

# CORPORATE DESIGN MANUAL

Bundestagswahlkampf 2021



## **DAS CORPORATE DESIGN FÜR DEN BTW2021**

Das Corporate Design für den BTW2021 wurde modular konzipiert. Aufbauend auf den Grundmodulen Farbe, Typografie und Logo können die grafischen Mittel durch Fotografie, Auszeichnungen (im Text) sowie Piktogramme ergänzt werden.

Dieses Manual schafft einen Überblick über alle verfügbaren Gestaltungsmittel und führt sie schrittweise ein. Anhand von Beispielen werden die Gestaltungsregeln (Gos & No-Gos) des Corporate Designs erklärt.

# **GLIEDERUNG**

- 1 Übersicht der Gestaltungselemente
- 2 Farben
- 3 Typografie
- 4 Logos
- 5 Auszeichnungen
- 6 Piktogramme
- 7 Fotografie
- 8 Erstellung von Instagram Posts

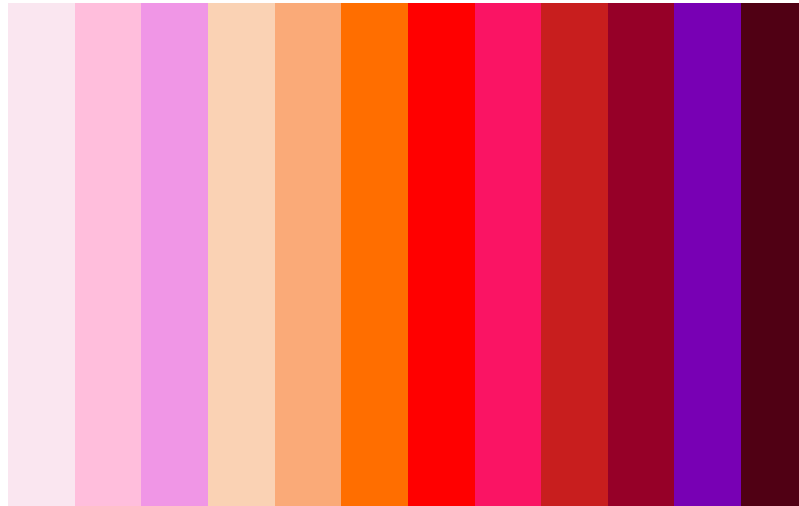
