehen. Die Schmuckfarben sollen akzentuieren und highlighten. Dabei gilt jedoch „weniger ist mehr“.

So entsteht Gestaltung, die nicht nur stimmig aussieht, sondern auch begeistert, bewegt – und im Gedächtnis bleibt.

Beispiel-Schmuckfarben



Nicht erwünschte Beispelfarben



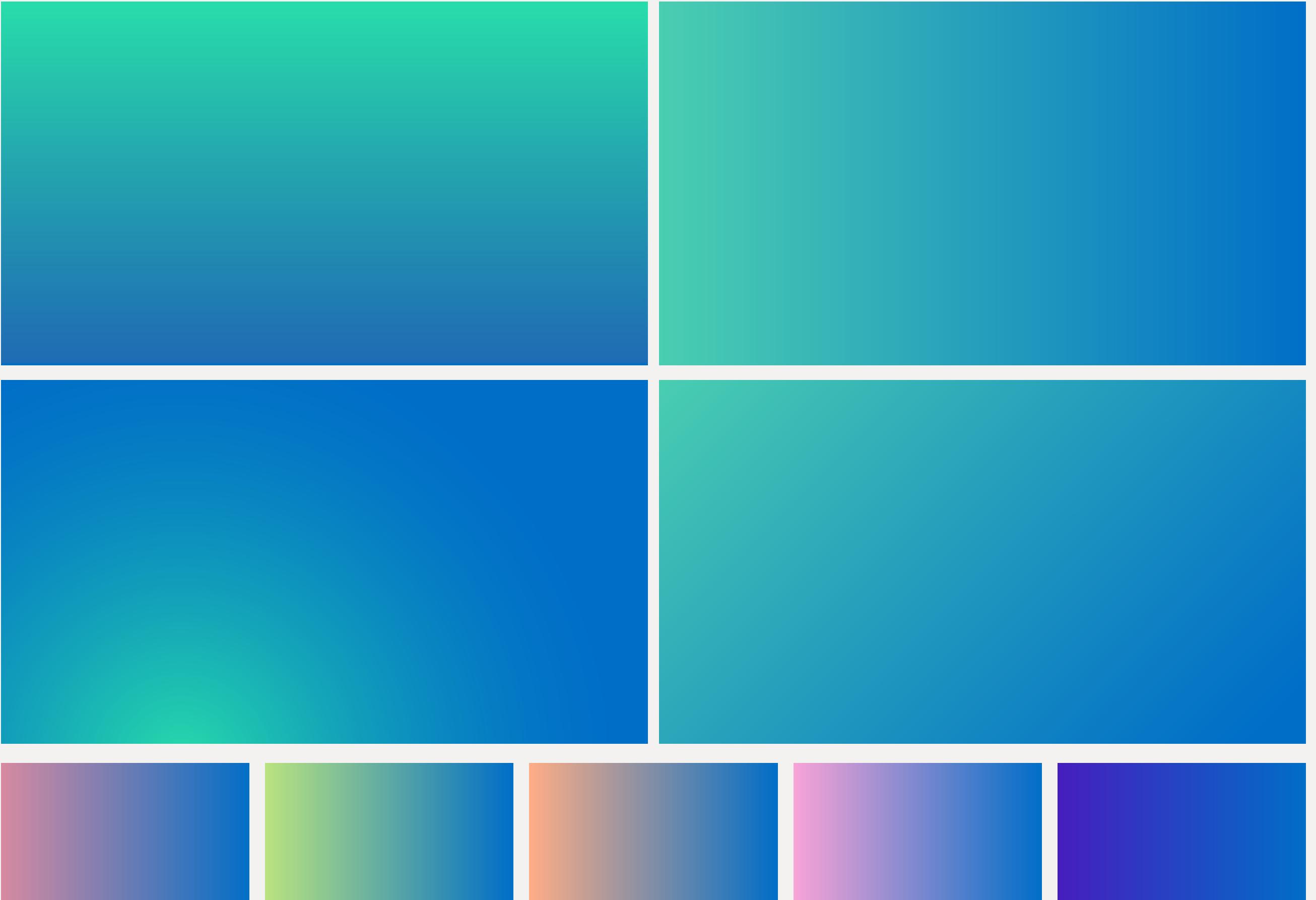
Verläufe



Unser modulares Farbsystem erlaubt den Einsatz von Farbverläufen – und eröffnet damit zusätzliche gestalterische Möglichkeiten. Ob linear, radial oder konisch: Entscheidend ist nicht die Art des Verlaufs, sondern seine Wirkung im Kontext.

Ein Verlauf soll nicht nur gut aussehen, sondern die Botschaft visuell unterstützen und sich harmonisch in das Gesamtbild mit adesso-Blau einfügen. Deshalb gilt: Jeder Verlauf beginnt, endet oder interagiert mit adesso-Blau – beispielsweise als Ausgangspunkt, Zielpunkt oder zarter Farbakzent in einem weichen Verlauf.

So entsteht Gestaltung, die modern, lebendig und klar als Teil der adesso-Welt erkennbar ist – mit Spielraum für kreative Umsetzungen und einem konsistenten Markeneindruck.



Die Hausschriften



1 Klavika

Die Klavika ist eine elegante, moderne Schrift. Mit ihrer klaren, linearen Erscheinung betont sie als Headline-Schrift die technologische Kompetenz der adesso-Gruppe.

Klavika Light *Klavika Light Italic*
Klavika Regular *Klavika Regular Italic*
Klavika Medium *Klavika Medium Italic*
Klavika Bold *Klavika Bold Italic*

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

2 Klavika Condensed

Die Klavika Condensed entstammt der Klavika-Schriftfamilie und zeichnet sich durch ein deutlich kompakteres Schriftbild aus. Ebenso wie die Klavika lässt sich die Klavika Condensed für Head- und Sublines sowie Fließtexte einsetzen.

Klavika Condensed Light *Klavika Condensed Light Italic*
Klavika Condensed Regular *Klavika Condensed Regular Italic*
Klavika Condensed Medium *Klavika Condensed Medium Italic*
Klavika Condensed Bold *Klavika Condensed Bold Italic*

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

3 ABC Marist

Die Marist-Schriftfamilie ist eine lesefreundliche Schrift mit prominenten Serifen. Sie eignet sich für Mengentexte und Tabellensatz.

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

4 Fira Sans

Die Fira Sans ist eine frei verfügbare Schrift. Sie wird in allen MS Office-Anwendungen, wie z.B. PowerPoint und Word, verwendet. Eine ausführliche Beschreibung dazu und den Font zum Herunterladen findet man im Intranet.

Fira Sans Light Fira Sans Condensed Light
Fira Sans Regular Fira Sans Condensed Regular
Fira Sans Medium Fira Sans Medium
Fira Sans Bold Fira Sans Bold

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

Da die Schriften Klavika und Marist strengen Lizenzbestimmungen unterliegen, werden sie nur von den jeweiligen Marketingbereichen (adesso SE: Group Marketing) verwendet.
Für alle MS Office-Anwendungen kann die frei verfügbare Schrift Fira Sans installiert werden.

Visuelle Charakteristika der Markenkommunikation



adesso verfolgt einen zielgruppenspezifischen Ansatz in der Visualisierung. Unsere Bildsprache unterstützt die Markenidentität und verstärkt die Aussage der Inhalte – klar, inspirierend und wiedererkennbar. Die Visuals sollen emotional ansprechen, dabei aber immer zugänglich und nachvollziehbar bleiben.

1. Visuals werden je nach Zielgruppe angepasst:

- Für fachliche Expert:innen dürfen Bilder komplexer sein – sie fungieren als Code für IT-Kompetenz und Exzellenz.
- Für eine breite Öffentlichkeit gilt: klare, leicht erfassbare Bilder mit emotionalem Bezug.

2. Unsere Bildwelten transportieren die Markenwerte:

- Einfallsreich & begeisternd: Kreative, inspirierende Motive mit ungewöhnlichen Farben, Perspektiven und Formen regen die Vorstellungskraft an.
- Bodenständig & anpackend: Realitätsnahe Motive, gerne mit futuristischen Elementen – aber immer mit menschlichem Bezug und greifbarem Kontext.
- Leistungsstark & effizient: Plakative, klare und prägnante Visuals mit starker Wirkung. Auch Infografiken, die Komplexität intuitiv vermitteln, sind Teil dieser Bildsprache.
- Nahbar & auf Augenhöhe: Bilder mit echter Interaktion zwischen Menschen – vertraut, empathisch, authentisch. Keine überinszenierten oder unnahbaren Perspektiven.

3. Prinzipien guter Bildwahl

- Klarheit vor Komplexität: Bilder sollen schnell erfasst werden können.
- Stimulation statt Irritation: Visuals dürfen auffallen, aber nicht verstören.
- Vielfalt und Inklusion: Unsere Bildwelt zeigt Menschen in ihrer Vielfalt – respektvoll, wertschätzend und realitätsnah.

Stockfotos



Bildsprache



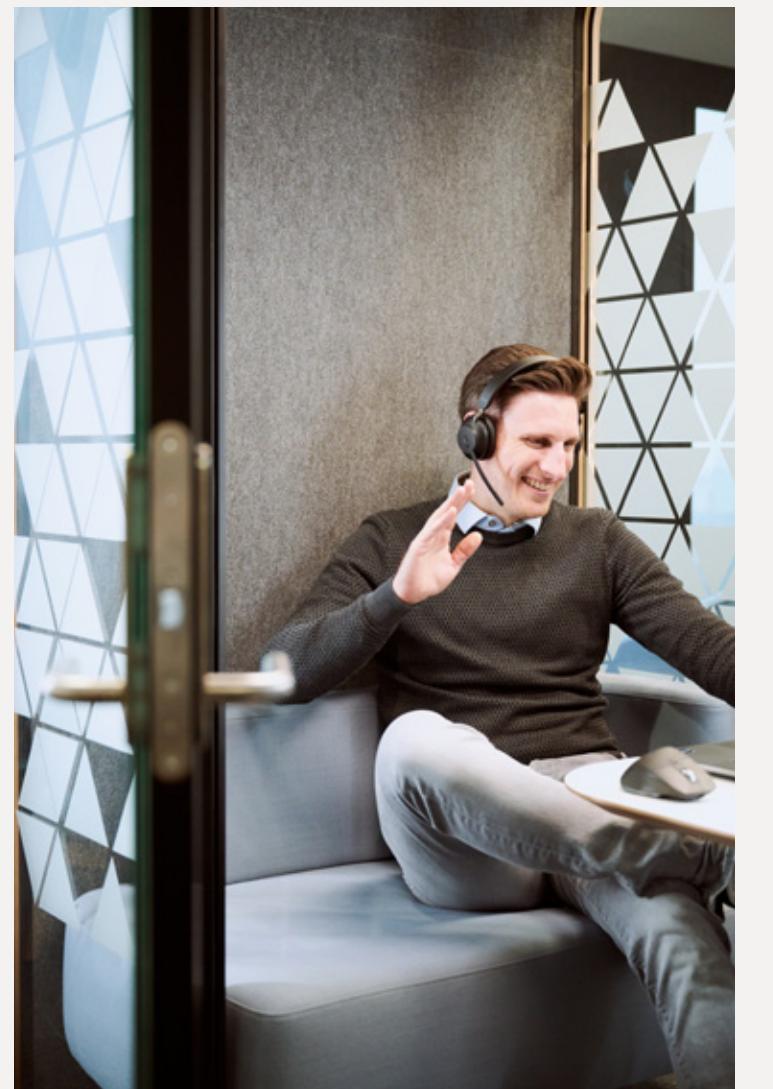
Unsere Bildsprache ist ein zentrales Element der Markenidentität von adesso. Sie transportiert technologische Kompetenz, kommuniziert auf Augenhöhe und schafft emotionale Nähe – visuell klar, modern und glaubwürdig.

Grundprinzipien

- Authentizität vor Stock-Fotos: adesso setzt bevorzugt auf eigene Fotografien aus Unternehmensshootings mit eigenen Mitarbeitenden.
- Fotografie vor Illustration: Fotos haben gestalterisch Vorrang, da sie echte Nähe erzeugen. Für abstrakte oder erkläruungsintensive Themen können natürlich auch Illustrationen zum Einsatz kommen.
- Stockmaterial nur im Ausnahmefall: Wenn eigene Bilder nicht verfügbar oder unpassend sind.

Bildsprache & -stil:

- Durch eine ausgewogene Belichtung, wird eine helle und freundliche Bildatmosphäre geschaffen. Diese Atmosphäre wird vor allem mit natürlichem Licht erzeugt. Die Hinzunahme von künstlichem, aber stets weichem Licht kann ebenfalls unterstützend eingesetzt werden. Keine harten Kontraste und dunklen Schatten sowie Farbstiche.
- Die Nachbearbeitung ist zurückhaltend. Keine hohe Sättigung oder Überschärfung sowie Fotoeffekte oder übertriebene Filter.
- Es wird auf eine realistische und authentische Perspektive gesetzt, die der natürlichen Wahrnehmung – quasi auf Augenhöhe – entspricht und sich auf Emotionen und Interaktionen fokussiert. Perspektivische Verzerrungen bspw. durch Frosch- oder Vogelperspektiven, also Ober- oder Untersicht sind zu vermeiden.



Bildsprache



Bildkomposition:

- Die Bildkomposition ist reduziert, sodass durch wenige Bildelemente und den richtigen Bildausschnitt der Fokus auf dem Hauptmotiv liegt. Ein gezielter Einsatz von Schärfentiefe lenkt ebenfalls den Fokus und erzeugt den Eindruck räumlicher Tiefe.
- Flächen für Texte können durch beruhigte Bereiche im Bild oder Unschärfen erzeugt werden.
- Die Farbigkeit unseres Corporate Designs wird in unserer Bildsprache selektiv aufgegriffen. Solche Akzente können gezielt eingebaut werden, soweit sie sich subtil und stimmig ins Motiv einfügen.
- adesso-Branding soll in Fotos nicht gestellt oder plakativ wirken. Elemente im Bild, wie Logos auf Tassen, Notizbüchern, der Kleidung oder in der räumlichen Umgebung tragen zu einer dezenten und glaubwürdigen Wiedererkennbarkeit bei.

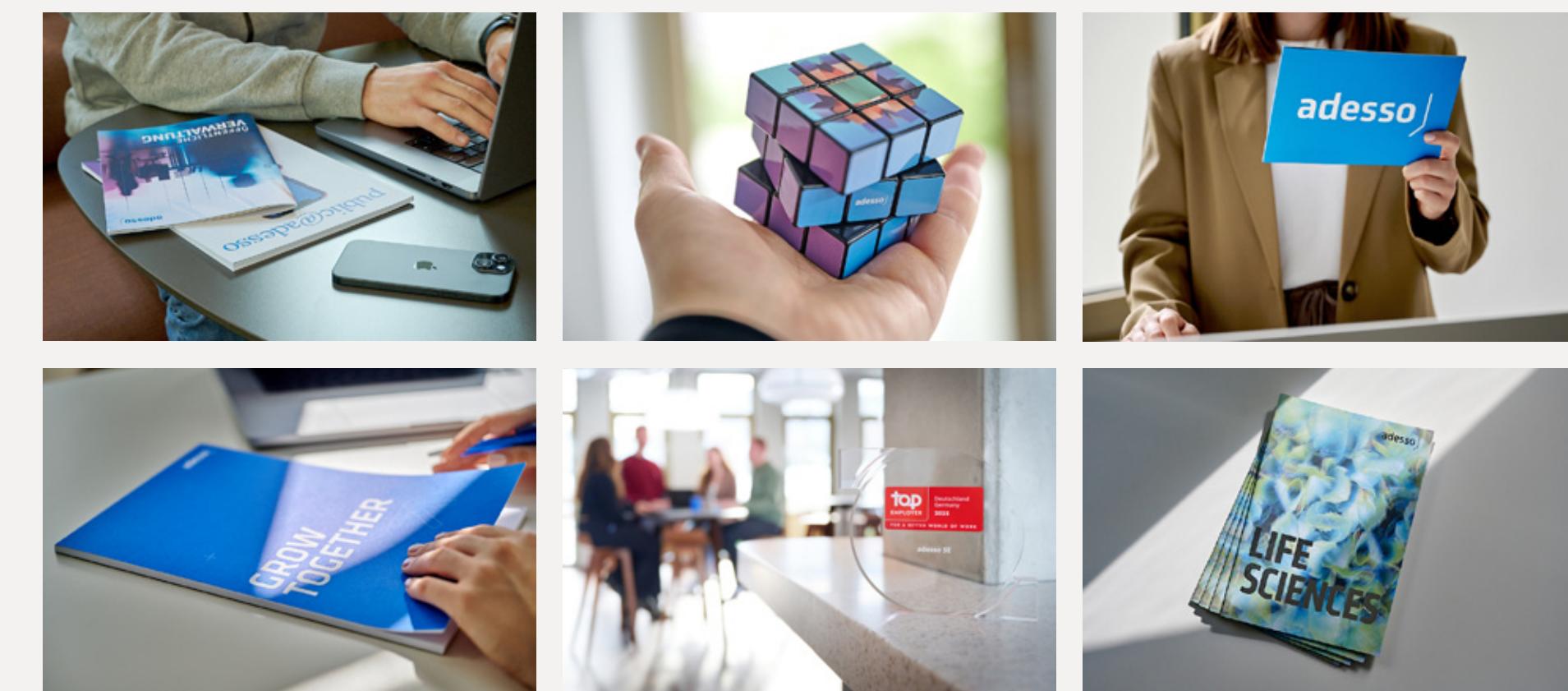
Beispiele „People“



Stills:

- Mit Still-Fotografie transportieren wir Atmosphäre und zeigen das, was adesso ausmacht.
- Die gezeigten Szenen sind aufgeräumt, authentisch und im Einklang mit unserer adesso-Bildsprache. Zu sehen sind zum Beispiel Räumlichkeiten, Objekte oder Werbematerialien - kurz: Details mit Wiedererkennungswert.
- Stills werden ergänzend zu People-Fotografie eingesetzt, um Kontext zu geben und Stimmung zu transportieren.
- Ein gezielter Einsatz von Farbigkeit ist möglich (→ siehe Slide 25, adesso-Farbwelt). Das Branding bleibt dabei subtil.

Beispiele „Stills“



Bildsprache



Menschen im Fokus

adesso-Bilder dürfen inspirieren. Sie erzeugen Nähe, Vertrauen und Begeisterung – auch bei technisch orientierten Themen. Entscheidend ist der visuelle Code: verständlich, empathisch, auf Augenhöhe.

- Ausdruck & Wirkung: Fotos von Personen sollen Sympathie, Kompetenz und Nahbarkeit vermitteln – mit freundlichem Gesichtsausdruck und natürlicher Körpersprache.
- Kleidung: Schlichte, ruhige Farben, im Idealfall harmonierend mit der CD-Farbwelt und dabei ohne auffällige oder kleinteilige Muster und Logos. Ein Kleidungsstil, der zur eigenen Rolle passt und gleichzeitig stimmig, sympathisch und professionell wirkt. Bei Gruppenmotiven ist eine Abstimmung sehr hilfreich, ohne am Ende zu einheitlich oder uniformiert zu erscheinen.
- Einwilligung: Bei Aufnahmen von Mitarbeitenden ist eine Nutzungseinwilligung erforderlich.



Diversität & Internationalität

Als internationales Unternehmen zeigen wir Menschen unterschiedlicher Herkunft, Kulturen und Identitäten. Unsere Bildwelt ist inklusiv, respektvoll und vielfältig – wie adesso selbst.



Gut vorbereitet ins Shooting starten?

Alles Wichtige zu Planung, Durchführung und Gestaltung von Fotoshootings findest du in unserer Foto-Guideline. Sie unterstützt dich dabei, Bildideen sicher umzusetzen – ob mit externen Profis oder bei internen Umsetzungen.

Don'ts in unserer Bildsprache



Nicht zulässige Bilder

Viele Bilder im technologischen Kontext legen nahe, dass sie thematisch zu adesso passen. Typische Bilder aus diesem Spektrum bilden zum Beispiel Roboterhände oder Fotomontagen mit schwebenden oder holografischen Elementen ab.

Diese Bilder sowie etwaige Abwandlungen davon, sind unter allen Umständen zu vermeiden, da sie durch ihren unrealistischen sowie Stockbild-Charakter nicht zur Markentonalität und Bildsprache von adesso passen.

Weiterhin sind zu dunkle und blaugetönte Bilder zu vermeiden, da sie in ihrer Darstellung in den meisten Fällen keine positive und freundliche Wirkung entfalten.



Piktogramme/Icons



Die adesso-Piktogramme zeichnen sich durch einen minimalistischen Aufbau aus und bestehen ausschließlich aus klaren Konturen mit einheitlicher Strichstärke. Die Basis dieser Icons bildet die FontAwesome Icon-Bibliothek, die im Stil „Thin“ verwendet wird.

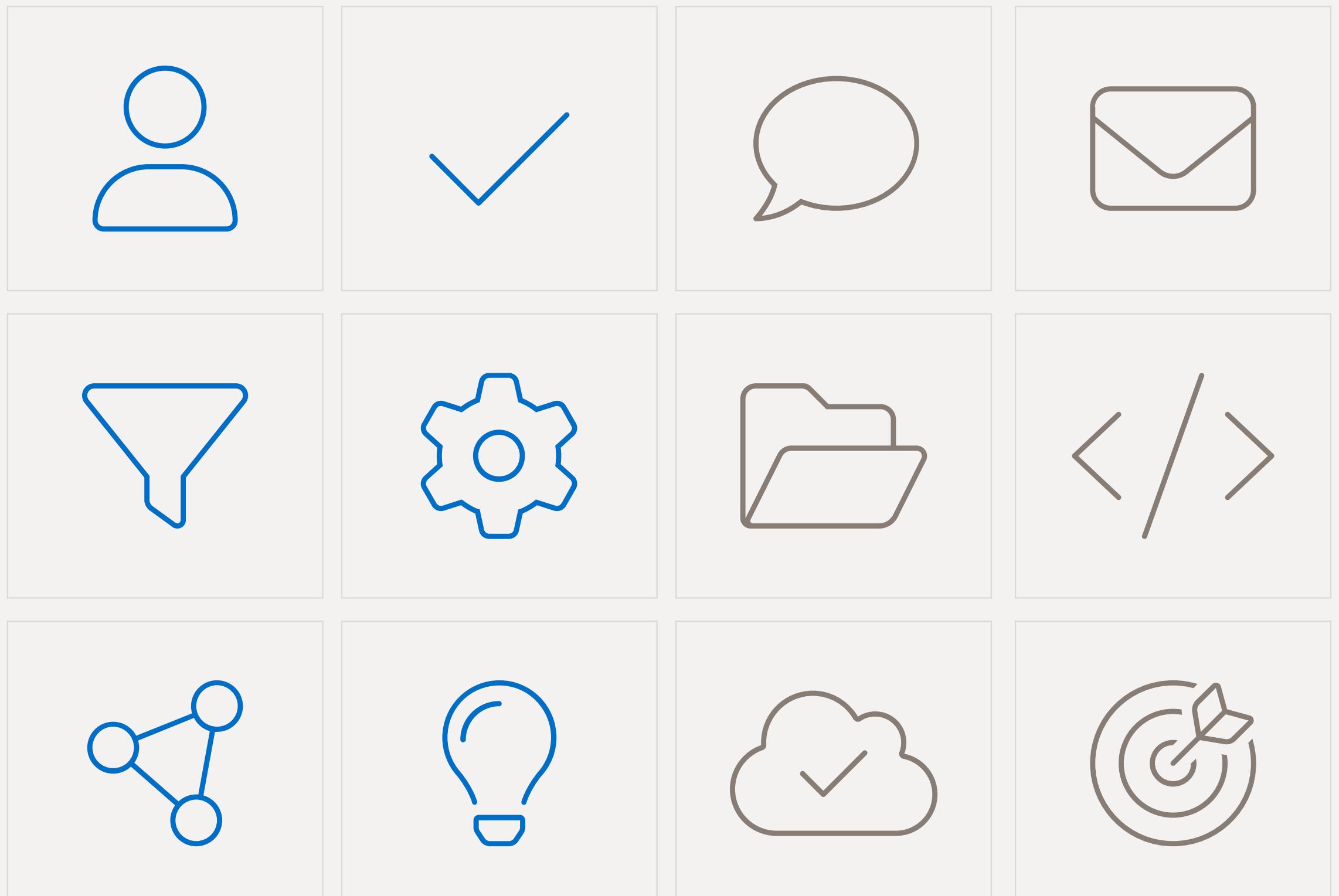
Nutzung und Lizenz

- In Deutschland:
Alle Mitarbeitenden der adesso SE können die Piktogramme nutzen.
- Außerhalb Deutschlands:
Eine separate, dem Unternehmen zugeordnete Lizenz ist erforderlich.

Verwendung auf der Website

- Die Piktogramme sollten in den Hausfarben eingefärbt werden
(→ siehe Farbpalette auf Folie 24).
- Die Farbwahl soll den größten Kontrast zum Hintergrund bieten, um eine optimale Sichtbarkeit zu gewährleisten.
- Die gewählte Icon-Farbe muss auf der gesamten Seite konsistent bleiben.

Die FontAwesome-Schrift sowie detaillierte Beschreibungen und Anwendungsrichtlinien sind zum Download im Celum-System unter dem Pfad: Mediathek > Corporate Design > Piktogramme verfügbar.
→ dam.adesso-group.com





Gestaltungsbeispiele



○ Gestaltungsbeispiele



Kampagnen

→ GenAI

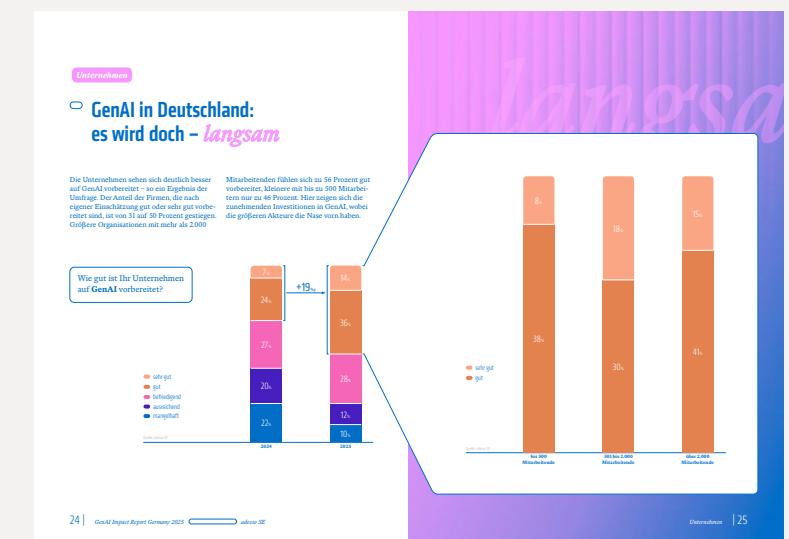
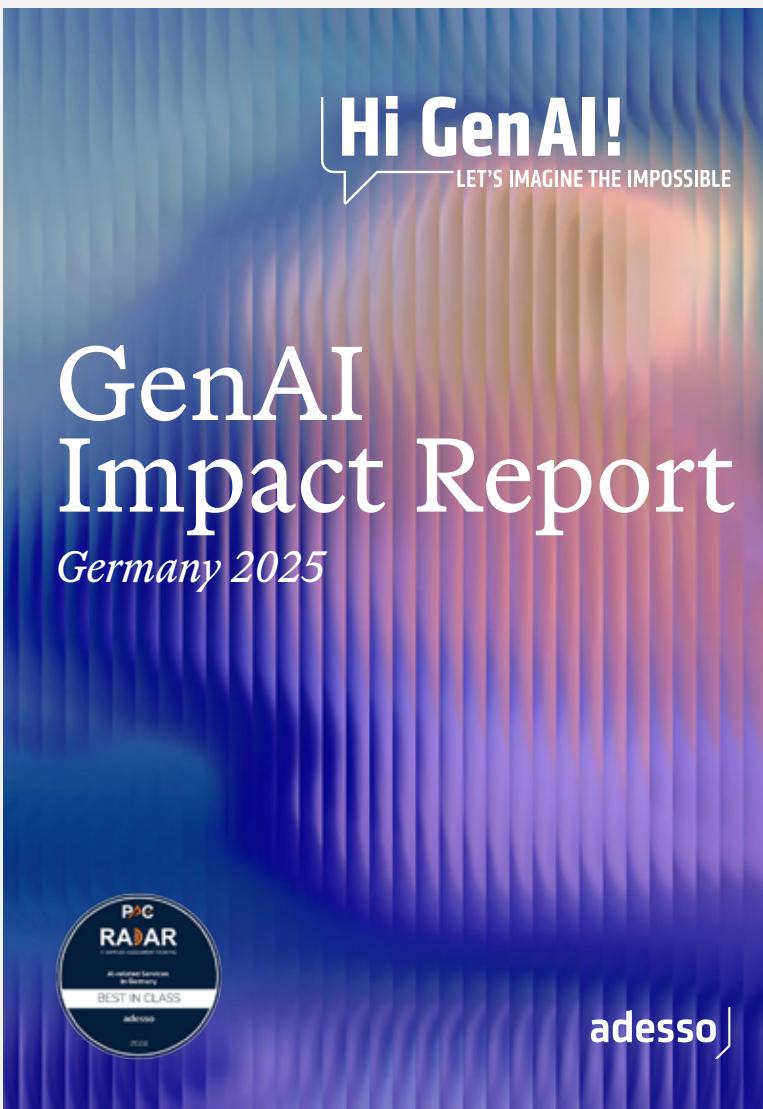
Kampagnen



Hi GenAI!