# 1. GESTALTUNGS ELEMENTE



# ÜBERSICHT DER GESTALTUNGSELEMENTE

## Farben

---



## Typografie

---

**MAJORIS  
REGULAR**

TeX Gyre Heros Bold  
TeX Gyre Heros Regular

## Logos

---



## Fotografie

---



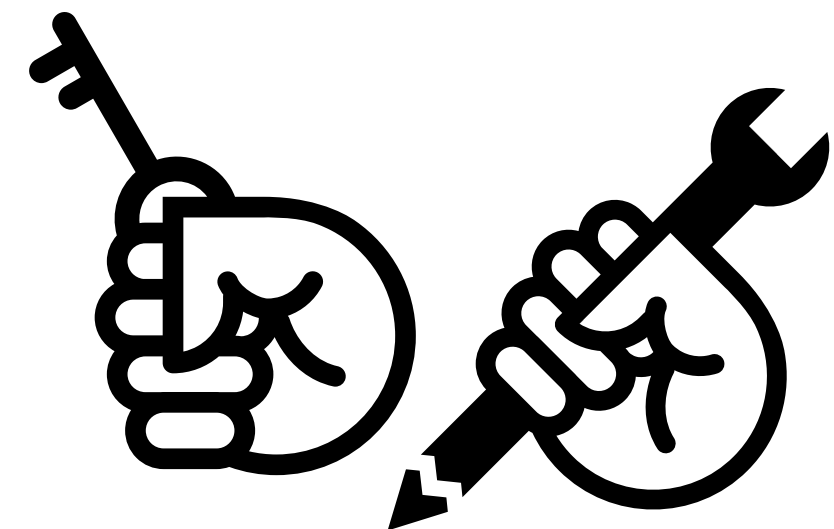
## Auszeichnungen

---

**WICHTIGE  
TEXTSTELLEN  
UND BUZZWORDS  
KÖNNEN DURCH  
EINE ANDERE  
SCHRIFTFARBE  
HERVORGEHOBEN  
WERDEN.**

## Piktogramme

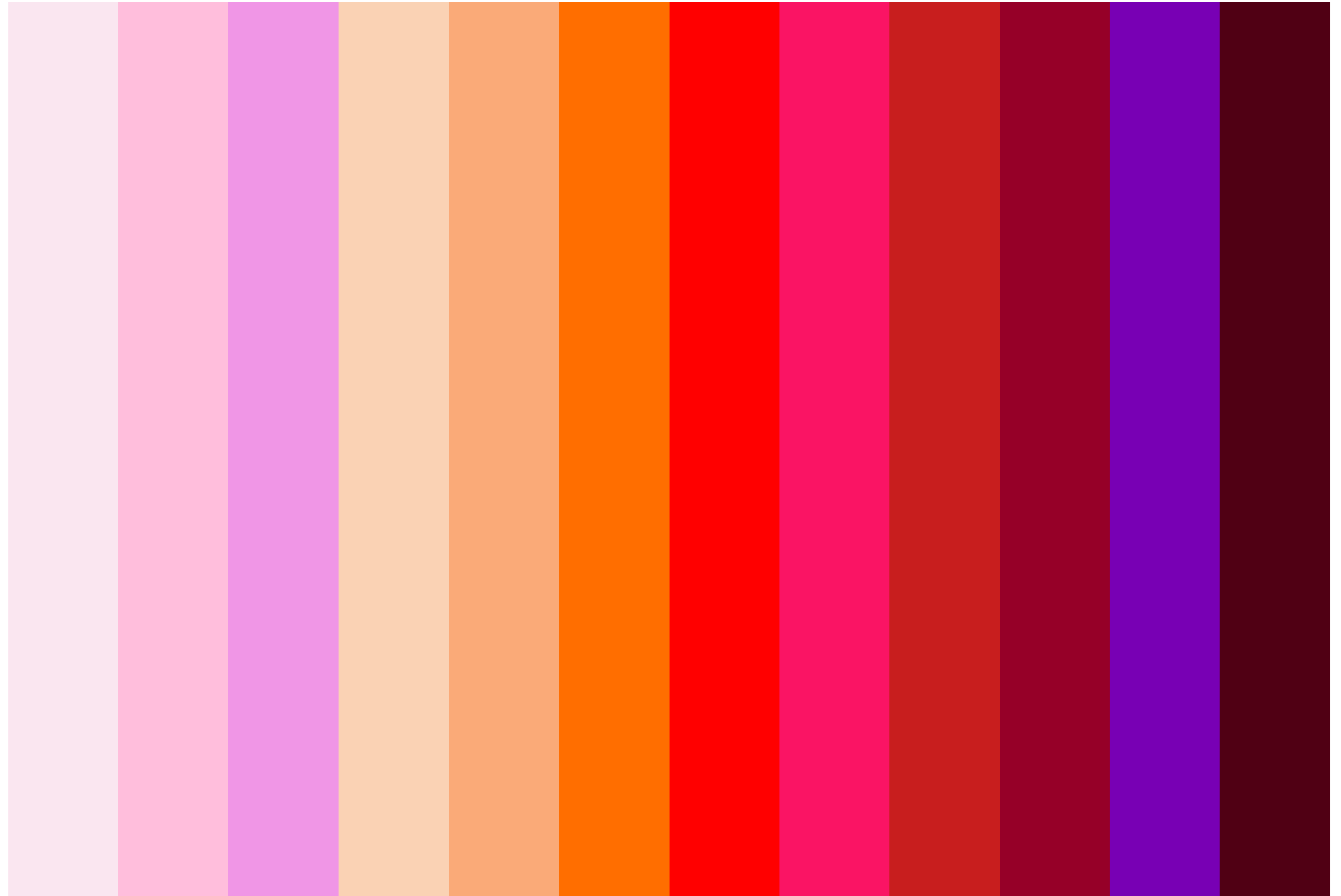
---



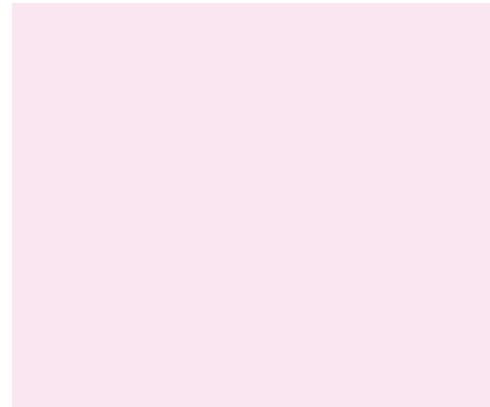
# 2. FARBEN

# **FARBSPEKTRUM**

Das Farbspektrum beinhaltet Ableitungen der Kernfarbe rot, um sowohl einen starken Wiedererkennungswert als auch eine möglichst hohe Flexibilität des Systems zu gewährleisten. Durch die Abstufungen des Orange und Pink sind ausreichend kontrastreiche Farbkombinationen mit den dunkleren Tönen möglich.