// Kampagnen-Look 2024

// Studie 2025



A page from the report titled 'GenAI im Einsatz'. It features a large purple section with the text 'KIPITZ bringt Künstliche Intelligenz in die Verwaltung – für mehr Effizienz, Sicherheit und Bürgernähe.' Below this is a smaller section with the text 'Neugierig? Hören Sie mehr.' The background is purple with a wavy pattern.

A page from the report titled 'GenAI im Einsatz'. It features a large blue section with the text 'Künstliche Intelligenz ist kein Ersatz für menschliche Diskussion! Wir freuen uns darauf, mit Ihnen ins Gespräch zu kommen.' Below this is a contact email 'genai@adesso.de'. The background is blue with a wavy pattern.

→ IT Excellence

Kampagnen



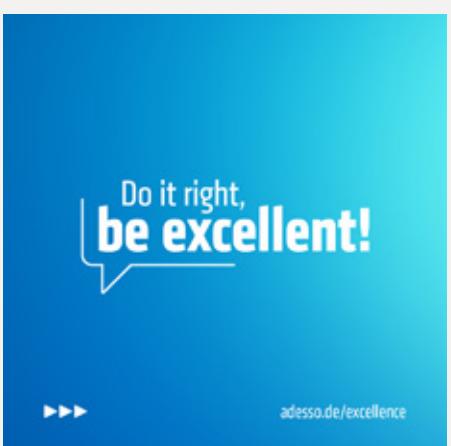
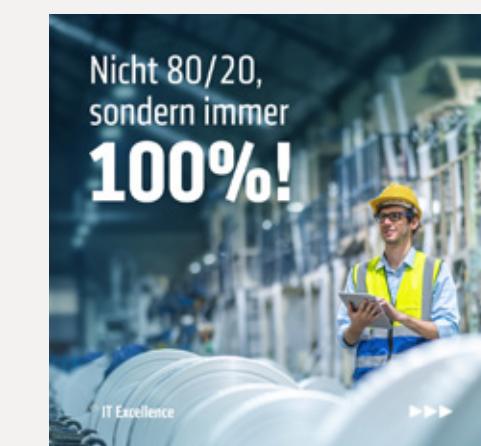
// Whitepaper



// Keyvisuals



//



// Diverse Social Media Assets

→ Customer Centricity

Kampagnen



STUDY DESIGN

In this study, 120 managers shared insights into the current state of strategic customer centricity within their companies. In collaboration with the market research institute HUBTE UND MORGEN, we surveyed owners, board members, managing directors, and department and division heads. They evaluated the current situation and forecasted the future development of customer centricity for the future. The participants were recruited evenly from the following sectors: services, financial sector, trade, manufacturing and public administration. Company sizes varied from 101 employees to over 5000. One third of the respondents work in the service sector, one third in manufacturing, around half also via retailers, and a third each also rely on affiliated companies and marketplaces.

The results of the survey are presented on the following pages under four main topics:

- > Customer centricity status quo
- > Data as an indispensable basis
- > The customer journey: ensuring happy customers
- > Platforms and technologies for greater customer focus

CUSTOMER CENTRICITY AS A CORPORATE CULTURE

Customer centricity should be a top priority in corporate culture, as it is essential for ensuring a company's long-term success. Customer centricity at the centre of all their decisions, that increases their satisfaction and loyalty. That means: all areas of the company must adapt to customer requirements – product development, communication, sales and service. Only then can companies truly develop a competitive advantage and stand out from the ever-growing competition, both domestically and internationally.

Excellent 22 %
Well 55 %
Could be partly improved 21 %
Could be greatly improved 2 %



Hürde um Hürde in der digitalen Welt

Allein Menschen mit Minderheiten haben 2014 zusammen mit Google die größte Anzahl von Webseiten mit digitaler Barrierefreiheit untersucht. Fast vier von fünf Shopping-Portalen fehlen schon bei den Basics durch, & es bei der Tastaturbedienbarkeit.

Der Nutzer auf dem Bildschirm ist laut 2014 schrecklich. Er kann eine durchaus strenge Prüfung der digitalen Barrierefreiheit ablegen, denn kosteneffizient und nachhaltig ist die Umsetzung IT-Lösungen konsequent von den Nutzern aus zu entwickeln oder zu überprüfen. Ein gängiges ergonomisches Element für Umsatzsteigerung und Kundenservice.

Der Status quo: Verbreitete Hindernisse

- Nur mit der Maus bedienbar: Viele Webseiten sind nur mit der Maus bedienbar. Vor allen blinde Menschen sind darauf angewiesen, dass digitale Angebote über die Tastatur steuerbar sind. Ziel: Tastaturnavigation mit schlüssiger Reihenfolge der Elemente
- Farbebenen als Voraussetzung: Auf Webseiten, in PDFs und Software können sich leider oft nur Menschen mit Farbblindheit bewegen. Menschen mit Farbfehlern finden sich oft nicht gut zuhause. Ziel: Bedienung von Online-Angeboten ohne Farbfehler
- Stare Schriftgrößen und schlechte Kontraste: Viele digitale Angebote sind kleinstrig. Texte haben eine geringe Schriftgröße. Personen mit Sehbehinderung und große Teile der älteren Bevölkerung sind auf Vergroßerungssymbole angewiesen. Ziel: Differenzierung einfacher markierbar
- Fehlende Screenreader-Kompatibilität: Das gesamte UX/UI-Design muss für die Verwendung einer Screenreader-Software optimiert werden. Die Basis dafür bilden eine klare Struktur der Oberfläche und eine Ab-Testbefähigung für alle nicht-akzentuierten Bilder, Grafiken und Objekte. Ziel: Fehlerfreie Sprachausgabe für Sehbehinderte

Digitale Barrierefreiheit ist ...

- ... für gut 10 % unbedruckt (Menschen mit einer angeborenen Behinderung)
- ... für 30 % notwendig (Menschen mit Einschränkungen und Nicht-Muttersprachler)
- ... für 100 % hilfreich.

// Studie

DEAR CUSTOMER, YOU REALLY MATTER

Placing customers truly at the heart of a company's activities requires more than catchy designs and polished campaigns. Customer centricity should not only be articulated in a company's vision but must also be firmly embedded in its strategy. And it should determine the direction of every project. To achieve this, companies need to make sure that 86 percent of their customers want to be able to switch from one channel to another at will and still pick up exactly where they left off.

SEAMLESS EXPERIENCE FOR CUSTOMERS, TWO EXAMPLES

Example 1: Holiday booking. During the lunch break, favorite hotels were selected on a smartphone. In the evening, the perfect flight was added on a computer, and the next day, everything was booked together in the app, complete with travel cancellation insurance.

Example 2: Insurance claim. Entered the details of the car accident directly into the insurance app's form on the spot. The car in the day, reviewed the photos on the tablet and uploaded them via a link in an email. Subsequently, the car's processing status, along with all previous transactions, can conveniently be accessed via the app or website.

Our customers expect a seamless experience across all channels (offline and online).

Applies totally 36 %
Tends to apply 50 %
Tends not to apply 12 %
Does not apply at all 2 %

A seamless customer journey is the key. Insights like these, along with many others about the wishes and needs of customers, often still need to be translated into concrete projects in practice. And it should always be part of an overarching strategy.

Together for the perfect customer experience: Hand in hand with AI

Here's the good news first: You are no longer all alone when it comes to putting customers at the centre of attention, i.e. offering a perfect customer experience. You have superhuman support now: Artificial Intelligence (AI) has been an important part of customer experience management for a while now.

How high do you estimate the relevance of AI for customer centricity or customer focus?

Very high 22 %
High 38 %
Medium 30 %
Low 10 %

The bad news: only 60 percent of respondents consider AI important in the area of customer centricity. And this means that many businesses underestimate a powerful tool for optimizing the customer experience.

"Sure, you can leave AI out of the customer experience – but that's a decision against smart data analysis, automated, customized customer contact and service that matches AI. And that's a mistake. This is the future of customer centricity in the long term. With a view to the competition: Pioneering companies are already relying on AI and are continuously raising the bar."

Sebastian Zack, CRM Manager, adesso SE

// Broschüre

Win-win für Unternehmen und Betroffene

Digitale Barrierefreiheit ist ein wesentliches Element konsequenter umgesetzter Customer Centricity. Auf gute Zugangschancen folgt eine bessere digitale Customer Journey für alle. Unterstützen Sie jetzt Ihre digitalen Angebote auf Hindernisse für Menschen mit Behinderung oder Einschränkung – um am 28. Juni 2015 einen Wettbewerb vor Ihren Mitbewerbern zu gewinnen.

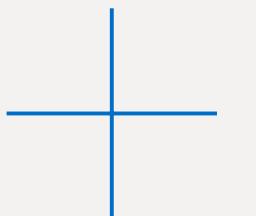
Beratung
Wir helfen Ihnen dabei, die generellen Anforderungen zu verstehen und auf Ihre digitalen Produkte und Dienstleistungen zu beziehen.

Pflichtige bestehende Webseiten, Apps & PDF-Dokumente
Auch mehr als fünf Jahre Erfahrung mit allen Kriterien, Tools und Normen aus der Verordnung zur digitalen Barrierefreiheit, beraten wir Sie bei Ihrer Zertifizierung kompetent und geben Ihnen konkrete Handlungsempfehlungen.

Optimierung bei der Entwicklung und Umgestaltung
Bei Umgestaltung und Neuentwicklung digital barrierefreier Angebote unterstützen wir Sie gerne – von einer Strategie über die Implementierung bis zum finalen Bereich.

Sensibilisierung & Wissensaustausch
Werden Sie über das Thema Barrierefreiheit sensibilisiert oder schulen möchten, erarbeiten wir gemeinsam mit Ihnen das passende Format, um das Thema nachhaltig zu vermitteln.