## FARBWERTE WEB UND PRINT



**Hellrosa**  
# fae6f0

	C 2%
R 250	M 15%
G 230	Y 0%
B 240	K 0%



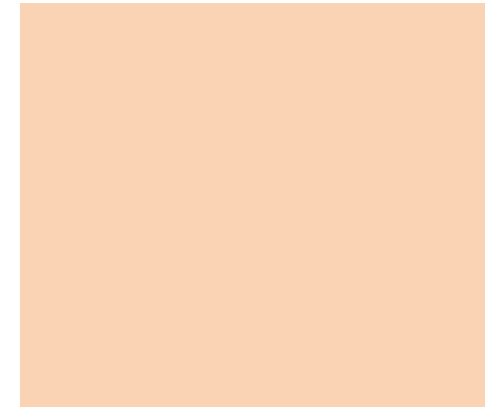
**Rosa**  
# ffbedc

	C 0%
R 255	M 30%
G 190	Y 0%
B 220	K 0%



**Pink**  
# f096e6

	C 0%
R 240	M 55%
G 150	Y 0%
B 230	K 0%



**Creme**  
# fad2b4

	C 0%
R 250	M 20%
G 210	Y 28%
B 180	K 0%



**Apricot**  
# faaa78

	C 0%
R 250	M 50%
G 170	Y 50%
B 120	K 0%



**Orange**  
# ff6e00

	C 0%
R 255	M 65%
G 110	Y 100%
B 0	K 0%



**Signalrot**  
# ff0000

	C 0%
R 255	M 95%
G 0	Y 100%
B 0	K 0%



**Beere**  
# fa1464

	C 0%
R 250	M 100%
G 20	Y 40%
B 100	K 0%



**Altrot**  
# c81e1e

	C 0%
R 200	M 90%
G 30	Y 100%
B 30	K 0%



**Traube**  
# 960028

	C 20%
R 150	M 100%
G 0	Y 100%
B 0	K 0%



**Lila**  
# 7800b4

	C 70%
R 120	M 80%
G 0	Y 0%
B 180	K 0%



**Bordeaux**  
# 500014

	C 20%
R 80	M 90%
G 0	Y 50%
B 20	K 50%

## TYPOGRAFIE AUF FARBFLÄCHEN

Allgemein kann Typografie in Farbe und schwarz auf Farbflächen eingesetzt werden. Weiße Typografie ist ein No-Go.



Um Lesbarkeit und Barrierefreiheit zu garantieren, sollte auf ausreichend starken Kontrast geachtet werden. Diese Gefahr besteht, wenn sich die Farben im Helligkeitsgrad nicht stark genug unterscheiden.



## BEISPIEL: HELLER HINTERGRUND

Bei einem hellen Hintergrund sollen möglichst kräftige und dunkle Farben für die Typografie benutzt werden.



## BEISPIEL: DUNKLER HINTERGRUND

Bei einem dunklen Hintergrund sollen möglichst helle Farben für die Typografie eingesetzt werden.

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

~~**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**~~

~~**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**~~

~~**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**~~

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

# BEISPIEL: SCHWARZE SCHRIFT

Auch bei schwarzer Schrift gilt es einen möglichst hohen Kontrast zu gewährleisten.





## INHALTLICHE NO-GOS

Aufgrund inhaltlicher Konnotationen sind diese Farbkombinationen **nicht** zugelassen.



## **ÜBERSICHT: GO'S**

Für dringende Fälle folgen auf den kommenden Seiten alle kontraststarken und gut lesbaren Farbkombinationen für eine schnelle Umsetzung.

# ÜBERSICHT: GO'S

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

Hintergrund: Hellrosa  
Schrift: Orange

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

Hintergrund: Hellrosa  
Schrift: Signalrot

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

Hintergrund: Hellrosa  
Schrift: Beere

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

Hintergrund: Hellrosa  
Schrift: Altrot

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

Hintergrund: Hellrosa  
Schrift: Traube

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

Hintergrund: Hellrosa  
Schrift: Lila

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

Hintergrund: Hellrosa  
Schrift: Bordeaux

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

Hintergrund: Rosa  
Schrift: Traube

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

Hintergrund: Rosa  
Schrift: Lila

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

Hintergrund: Rosa  
Schrift: Bordeaux

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

Hintergrund: Pink  
Schrift: Lila

**TITEL  
UND  
PRIMÄRE  
INFOS**

Hintergrund: Pink  
Schrift: Bordeaux

# ÜBERSICHT: GO'S



Hintergrund: Creme  
Schrift: Signalrot



Hintergrund: Creme  
Schrift: Beere



Hintergrund: Creme  
Schrift: Altrot



Hintergrund: Creme  
Schrift: Traube



Hintergrund: Creme  
Schrift: Lila



Hintergrund: Creme  
Schrift: Bordeaux



Hintergrund: Apricot  
Schrift: Lila



Hintergrund: Apricot  
Schrift: Bordeaux



Hintergrund: Orange  
Schrift: Hellrosa



Hintergrund: Orange  
Schrift: Bordeaux



Hintergrund: Signalrot  
Schrift: Hellrosa



Hintergrund: Signalrot  
Schrift: Bordeaux

# ÜBERSICHT: GO'S



Hintergrund: Beere  
Schrift: Hellrosa



Hintergrund: Beere  
Schrift: Bordeaux



Hintergrund: Altrot  
Schrift: Hellrosa



Hintergrund: Traube  
Schrift: Hellrosa



Hintergrund: Lila  
Schrift: Hellrosa



Hintergrund: Lila  
Schrift: Creme



Hintergrund: Lila  
Schrift: Signalrot



Hintergrund: Bordeaux  
Schrift: Hellrosa



Hintergrund: Bordeaux  
Schrift: Rosa



Hintergrund: Bordeaux  
Schrift: Pink



Hintergrund: Bordeaux  
Schrift: Creme



Hintergrund: Bordeaux  
Schrift: Orange

# ÜBERSICHT: GO'S



Hintergrund: Bordeaux  
Schrift: Signalrot



Hintergrund: Hellrosa  
Schrift: Schwarz



Hintergrund: Rosa  
Schrift: Schwarz



Hintergrund: Pink  
Schrift: Schwarz



Hintergrund: Creme  
Schrift: Schwarz



Hintergrund: Apricot  
Schrift: Schwarz



Hintergrund: Orange  
Schrift: Schwarz



Hintergrund: Signalrot  
Schrift: Schwarz



Hintergrund: Beere  
Schrift: Schwarz

# 3. TYPOGRAFIE

## SCHRIFTAUSWAHL

Überschriften / Primäre Informationen /  
Hashtags / Namen bei Zitaten

↓ DOWNLOAD

**MAJORIS REGULAR**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

Fließtexte / Sekundäre Informationen

↓ DOWNLOAD

TeX Gyre Heros Regular  
**TeX Gyre Heros Bold**  
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**



## VORGABEN

Überschriften / Primäre Informationen /  
Hashtags / Namen bei Zitaten

Schriftart	Majoris Regular
Zeilenabstand	Faktor 1,1
z.B.	200pt x 220pt
z.B.	50pt x 55pt
—	
Laufweite	10 (Optisch)

**WOHNEN**

**WIRD DEIN**

**GRUNDRECHT**

## VORGABEN

Texte / Sekundärinformationen

Schriftart	Tex Regular / Bold
Zeilenabstand	Faktor 1,2
z. B.	200 pt × 200 pt
z. B.	50 pt × 50 pt
—	
Laufweite	0 (Optisch)

**Die Krise hat einmal mehr gezeigt, dass Wohnen kein Luxus, sondern ein Grundrecht ist. Häuser dürfen nicht als Spekulationsobjekte missbraucht werden. Stattdessen sollten langfristig mindestens zwei Drittel aller Wohnungen in öffentlicher, gemeinnütziger oder genossenschaftlicher Hand sein.**

Die Krise hat einmal mehr gezeigt, dass Wohnen kein Luxus, sondern ein Grundrecht ist. Häuser dürfen nicht als Spekulationsobjekte missbraucht werden. Stattdessen sollten langfristig mindestens zwei Drittel aller Wohnungen in öffentlicher, gemeinnütziger oder genossenschaftlicher Hand sein.

## REGELN

Für alle Texte (Ausnahme bei Auszeichnung durch Größenunterschied) gilt Linksbündiger Flattersatz.

Es sollte auf einen rhythmischen Zeilenfall geachtet werden.

Ungünstige Worttrennungen und Umbrüche sollten vermieden werden.

**WER SICH UM MIETE  
SORGT, KANN SICH  
NICHT UM ZUKUNFT  
KÜMMERN.**

**Jugendarmut hat  
lebenslange Konsequenzen.**

linksbündiger  
Flattersatz



## REGELN

Zitate sind mit Anführungszeichen („“) auszuzeichnen.