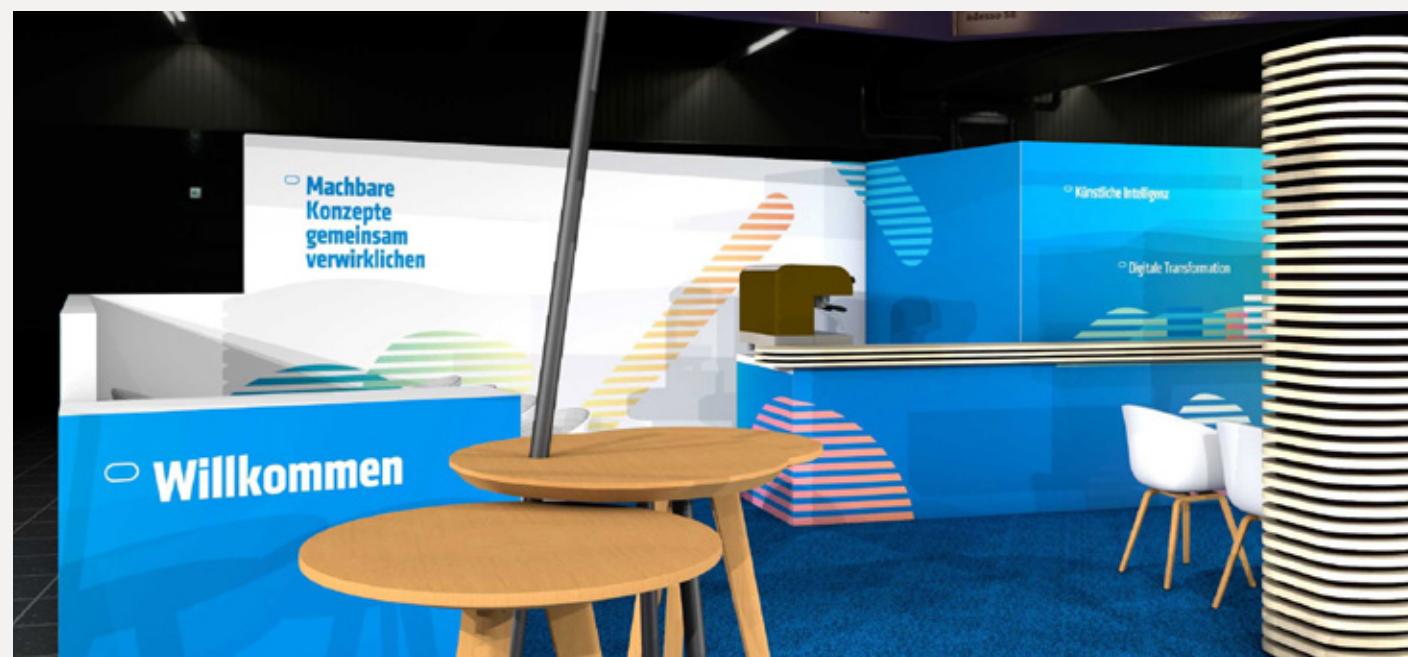
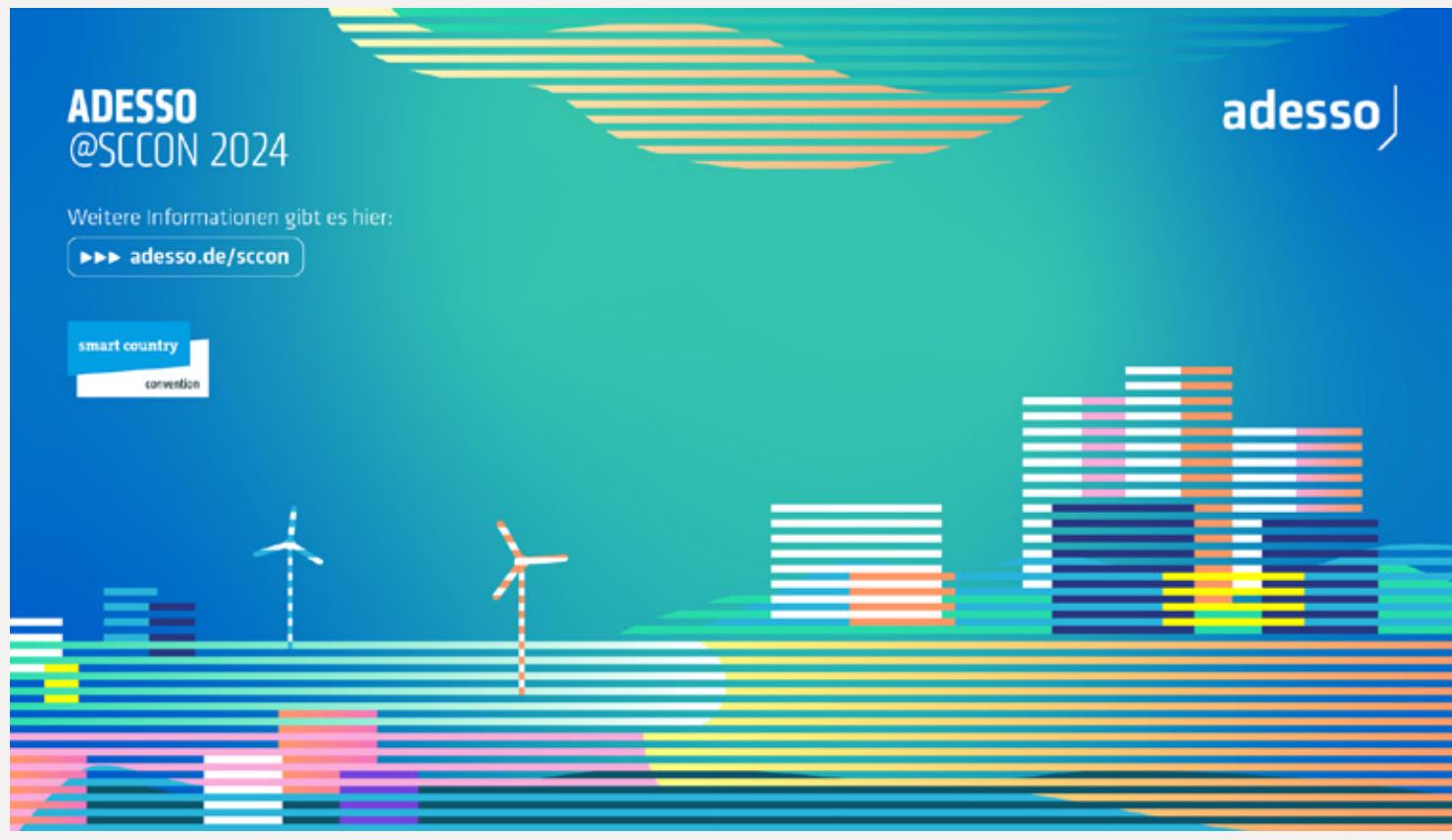
 Gestaltungsbeispiele



Messen / Events

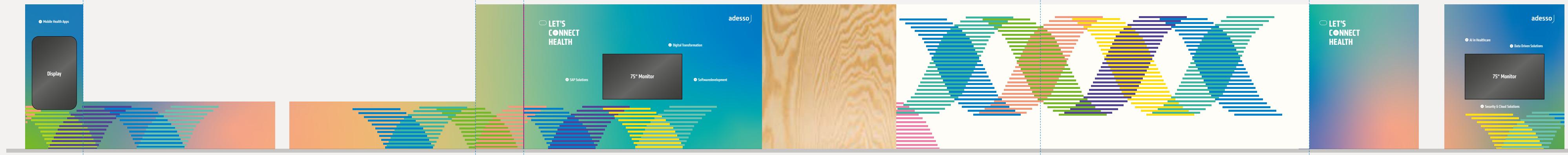
→ SMART COUNTRY CONVENTION 2024

Messen/Events



→ DMEA 2025

Messen/Events



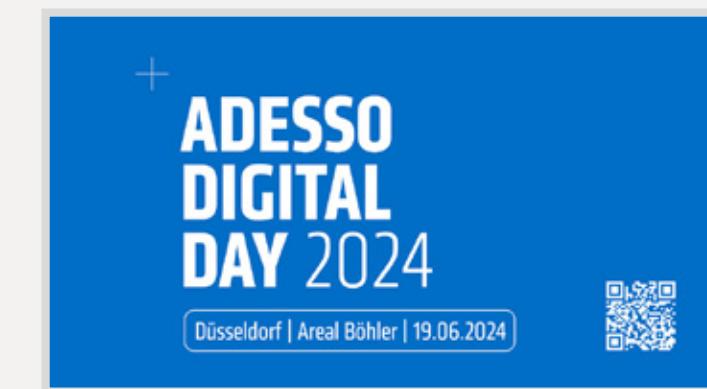
→ DIGITAL DAY 2024

Messen/Events

Keyvisual

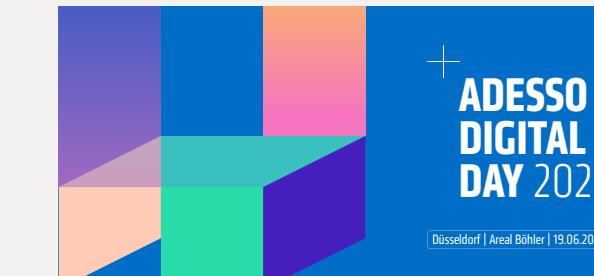
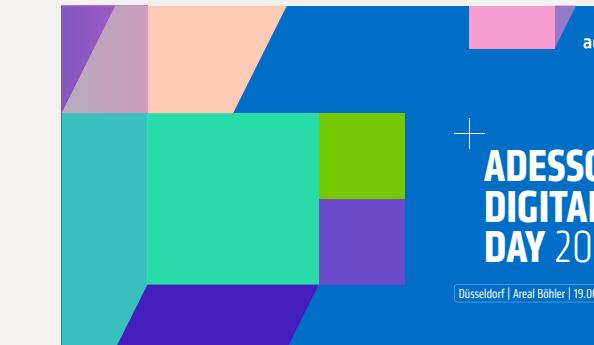


Save the date-Header

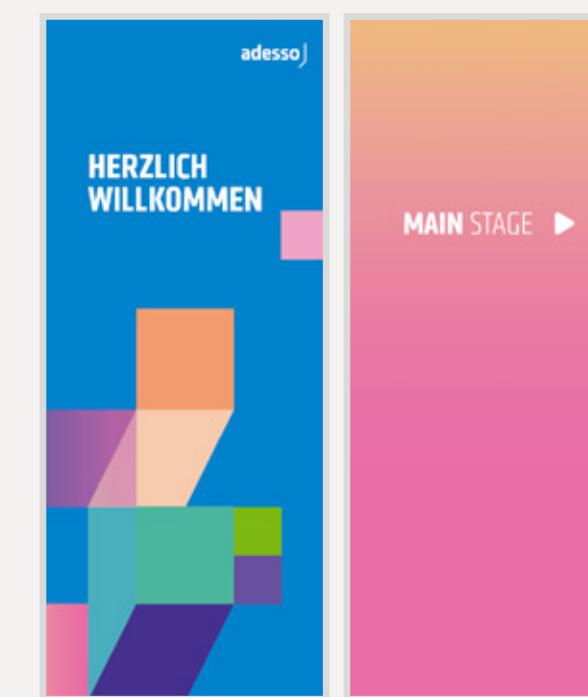


INX-Mail-Header

// Veranstaltung Digi Day 2024 *Ausgestaltung*



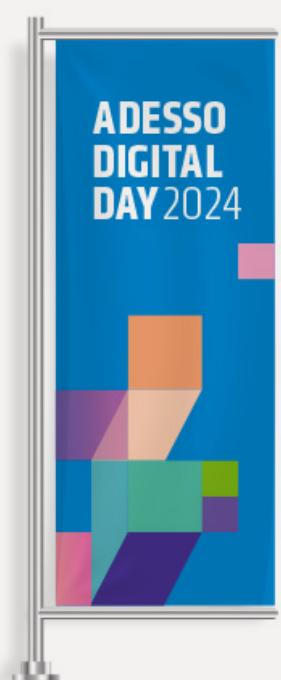
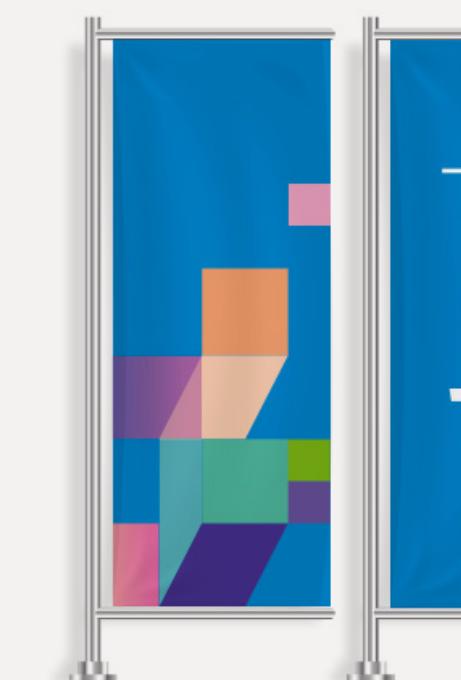
PIXLIP-Wände



Fahnen



Fahnen

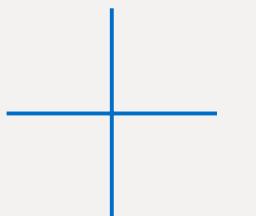






06 March 2025		07 March 2025	
12:30 p.m. - 1:30 p.m.	Meet & Eat	9:00 a.m. - 9:05 a.m.	Opening
1:30 p.m. - 2:00 p.m.	Opening	9:05 a.m. - 10:25 a.m.	Key Notes
2:15 p.m. - 3:00 p.m.	Track 1 Economic Understanding	10:25 a.m. - 10:55 a.m.	Coffee Break
3:15 p.m. - 4:00 p.m.	Track 2 Economic Understanding	10:55 a.m. - 12:25 p.m.	Key Notes
4:00 p.m. - 4:30 p.m.	Coffee Break	12:25 p.m. - 12:30 p.m.	Closing
4:30 p.m. - 5:15 p.m.	Track 3 Effective Communication	12:30 p.m. - 1:15 p.m.	Lunch
5:45 p.m. - 6:15 p.m.	Expert Panel	Attendance at two of the three tracks is compulsory.	
6:15 p.m. - 6:30 p.m.	Closing		
6:30 p.m. - 1:00 a.m.	Taste & Tunes		

 Gestaltungsbeispiele



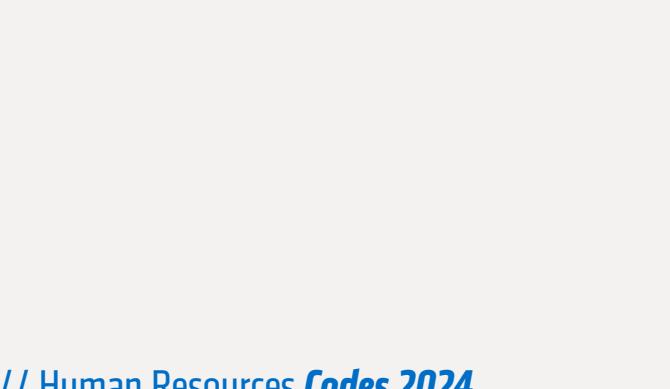
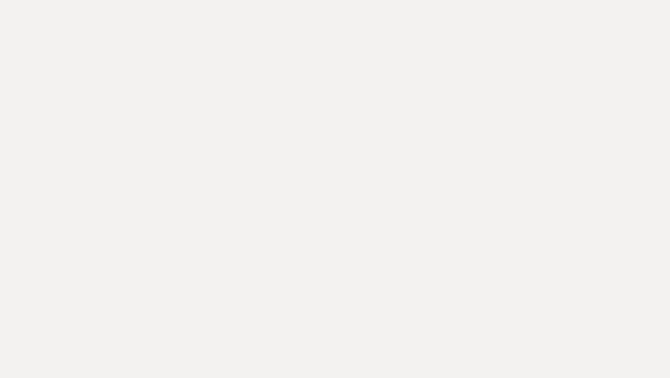
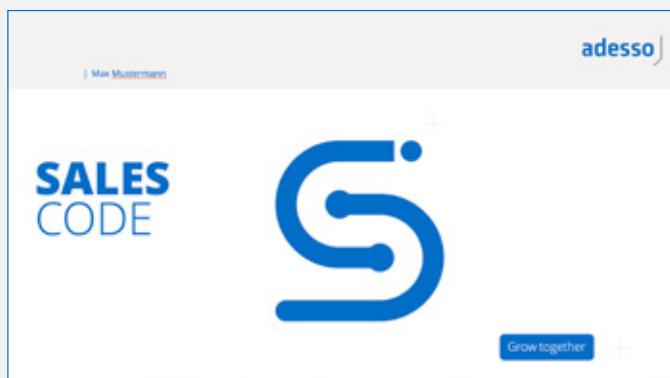
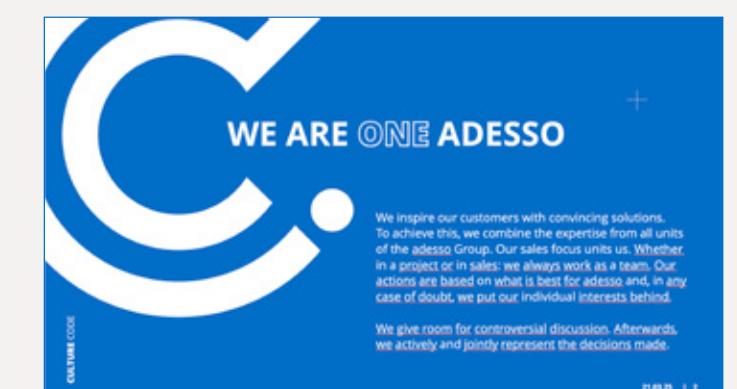
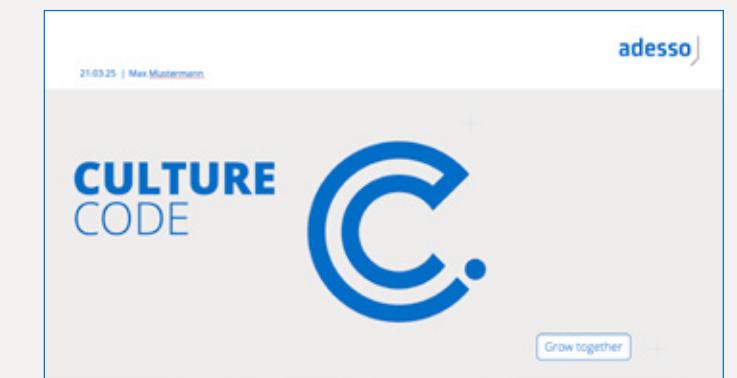
Charta & Codes

→ CHARTA 2024



adesso|

// Human Resources **adesso Charta**



// Human Resources **Codes 2024**

 Gestaltungsbeispiele



Broschüren / Magazine

→ Kulturbroschüre

Broschüren/Magazine



// Kulturbroschüre **Inhalt**



public@adesso

adesso

Schwerpunkt KI & Smart City

// Public Magazin Titel

ELEKTROMOBILITÄT in der Stadt

adesso-Forschungsprojekt in Zusammenarbeit mit der TU Dortmund und der FH Dortmund

Wer eine GmbH gründen möchte, kann sich heute den Notar 10 Minuten später online kontaktieren. 2022 besteht die Möglichkeit, bereits von überall aus zu gründen. Alles, was es dafür braucht, sind ein Laptop, ein Smartphone und ein aktuelles Ausweisdokument mit Lichtbild und eID-Funktion. Bei der Konzeption und Notarwicklung den sicheren notariellen Online-Verfahrens unterstützen adesso die Bundesnotarkammer.

Der 1. August 2022 markiert einen Meilenstein der Digitalisierung des Notariats: erstmals seit 100 Jahren wird nicht mehr am Tag in Deutschland eine GmbH online gegründet. Der Prozess wurde dabei in einer Videokonferenz aufgeführt, bei der sich der Notar in München mit dem Gründer aus dem Ausland über Gründungen begegnen digital möglich. Derzeit sind 100 neue Anwendungen im Handels-, Partnerschafts- und Gesellschaftsregister eingetragen worden.

Die neuen Online-Verfahren sind zugleich Option zum periodischen Termin beim Notar. Diese werden durch die Bundesnotarkammer (BNotK) die EU-Richtlinie zur Einführung eines Online-Verfahrens im Grundschaffrecht sowie das Gesetz zur Europäischen Identitätsmanagementrichtlinie (DEIDU) und das Gesetz zur Änderung der Regelung zur Unterstützung und zur Änderung weiterer Wirtschaften (DEIEG) um.

6

Wer eine GmbH gründen möchte, kann sich heute den Notar 10 Minuten später online kontaktieren. 2022 besteht die Möglichkeit, bereits von überall aus zu gründen. Alles, was es dafür braucht, sind ein Laptop, ein Smartphone und ein aktuelles Ausweisdokument mit Lichtbild und eID-Funktion. Bei der Konzeption und Notarwicklung den sicheren notariellen Online-Verfahrens unterstützen adesso die Bundesnotarkammer.

Die Bundesnotarkammer verfügt rund 7200 Notarkammern über ein geschultes Fachpersonal, das die technische Infrastruktur für die notariellen Tätigkeiten sicherstellt. Die Notarkammern sind die Träger des öffentlichen Rechtes. Ihre Mitglieder sind alle Notare des Landes. Sie sind die einzigen Personen, die Notarkammern gehören. In den Bezeichnungen „Notar“ und „Notarkammer“ ist die Zugehörigkeit zu den entsprechenden Notarkammern bestimmt.

Dr. Angela Cawill
Director of adesso research

Illustration: Midjourney
Prompt: illustrate a city of tomorrow in 8-bit pixel art style

14

SUCHEN, CHATTEN, SIGNIEREN

Die Vorgehensweise im System ist einfach. Sind alle Vorgehensweisen erlaubt, können Nutzerinnen und Nutzer ihrer Notar-Suche starten. Im Normalfall wird die Notar-Suche über die Notarkammer oder (Welt-)Staats des organisationalen Vertreters oder über die Notarkammer selbst durchgeführt. Darüber hinaus ist auch die individuelle Suche nach Notarien möglich. Ein Chatbot kann die Nutzerinnen und Nutzer über die Vorgehensweise informieren. Der Chat kann eine direkte Anfrage erfolgen und es werden über eine integrierte Videokonferenzverbindung durchgeführt. Alle wichtigen Dokumente stehen in einem Dokumentenpool bereit. Innerhalb des Dokumentenpools kann der Notar oder Nutzer direkt auf Dokumente klicken und abschließen die Nutzerinnen und Nutzer zur Unterzeichnung. Die Urkunde wird anschließend nach dem Abschluss der Dokumentenverarbeitung automatisch signiert und dann im elektronischen Urkundensystem der Bundesnotarkammer verwaltet.

SMARTE UND SICHERE LÖSUNG

Im Rahmen eines dreijährigen Softwareentwicklungsprojekts wird die Bundesnotarkammer eine Lösung, die aus einer Web-Anwendung und einer mobile App besteht, für die digitale Notariatsarbeit einführen. Über die Web-Anwendung können sich Nutzerinnen und Nutzer über einen QR-Code, der über die Vorgehensweise im System ist einfach. Sind alle Vorgehensweisen erlaubt, können Nutzerinnen und Nutzer ihrer Notar-Suche starten. Im Normalfall wird die Notar-Suche über die Notarkammer oder (Welt-)Staats des organisationalen Vertreters oder über die Notarkammer selbst durchgeführt. Darüber hinaus ist auch die individuelle Suche nach Notarien möglich. Ein Chatbot kann die Nutzerinnen und Nutzer über die Vorgehensweise informieren. Der Chat kann eine direkte Anfrage erfolgen und es werden über eine integrierte Videokonferenzverbindung durchgeführt. Alle wichtige Dokumente stehen in einem Dokumentenpool bereit. Innerhalb des Dokumentenpools kann der Notar oder Nutzer direkt auf Dokumente klicken und abschließen die Nutzerinnen und Nutzer zur Unterzeichnung. Die Urkunde wird anschließend nach dem Abschluss der Dokumentenverarbeitung automatisch signiert und dann im elektronischen Urkundensystem der Bundesnotarkammer verwaltet.

WEITERE MEILENSTEINE

Nach dem erfolgreichen Start wurde das notarielle Online-Verfahren mit Unterstützung von adesso hochgradig optimiert. Es wurde der Prozess optimiert und auch Sachgründungen einer GmbH, eine insgesamt sehr komplexe Prozessschaltung, wurde ermöglicht (einschließlich Kapitalzuflüssen) und Anmerkungen zum Weisungsgebot online möglich.

15

Illustration: Midjourney
Prompt: Illustration of old woman wearing VR goggles, loose clothes, side profile, looking away, high angle, white background, no blur

ONLINE ZUM Notar

Wie die Bundesnotarkammer und adesso die GmbH-Gründung digitalisierten

Von: Robby Reinicke
Letting Produktentwicklung

Illustration: Midjourney
Prompt: hands holding iphone, isometric, 3d design, pixel style

12

TREND-Technologien

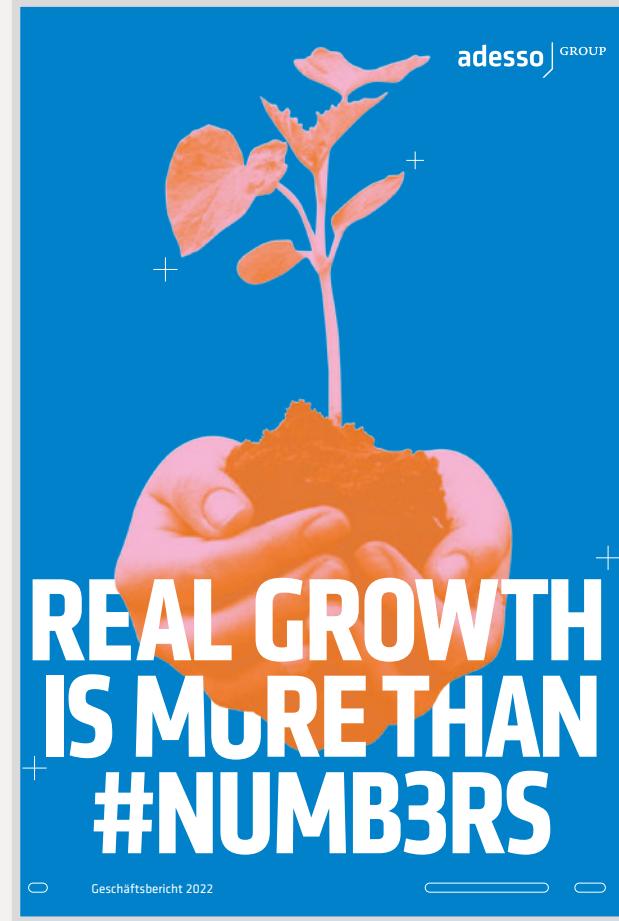
Potentielle Benefits im Jahr 2023

Von: Seda Akyel
Associate Consultant Public

Illustration: Midjourney
Prompt: Illustration of old woman wearing VR goggles, loose clothes, side profile, looking away, high angle, white background, no blur