Das Größenverhältnis zwischen Primär- und Sekundärinformationen sollte stets die entsprechende Hierarchie erkennbar werden lassen. Ein Verhältnis von 1 zu 2 schafft dabei einen idealen Kontrast.

### Beispiele:

200 Pt Primärinformationen  
100 Pt Sekundärinformationen

100 Pt Primärinformationen  
50 Pt Sekundärinformationen

50 Pt Primärinformationen  
25 Pt Sekundärinformationen

**„PRIMÄRINFORMATIONEN ODER ÜBERSCHRIFTEN IN 40 PUNKT SCHRIFTGRÖSSE.“** **40 PT**

Wenn die Primärinformationen und Überschriften in 40 Punkt gesetzt sind, sollten Sekundärinformationen idealerweise eine Schriftgröße von 20 Punkt haben und 20 Punkt nicht überschreiten.

20 Pt

# 4. LOGOS

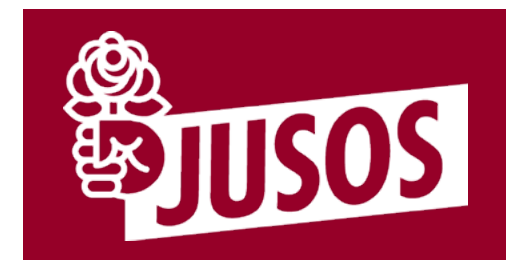
# LOGO

Für den BTW2021 wird hauptsächlich das Rot-weiße JUSOS Logo verwendet.

Auf Farbflächen mit den Farben Traube, Alt- und Signalrot darf nur das weiße Logo verwendet werden, um einen ausreichenden Kontrast zu erzielen.

[↓ DOWNLOAD](#)

Alle anderen Versionen werden **nicht** verwendet.



## **LOGO JUSO HOCHSCHULGRUPPEN**

Für den BTW2021 wird nur das rote oder weiße Logo der JUSO Hochschulgruppen verwendet.



[!\[\]\(642aa997563f9a325b310230bb5078b7\_img.jpg\) DOWNLOAD](#)

## **CLAIM**

Für den Claim des BTW2021 gibt es eine zweizeilige sowie dreizeilige Version, um auf verschiedene Formate reagieren zu können.

Eine Vorlage wurde zum Download bereitgestellt.