51





// Geschäftsbericht 2022 Titel



// Geschäftsbericht 2022 Inhalt



// Geschäftsbericht 2022 Inhalt



// Geschäftsbericht 2022 Inhalt



// Geschäftsbericht 2022 Inhalt

→ Geschäftsbericht 2023

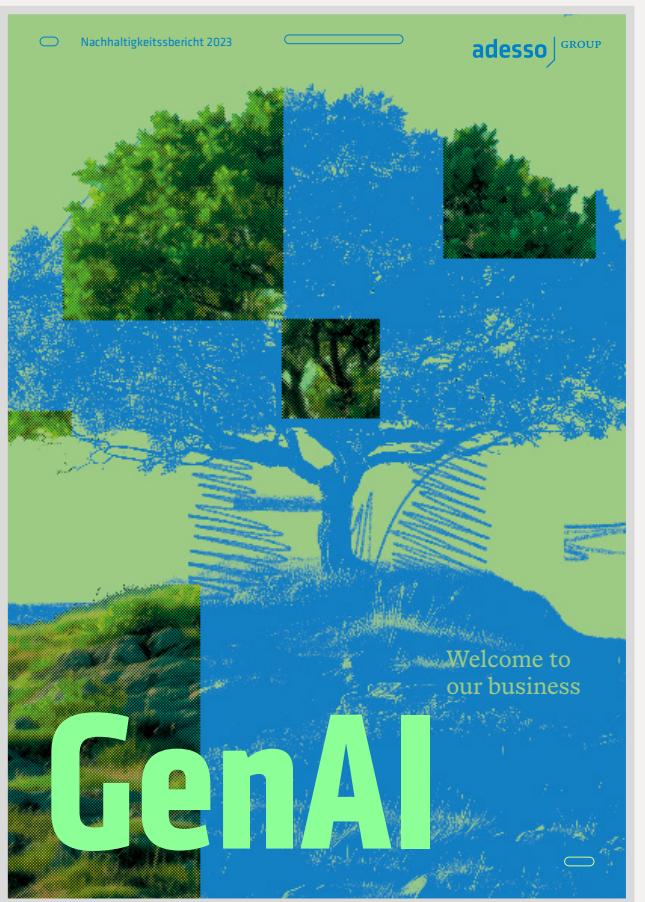
Broschüren/Magazine



// Geschäftsbericht 2023 Titel



// Einzelabschluss 2023 Titel



// Nachhaltigkeitsbericht 2023 ***Titel***

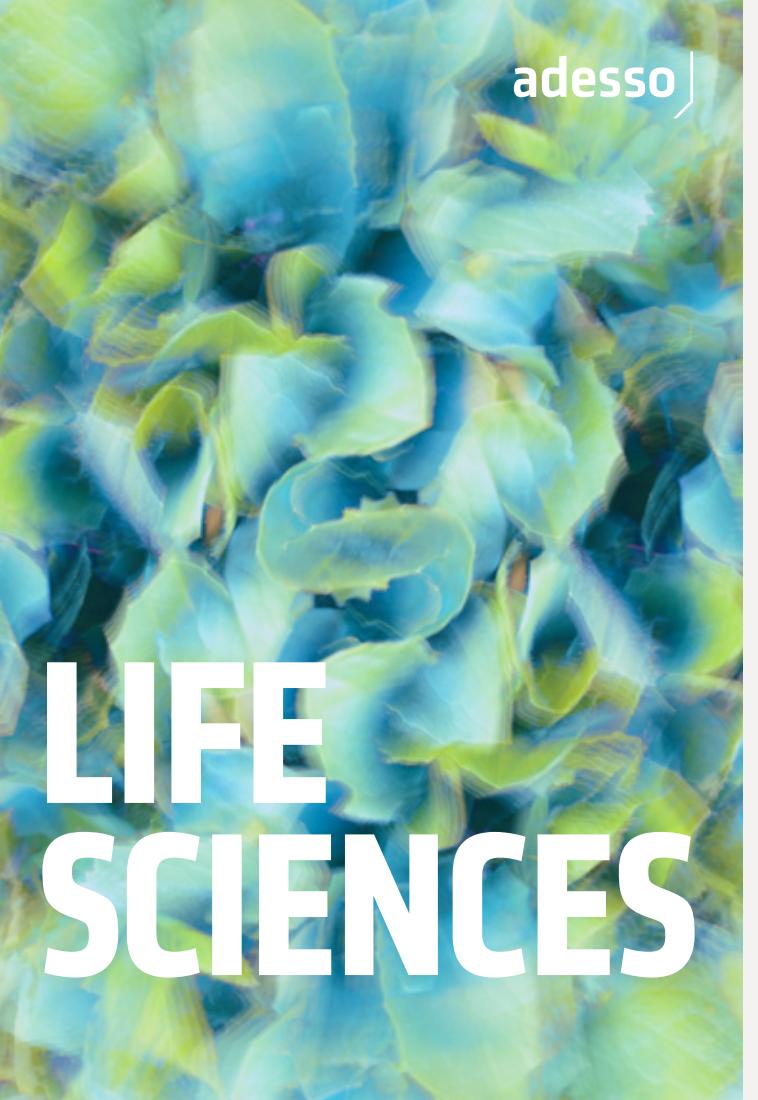


// Geschäftsbericht 2023 **Inhalt**



// Geschäftsbericht 2023 **Inhalt**

→ Broschüren Life Sciences



// Life Sciences Broschüre Titel



PORTFOLIO OVERVIEW

OUR SERVICES TO STRENGTHEN YOUR ENABLING FUNCTIONS

IT	Procurement	Admin
- IT Management - Enterprise Resource Management (ERAM) - SAP S/4 HANA Transformation Services	- Contract Management - Sourcing & Pay	- Facility Management - Health / Safety - Environment Training

Finance	HR
- Order Management - Billing Collection - Financial Modeling - Budgeting	- SAP SuccessFactors - Recruitment - Social Licensing - Learning Analytics - Performance Analytics

Quality	Process & Projects
- Continuous Quality Management & Framework - Quality Assurance - Cloud Adoption - Data & Analytics - DevOps Methodologies - Low Code - Mobile Solutions - Support & Maintenance	- Project & Program Management - Organizational Change Management - Agile Methods

ADDESSO LIFE SCIENCES | 10

PORTFOLIO | MOBILE APPLICATIONS

MOBILE APPLICATIONS
We develop mobile solutions that support and inspire

Each of us feels the impact of mobile technology in our daily lives. From our personal devices to our professional space, it's simultaneously redefining our personal landscapes, touching every facet of the value chain.

In R&D, mobile tools facilitate real-time laboratory data collection, reducing human error and accelerating innovation. In clinical trials, mobile technologies enable researchers to report outcomes directly through dedicated apps, streamlining data collection. For patients, mobile-enabled sensors and devices enhance real-time monitoring, providing faster feedback and enabling faster rebounding and real-time guidance. Mobile platforms offer remote patient monitoring, digital assistants for routine outreach, and mobile platforms offer comprehensive training, creating a dynamic bridge in patient care and post-market surveillance. Digital therapeutic solutions provide personalized treatments and follow-up, offering more personalized care.

Our team carefully evaluates the potential of emerging technologies for you and creates solutions for your mobile needs that benefit from artificial intelligence, advanced sensors and AR technology.

ADDESSO LIFE SCIENCES | 10

PORTFOLIO | MOBILE APPLICATIONS

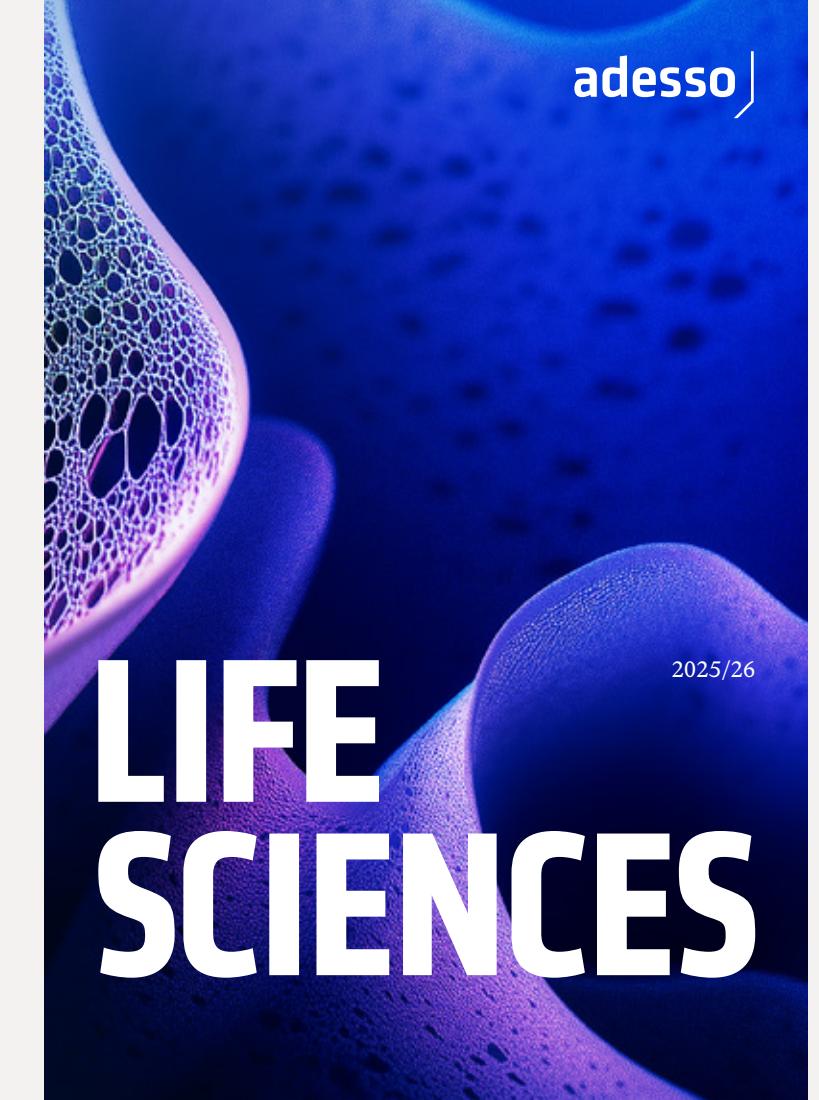
SAFETY TRAINING ON THE SHOP FLOOR USING VIRTUAL REALITY

Roland Bleisch
Head of Safety Solutions
Business Line Life Sciences, adesso SE

The other option is virtual reality, which is becoming more popular. With a strong focus on safety, the last few years, many companies have started to regularly provide employees with virtual and augmented reality training modules. However, this approach is not yet very scalable, and it is often very expensive, time-consuming and costly. In addition, the time and expense required to develop such training modules can be prohibitive, especially if the company's sustainability objectives, for example, require the company to develop a virtual safety system. This can be a significant challenge, as it requires considerable resources and time to create a virtual environment that mirrors the existing production environment, such as falling tools or inadequate securing, as well as complex work processes.

ADDESSO LIFE SCIENCES | 10

// Life Sciences Broschüre Titel



14

FIRST THINGS FIRST: BUSINESS CAPABILITY MAPPING

PEOPLE
- Who does what to whom?

MATERIALS
- What goes into the process, and what is the outcome / results?

DATA
- Which data will be used, needed or are being created?

CONCEPTS
- Which concepts are being pursued by business processes?

BUDGET
- Which costs are identified? How much value is being created?

An ERP transformation, whether it is a major update to a complex system replacement, always starts with a business analysis phase. This recognises how a business operates, what its strengths and weaknesses are, and what strategic goals, ensuring measurable value and return on investment, are defined. This is the defined project scope for such an ERP transformation.

It is an important foundation, without which it is difficult to define the right system and its likely to be defined.

In the following paragraphs we will give a short overview of the first step of an ERP transformation approach as ERP consultants. It is a common understanding that the key performance indicators of an ERP system are the core processes of the business. These processes are the backbone of a complex system, which are used to manage the core business for the overall organization.

In practice, we often observe that many projects start with a lack of clear understanding of the system's role in the following workshops, where each of the functional departments involved in the transformation will be discussed to deal with their specific requirements. This is a common mistake, which can lead to unnecessary delays and costs.

To begin with, it is recommended to define what is a system of record, which covers individual departments and their specific requirements. In order to each acquire-to-dispose, source-to-pay, and source-to-deliver, it is important to have a clear view of the departmental requirements and how they can be integrated into a single system.

As we regularly guide companies through ERP transformations, we have learned that a good understanding of the key performance indicators of an ERP system is essential to successfully implement the system. This is why we often start with a business analysis phase.

In practice, we often observe that many projects start with a lack of clear understanding of the system's role in the following workshops, where each of the functional departments involved in the transformation will be discussed to deal with their specific requirements. This is a common mistake, which can lead to unnecessary delays and costs.

To begin with, it is recommended to define what is a system of record, which covers individual departments and their specific requirements. In order to each acquire-to-dispose, source-to-pay, and source-to-deliver, it is important to have a clear view of the departmental requirements and how they can be integrated into a single system.

It is only at this point, that we may begin to evaluate the different options available for the ERP system. Which ERP system is best suited to the organization's needs, and how can it be implemented effectively?

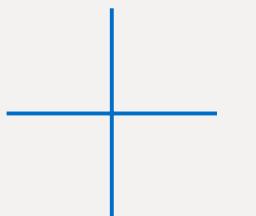
Against the background of the technology decisions, we will then create a requirements document, which describes the functional requirements of the solution. To be more specific, this document does not only describe the functional requirements and process models, as well as interfaces and, on a technical level, the system architecture. In addition, with organizational goals, we ensure that the ERP system is aligned with the organization's long-term success. The requirements document also describes whether special requirements

ADDESSO LIFE SCIENCES | 16

Second ERP Handbook | 17



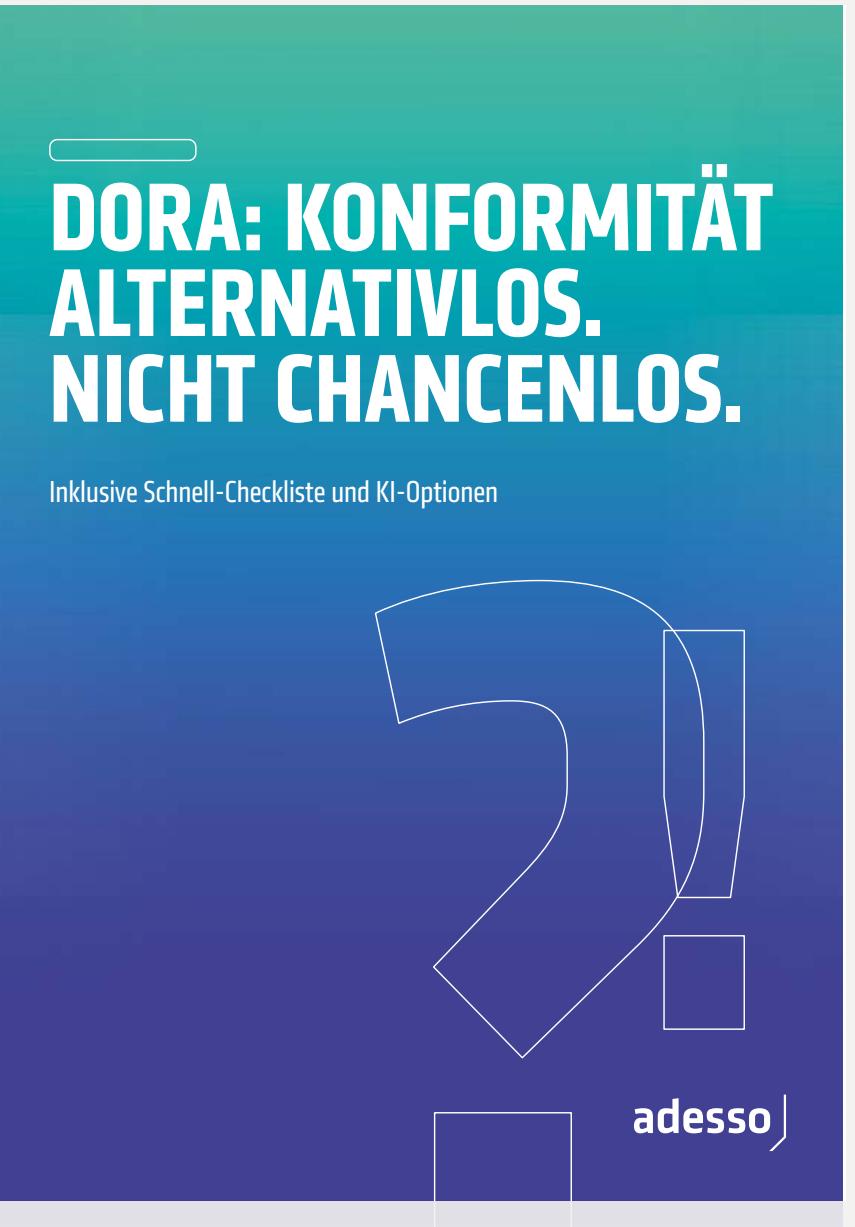
 Gestaltungsbeispiele



Whitepaper / Service Sheets

→ Whitepaper

Whitepaper / Service Sheets



→ Service Sheets

Whitepaper / Service Sheets

adesso

IST DAS GUTE SOFTWARE ODER KANN DAS WEG?

JETZT ABWRACKPRÄMIE FÜR
ALT-ANWENDUNGEN SICHERN!

**JETZT BIS ZU
20%
RABATT SICHERN***

In einer sich schnell verändernden Geschäftswelt ist moderne Software der Schlüssel zur nachhaltigen Wettbewerbsfähigkeit. Veraltete Systeme kosten Zeit und Potenzial. Unternehmen, die frühzeitig auf innovative Technologien setzen, sind besser aufgestellt, um langfristig zu wachsen und Markchancen zu nutzen.

Der Umgang auf individualentwickelte, maßgeschneiderte, zukunftsfähige Branchensoftware bringt entscheidende Vorteile für Ihr Unternehmen:

- Effizienz durch moderne Technologie:** Verabschieden Sie sich von veralteten Systemen und setzen Sie auf maßgeschneiderte Software, die Arbeitsabläufe automatisiert, redundante Aufgaben eliminiert und Ressourcen optimiert.
- Kostenersparnis durch Prozessoptimierung:** Eine zentrale Softwareplattform reduziert Wartungskosten, minimiert Fehler. Es bedeutet weniger Fragmentierung und mehr Transparenz in Ihren Prozessen.
- Mehr Flexibilität und Anpassbarkeit:** Alte Systeme sind oft unflexibel und schwer an neue Anforderungen anzupassen. Mit einer modernen Softwarelösung bleiben Sie agil und können schnell auf Marktveränderungen reagieren.
- Knowhowverlust entgegen wirken:** In den Jahren gekommen individuell entwickelte Software stützt sich häufig auf wenige Experten mit exotischem Knowhow, die hoffentlich nie das Unternehmen verlassen. Setzen Sie auf die Zukunft mit einer modernen neuen Lösung.
- Datenbasierte Entscheidungen durch smarte Analytics:** Nutzen Sie fortschrittliche Analysetools und Künstliche Intelligenz, um wertvolle Einblicke aus Ihren Daten zu gewinnen. Treffen Sie fundierte Entscheidungen und steigern Sie die Innovationskraft Ihres Unternehmens.
- Zukunftssicherheit durch Cloud und Compliance:** Wechseln Sie zu einer sicheren, DSGVO-konformen Software in der Cloud – flexibel, skalierbar und standortunabhängig.

Jetzt handeln und mit moderner nachhaltiger Software in die Zukunft!

Sie wollen erfahren, wie wir Sie in diesem Kontext unterstützen können? Sprechen Sie mich an:
Benjamin Kessler – Senior Account Manager | T +49 231 7000-7000 | E benjamin.kessler@adesso.de

*Voraussetzung abhängig vom Umfang und der Komplexität der abzulösenden Software und der Übertragung der IP (Intellectual Property)

adesso SE
Adessoplatz 1
44269 Dortmund
Deutschland
T +49 231 7000-7000
F +49 231 7000-1000
info@adesso.de
www.adesso.de

Service Sheet > 2seitig

adesso

HEADLINE: BIS ZU 40 ZEICHEN DÜRFEN ES SEIN

►►► DIE SUBLINE Darf BIS ZU 75 ZEICHEN HABEN UND
AUCH ÜBER ZWEI ZEILEN LAUFEN

Diese Initiative ist optimiert, um nicht über die möglichen. Er soll alle Leserinnen und Leser und das Thema optimiert und es kurz zusammenfassen, was im besten Fall dafür sorgen, dass das Interesse am Weiterlesen geweckt wird.

Der Flyer für die Vorderseite oder ein einzelnes Serviceblatt sollte inklusive Titel eine Textlänge zwischen 1.000 und 2.000 Zeichen und 25 Zeilen haben. **Als Mindestmaßnahmen für die Headline gilt:** Die Headline darf nicht länger als 40 Zeichen haben. Apic te vellest dolomiv ut volendemque quantur, sit, conseiq dolupatia solomqu apic apicote vellabor sandae labor alqua ea nos dolores dolupta et volent earchi magis omnihi et apic te vellest dolomiv ut volendemque quantur.

ZWISCHENBLATTSEITEN: MIT EINER LÄNGE VON BIS ZU 75 ZEICHEN

Das Headline ist optimiert, um nicht über die möglichen. Er soll alle Leserinnen und Leser und das Thema optimiert und es kurz zusammenfassen, was im besten Fall dafür sorgen, dass das Interesse am Weiterlesen geweckt wird.

Die Headline ist optimiert, um nicht über die möglichen. Er soll alle Leserinnen und Leser und das Thema optimiert und es kurz zusammenfassen, was im besten Fall dafür sorgen, dass das Interesse am Weiterlesen geweckt wird.

►►►

adesso

NE02CF

►►► PLANEN SIE IHREN UMZUG VON DER NEO ZUR MULTI-CLOUD FOUNDATION FÜR SAP BTP

Eigentlich haben Sie bereits die Voraussetzung der Cloud geschaffen – die Flexibilität, Stabilität und Effizienz, die Ihr Unternehmen bietet. Hier kommt eine aufregende Entwicklung: Die Migration Ihres Neo-Umfelds in die Cloud Foundry-Umgebung innerhalb der SAP BTP.

HEAUSFORDRUNGEN: Die Migration Ihres bestehenden Neo-Umfelds in die Cloud Foundry-Umgebung innerhalb der SAP Business Technology Platform (BTP) ist zweifellos eine schwierige Entwicklungs- und Umsetzungsaufgabe. Doch wenn Sie sich mit diesen Herausforderungen mit sich. Eine der größten Herausforderungen besteht darin, die Komplexität und den Umfang Ihrer aktuellen Systeme und Anwendungen zu verstehen und zu verstehen, welche Anpassungen erforderlich sind, um sie in die Cloud Foundry-Umgebung zu integrieren. Identifizierung der abgekündigten Services in der Neo-Umgebung und deren Nachfolger in der Cloud Foundry, die Neuarchitektur von Anwendungen und die Sicherstellung der Datensicherheit während des Migrationsprozesses.

VORTEILE: Diese Migration bringt zahlreiche Vorteile mit sich. Durch die Umstellung auf die Cloud Foundry-Umgebung erhalten Sie Zugang zu einem breiteren Spektrum an Cloud-Diensten und -Funktionen, die Ihnen Innovationsmöglichkeiten eröffnen. Sie profitieren von einer verbesserten Skalierbarkeit, Agilität und Zuverlässigkeit Ihrer Anwendungen und Dienste. Darüber hinaus ermöglicht die Cloud Foundry-Umgebung eine vereinfachte Bereitstellung von Anwendungen und eine effiziente Nutzung von Ressourcen, was zu Kostenersparnissen führt. Letztendlich ermöglicht dieser Schritt Unternehmen, ihre IT-Infrastruktur zu modernisieren, Ihre Innovationsfähigkeit zu stärken und sich für zukünftiges Wachstum und Erfolg zu positionieren.

►►►

adesso

INTEGRATIONS-DESIGN – DESIGN-RICHTLINIEN

►►► ENTDECKEN SIE UNGENUTZEN POTENZIALE

Das Azure Infrastructure Review zielt darauf ab, die bestehende Azure-Infrastruktur eines Unternehmens zu analysieren und zu optimieren. Dabei werden wesentliche Pain Points und Issues identifiziert, um daraus konkrete Handlungsempfehlungen aufzuzeigen.

►►► ENTWICKLUNG VON EFFIKTIVEN UND ZUVERLÄSSIGEN INTEGRATIONSLÖSUNGEN

Das Design von Integrationsplänen spielt eine entscheidende Rolle bei der Implementierung von SAP-Cloud-Integration. Diese Richtlinien bilden bewährte Praktiken und wichtige Aspekte für ein effektives Integrationsdesign, das den Anforderungen moderner Geschäftsprozesse gerecht wird.

HEAUSPROBLEME: Eine Integration (Schnittstelle) ist unternehmensübergreifend, wenn es so gestaltet ist, dass die geschäftlichen Prozesse eines Unternehmens optimal unterstützt. Eine schlecht konzipierte Integration kann zu Fehlern führen. Im schlimmsten Fall bricht die Integration komplett ab, was zu erheblichen Verlusten führt.

Die Erstellung dieser Designrichtlinien ermöglicht es Unternehmen, effektive und zuverlässige Integrationslösungen zu entwickeln, die den Anforderungen moderner Geschäftsprozesse gerecht werden. Durch die Berücksichtigung von Modularität, Wiederverwendbarkeit, Performance-Optimierung und Sicherheit können Organisationen eine robuste Integrationsinfrastruktur aufbauen, die ihre Geschäftsziele unterstützt und zukunftsfähig ist.

BUCH: Die Beschreibungen können folgende Inhalte umfassen:

- Klare Geschäftsprozessabgrenzung
- Nutzen der „Prepackaged Integration Content“ (Standardschnittstellen)
- Modularisierung und Wiederverwendbarkeit
- Hochverfügbarkeit
- Datenmodellierung und Mapping
- Fehlerbehandlung und Wiederherstellung
- Konnektivität und Protokoll
- Performance (Optimierung)
- Testbarkeit und Wartbarkeit
- Sicherheit und Compliance

►►►

adesso

OPTIMIEREN SIE IHRE CLOUD UMGEBUNG

►►► ENTDECKEN SIE UNGENUTZEN POTENZIALE

Zu den häufigsten Problemen gehören aus unserer Erfahrung historisch gewachsene Infrastrukturen, die Nichteinhaltung von Microsoft Best Practices sowie das Fehlen von Kompatibilität mit modernen Cloud-Technologien. Das Azure Infrastructure Review soll das Bewusstsein für die aktuelle Situation der Cloud-Infrastruktur schaffen, insbesondere im Hinblick auf Sicherheit. Wir zeigen Ihnen einen Weg auf wie Sie Ihre Azure Infrastruktur optimieren können, ohne Kosten zu generieren, sondern auch zukünftiger aufzustellen abgestimmt auf die Größe Ihres Unternehmens.

BEREICHE, DIE ANALYSEN NEEDEN:

- CAP: Resource Organisation, Networks, Management/Monitoring, Identity & Access (Azure Active Directory, Azure AD Connect, Azure AD Premium)
- DevOps: DevOps Organisation, Cloud Prozesse, Identity & Access Management: MFA, Conditional Access, PIM und JIT
- Werte: Security, Compliance, Reliability, Operational Excellence, Performance
- Azure Advisor and Secure Score

►►►

adesso

INTEGRATIONS-DESIGN – DESIGN-RICHTLINIEN

►►► ENTWICKLUNG VON EFFIKTIVEN UND ZUVERLÄSSIGEN INTEGRATIONSLÖSUNGEN

Das Design von Integrationsplänen spielt eine entscheidende Rolle bei der Implementierung von SAP-Cloud-Integration. Diese Richtlinien bilden bewährte Praktiken und wichtige Aspekte für ein effektives Integrationsdesign, das den Anforderungen moderner Geschäftsprozesse gerecht wird.

HEAUSPROBLEME: Eine Integration (Schnittstelle) ist unternehmensübergreifend, wenn es so gestaltet ist, dass die geschäftlichen Prozesse eines Unternehmens optimal unterstützt. Eine schlecht konzipierte Integration kann zu Fehlern führen. Im schlimmsten Fall bricht die Integration komplett ab, was zu erheblichen Verlusten führt.

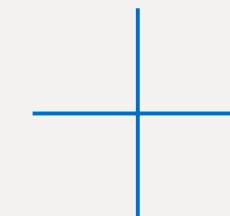
Die Erstellung dieser Designrichtlinien ermöglicht es Unternehmen, effektive und zuverlässige Integrationslösungen zu entwickeln, die den Anforderungen moderner Geschäftsprozesse gerecht werden. Durch die Berücksichtigung von Modularität, Wiederverwendbarkeit, Performance-Optimierung und Sicherheit können Organisationen eine robuste Integrationsinfrastruktur aufbauen, die ihre Geschäftsziele unterstützt und zukunftsfähig ist.