**ZUKUNFT MACHEN.  
MIT DIR.**

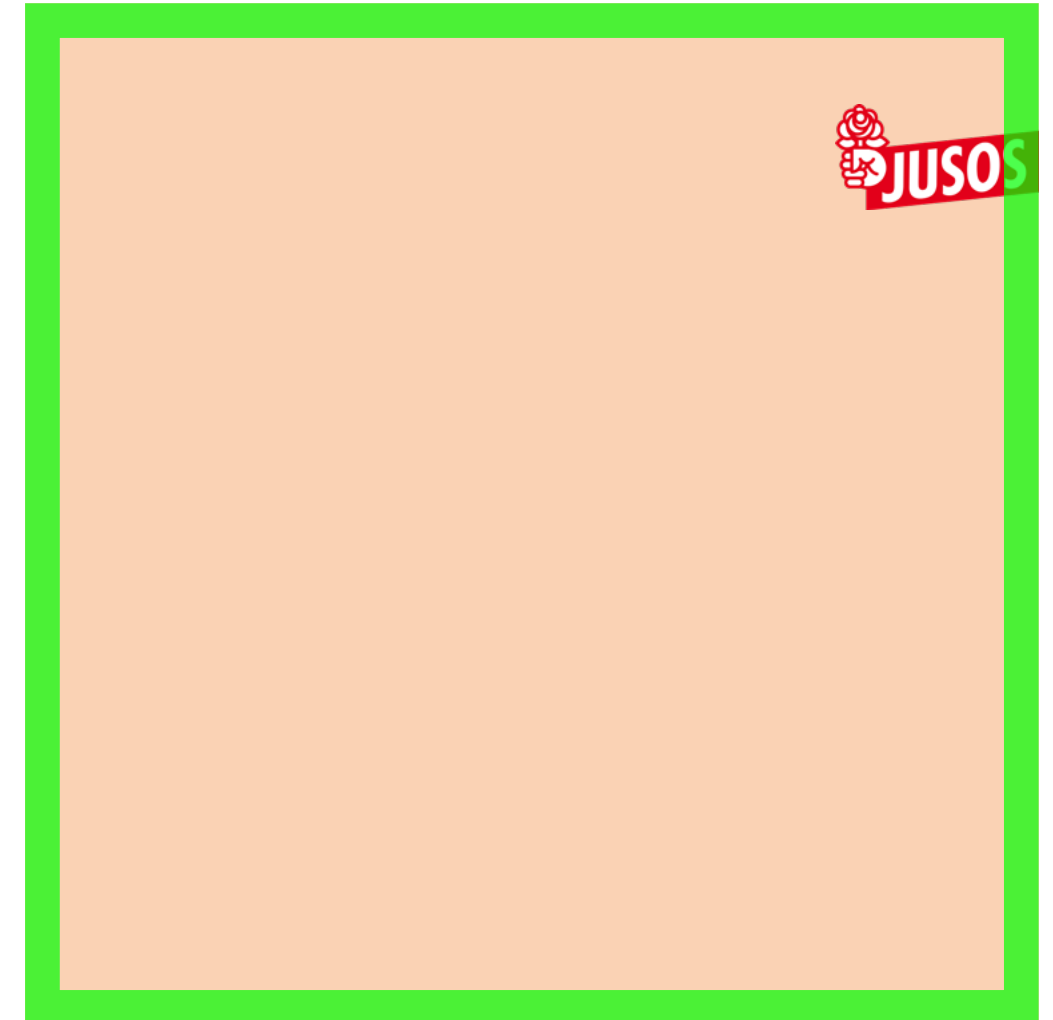
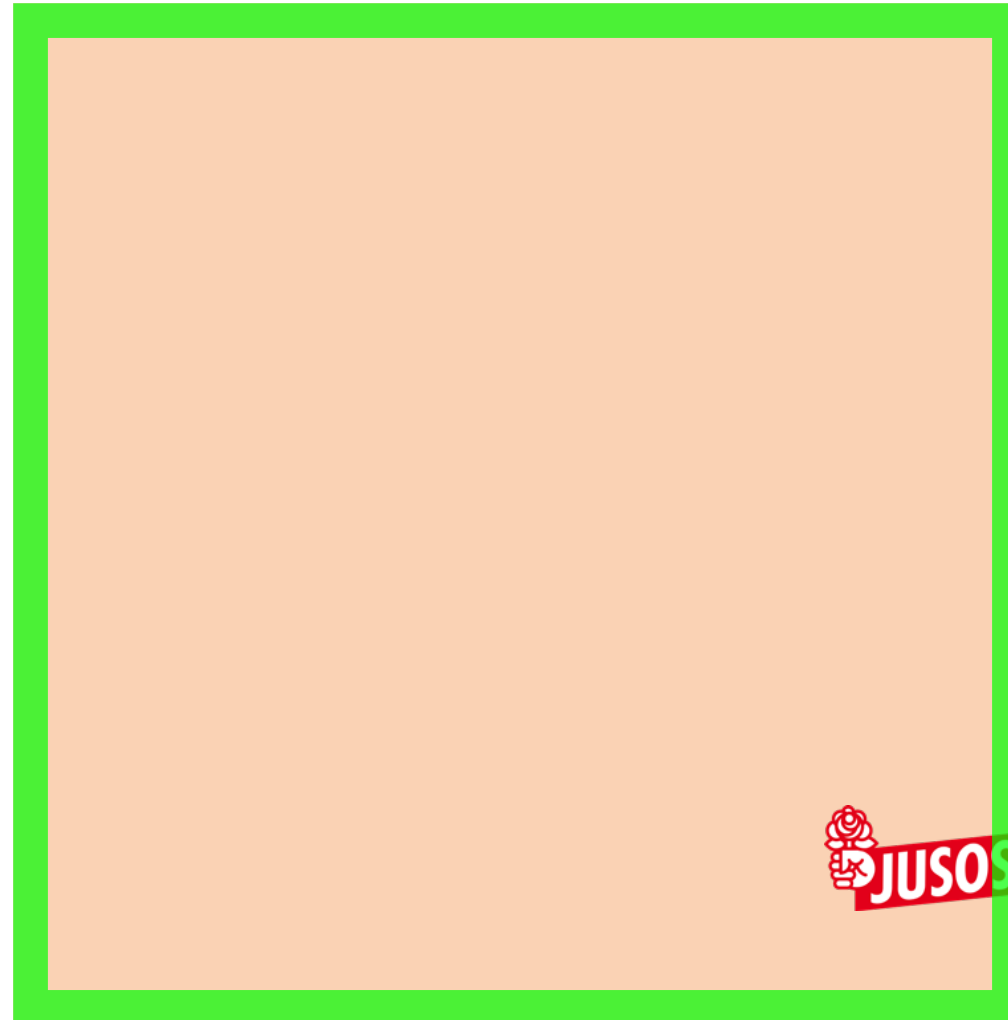
**ZUKUNFT  
MACHEN.  
MIT DIR.**

 **DOWNLOAD**



# LOGO POSITIONIERUNG

Das Logo wird immer rechtsbündig an der Kante positioniert. Gültige Positionen sind ausschließlich oben und unten gemäß der Vorgaben für den Schutzbereich.