BUCH: Die Beschreibungen können folgende Inhalte umfassen:

- Klare Geschäftsprozessabgrenzung
- Nutzen der „Prepackaged Integration Content“ (Standardschnittstellen)
- Modularisierung und Wiederverwendbarkeit
- Hochverfügbarkeit
- Datenmodellierung und Mapping
- Fehlerbehandlung und Wiederherstellung
- Konnektivität und Protokoll
- Performance (Optimierung)
- Testbarkeit und Wartbarkeit
- Sicherheit und Compliance

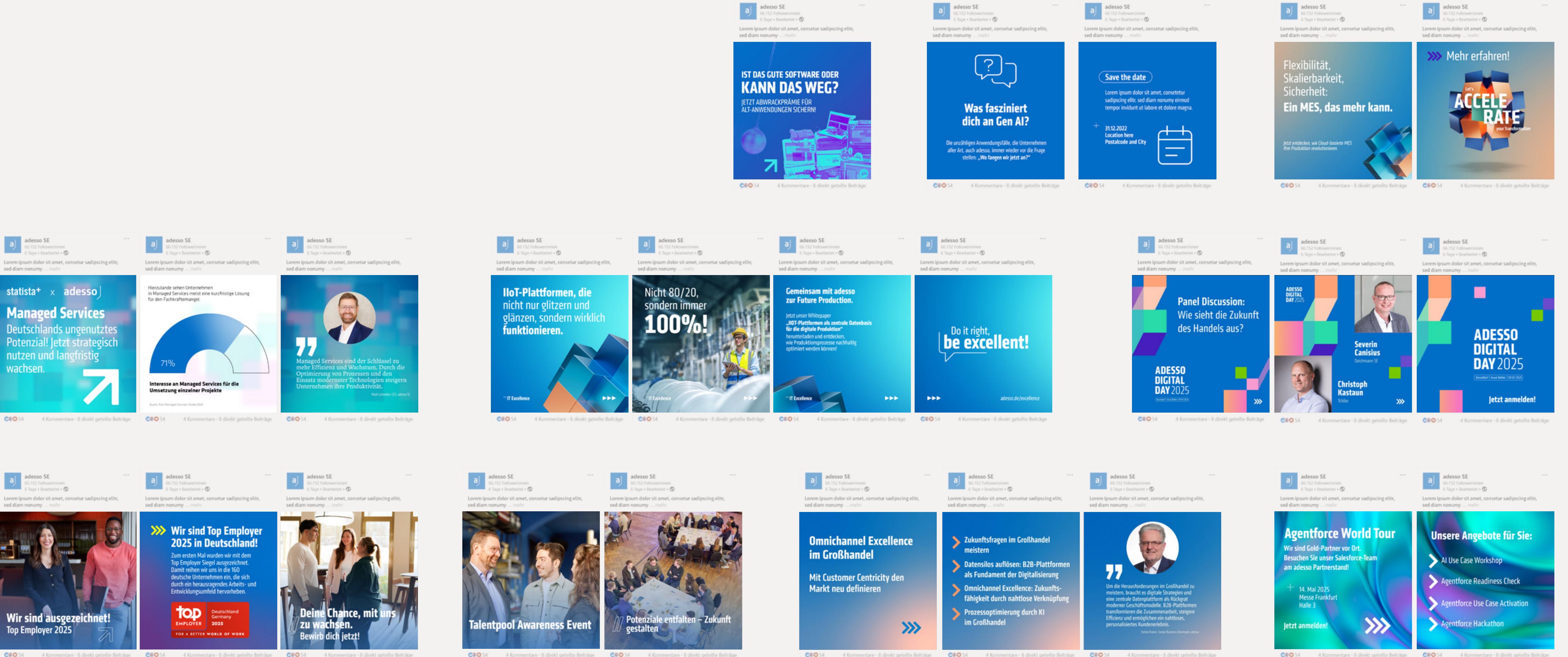
►►►

○ Gestaltungsbeispiele



Social Media / Newsletter / Mail-Banner

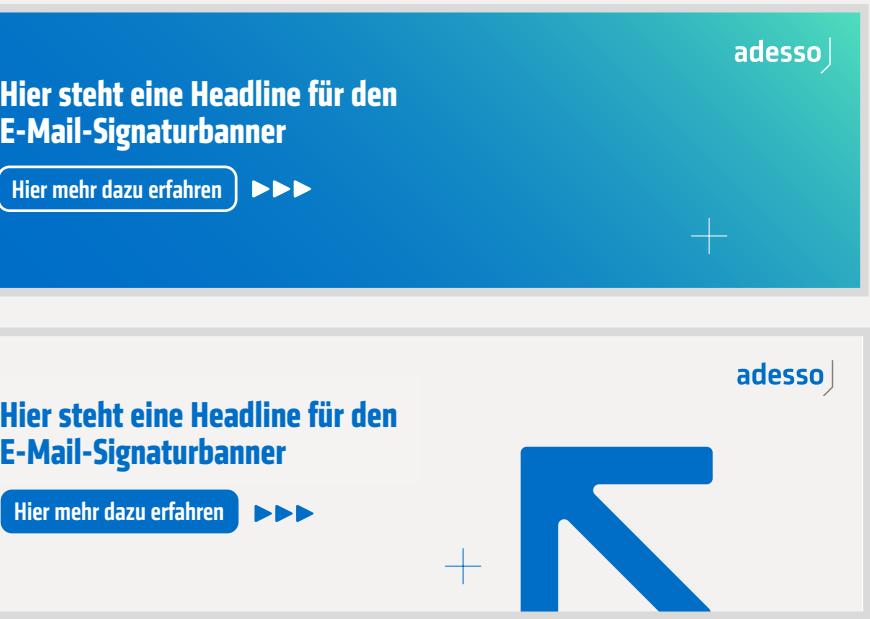
→ Social Media



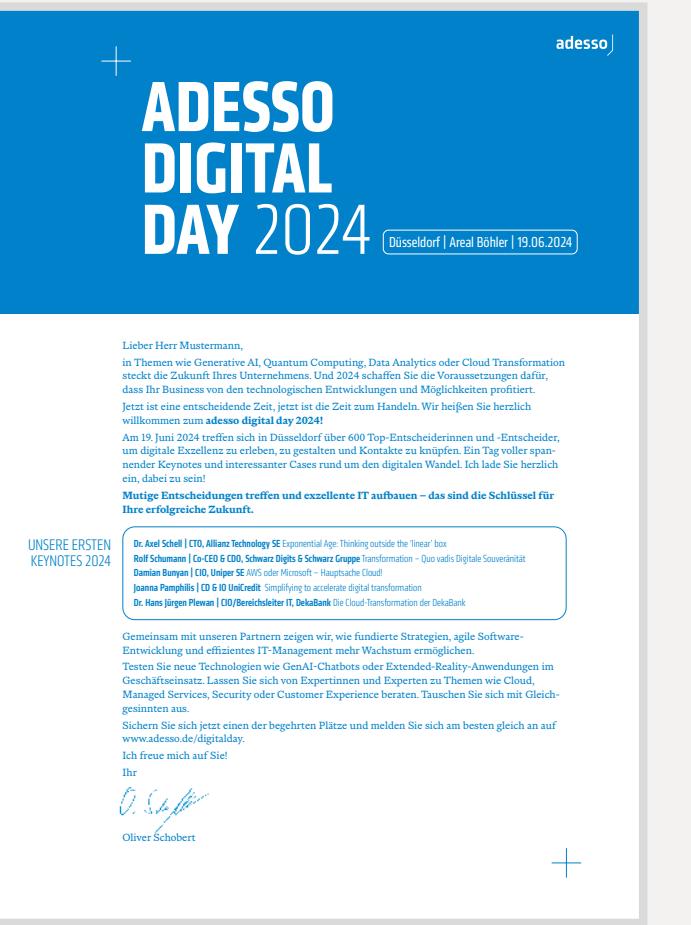
→ Newsletter-/Mail-Header | Banner



// Einladung digital



// Vorlage Mail-Signatur



// Digital Day Anschreiben



// Einladung digital

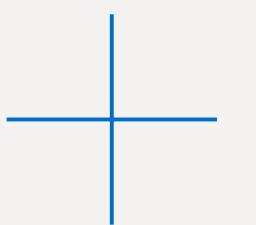


// Kundenevent INX-Mail-Header



// Kundenevent INX-Mail-Header

○ Gestaltungsbeispiele



Merchandise

Merchandise



Werbemittel sind ein wichtiger Bestandteil der Markenkommunikation und stärken die visuelle Identität des Unternehmens. Sie müssen im Einklang mit unserem Corporate Design stehen, indem sie Farben, Typografie und Logo konsistent und gezielt einsetzen. So wird eine einheitliche Markenpräsentation gewährleistet.

Bedruckte Werbemittel mit adesso-Branding können unter merchandise@adesso.de angefragt und bestellt werden.

Individuelle Werbemittel, die nicht im offiziellen Portfolio aufgeführt sind, können ebenfalls über merchandise@adesso.de angefragt werden.

Werbemittel für Messen oder Veranstaltungen können über events@adesso.de angefragt und umgesetzt werden.

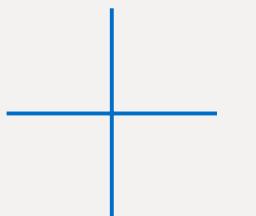
Die Gestaltung dieser Werbemittel folgt ausnahmslos dem adesso-Corporate Design.

Alle Gestaltungswünsche müssen zunächst mit Brand Management & Marketing Services abgestimmt werden.

In jedem Fall ist zunächst Kontakt mit merchandise@adesso.de aufzunehmen.



 Gestaltungsbeispiele



Geschäftsausstattung

Briefbögen & Visitenkarten



Briefbögen

Die Wort-Bild-Marke, die Fensterzeile und die Absenderinformationen sowie Falz- und Lochmarken sind vorgedruckt. Alle anderen Informationen wie Aktenzeichenfeld und Korrespondenztext werden mittels der an den Standorten verwendeten Word-Masken eingedruckt.

Die digitalen Briefvorlagen stehen in Celum zum Download zur Verfügung.

adesso SE / Adessoplatz 1 / 44269 Dortmund
Adressenplatz 1
44269 Dortmund
Telefon +49 231 7000-1000
Telefax +49 231 7000-1000
Info@adesso.de
www.adesso.de

<ggf. Einschreiben / Recommandé>
<Firma>
<Anrede, ggf. Berufs- / Amtsbez.>
<ggf. Akademische Grade>
<Straße und Nr. / Postfach>
<PLZ und Ort>
<Land>

2025-03-24

<Betreff>

<Anrede>

dieses ist die adesso-Briefvorlage, die in Verbindung mit Ihrem adesso-Briefpapier verwendet wird. Die Schriftart ist Arial 11pt.

Alle Formattvorlagen wurden sprechend benannt, so dass sie schnell in der Formatierungübersicht gefunden werden können.
Bitte beachten, dass für Auflistungen ausschließlich das Format „Auflistung“ verwendet werden sollte.
Absätze ohne Abstand erhält man, indem die Umschalttaste zusammen mit der Zeilentaste gedrückt wird.

Die Zustellvermerke im Anschriftenfeld sollten bei Nicht-Bedarf gelöscht werden. Das Datum wird automatisch eingesetzt. Das Kürzel kann bei Bedarf eingesetzt werden.

Mit freundlichen Grüßen

adesso SE

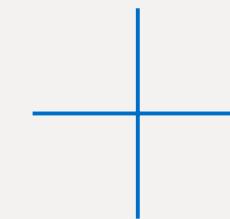
Vorname und Name
ggf. Absender-Funktion

Anlage oder Anlagen
Bezeichnung erste Anlage
Bezeichnung zweite Anlage

Verstand
Mark Lohweber (Vors.)
Benedikt Bennmann
Kristina Genewitz
Michael Knopp
Andreas Preinisch
Aufsichtsratsvorsitzender
Prof. Dr. Volker Gruhn
Amtsgericht Dortmund
HRB 20663
Landesbank Baden-Württemberg
IBAN: DE08 6005 0100 0001 2264 84
BIC: SOLADES000
Deutsche Bank Dortmund
IBAN: DE19 4407 0500 0109 1834 00
BIC: DEUTDEDE440
Ust.-IdNr. DE 208 318 527

Vorname Zweitname Nachname
Hier steht der Jobtitel
Hier steht die Business Line/Abteilung
Mobil: +49 000 000000
vorname-zweitname.nachname@adesso.de
adesso SE
Straße und Hausnummer | Postleitzahl und Stadt | DE
www.adesso.de

○ Gestaltungsbeispiele



PPT Master / Company Presentation

PowerPoint-Master & Library



In Celum kann die aktuellste Version des PPT-Masters heruntergeladen werden. Die Vorlagen stehen im Format 16:9, in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung. Die Unternehmenspräsentation entspricht vollständig dem adesso-Corporate Design.

Das adesso-Corporate Design ist bei der Erstellung von Präsentationen stets beizubehalten. So ist zum Beispiel bei der Verwendung von Bildmaterial zunächst auf Bildmaterial aus Celum zurückzugreifen. Um eine Verwässerung der Markenidentität zu vermeiden, ist darauf zu achten, dass sich externes Bildmaterial dem adesso-Corporate Design unterordnet.

Dies gilt insbesondere auch für die Darstellung von Illustrationen und Piktogrammen. Sofern möglich, kann auch hier zunächst auf entsprechende Vorlagen in Celum zurückgegriffen werden.

Weiterhin ist es untersagt, den PowerPoint-Folienmaster zu verändern. Eingriffe in den Folienmaster oder dessen unsachgemäße Handhabung haben zur Folge, dass zum Beispiel beim Zusammenführen verschiedener Präsentationen aus unterschiedlichen Quellen großer manueller Aufwand erzeugt wird bzw. die Templates „zerschossen“ werden.

> dam.adesso-group.com

The collage consists of six blue-themed PowerPoint slides arranged in a grid-like pattern:

- Top Left:** A slide titled "adesso" with a green-to-blue gradient background. It contains a large white arrow pointing right and some small text at the bottom.
- Top Middle:** A slide titled "Fira Sans Condensed Bold" with a white background. It contains text about font usage and a list of bullet points: "• Befehlpunkt", "• Befehlspunkt", "• Befehlspunkt", "• Befehlspunkt", and "• Befehlspunkt".
- Top Right:** A slide titled "Copy / Image - blank" with a white background.
- Middle Left:** A slide titled "Copy 1-spaltig + Headline 1-zeilig" with a blue background. It contains the text "A bold statement with a gradient" in white.
- Middle Middle:** A slide titled "Copy 1-spaltig + Headline 1-zeilig" with a blue background. It contains the text "A bold statement with a gradient" in white.
- Middle Right:** A slide titled "Copy 1-spaltig + Headline 1-zeilig" with a blue background. It contains the text "A bold statement with a gradient" in white.



KONTAKT

Für weitere Informationen zum Corporate Design steht das Design Team im Bereich Group Marketing unter design@adesso.de zur Verfügung.

adesso J

adesso SE
Adessoplatz 1 | 44269 Dortmund
Deutschland
+49 231 7000-7000
info@adesso.de
adesso.de