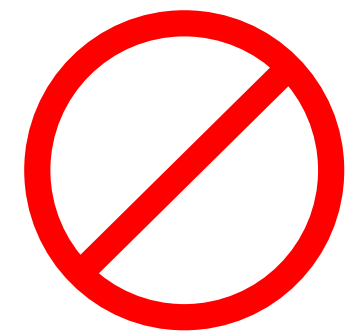
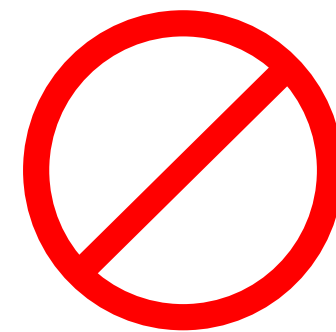
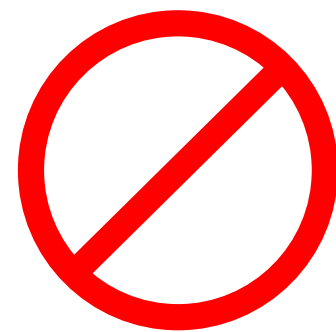
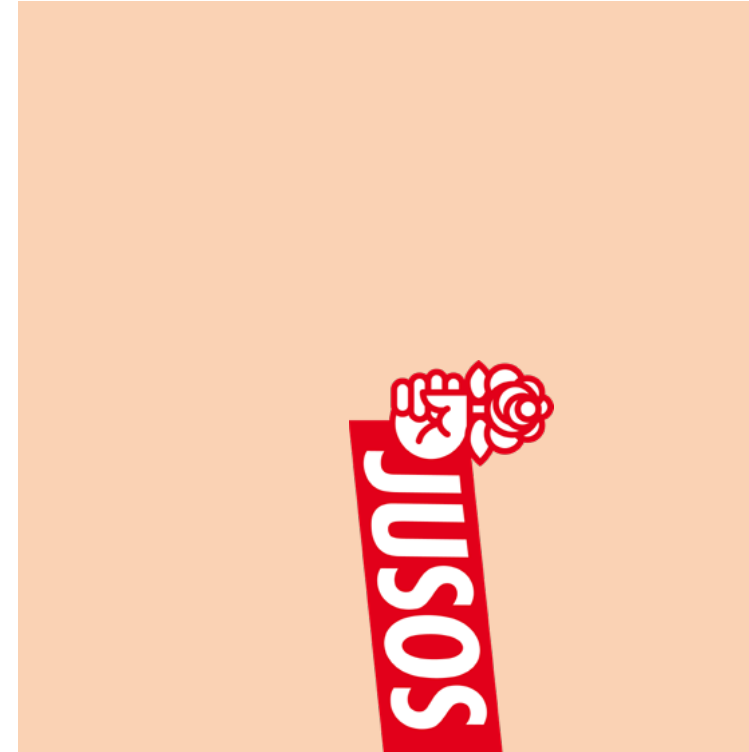
# LOGO POSITIONIERUNG

Das Logo soll auch nicht an Kanten, die durch Farbflächen entstehen, gesetzt werden. Das Logo sollte in solchen Fällen generell über Fotografien gelegt werden, um ungünstige Kollisionen mit Texten zu vermeiden. Relevante Bildteile sollten dabei nicht verdeckt werden.



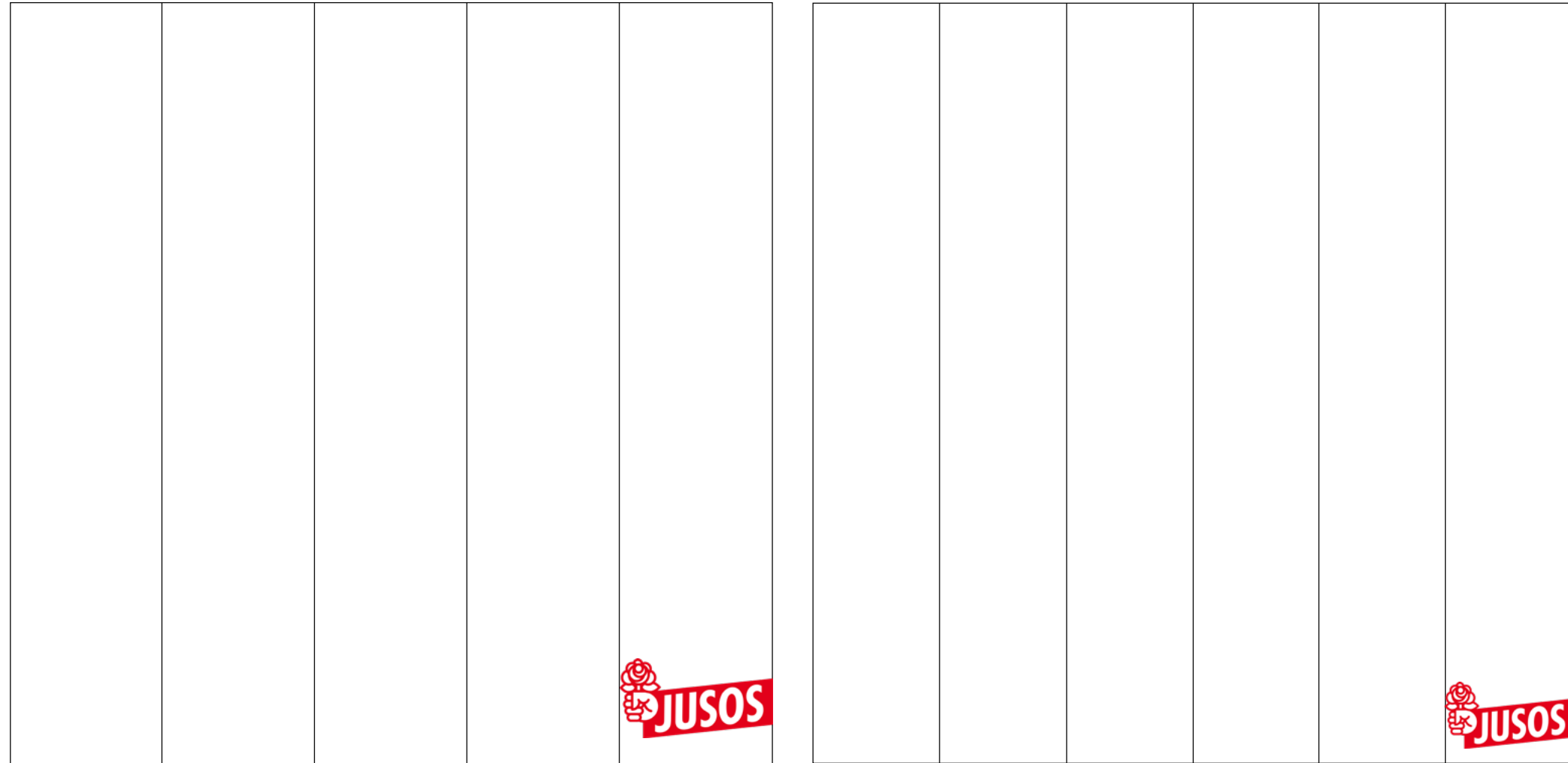
# LOGO POSITIONIERUNG

Ebenso soll es nicht freischwebend, unten oder oben gesetzt werden.



# LOGO GRÖSSE

Es ist hilfreich, sich an der Gesamtbreite des Mediums in Bezug auf die Logogröße zu beziehen. Empfohlene Maßeinheiten sind 1/5 oder 1/6 der Gesamtbreite. In den bereitgestellten Instagram Templates wird die 1/6 Größe benutzt. Dies verhindert, dass das Logo Inhalte verdeckt.



# 5. AUSZEICHNUNGEN

## AUSZEICHNUNGEN VON PRIMÄRINFORMATIONEN

Für die farblichen Markierungen gelten die allgemeingültigen Regeln für barrierefreie Farbkontraste.

**EINE  
AUSZEICHNUNG  
KANN  
DURCH  
FARBIGKEIT  
ERFOLGEN.**

**EINE  
AUSZEICHNUNG  
KANN DURCH  
EINE  
MARKIERUNG  
UND FARBIGE  
HERVORHEBUNG  
ERFOLGEN.**

**EINE AUSZEICHNUNG KANN DURCH  
SCHRIFTGRÖSSE  
ERFOLGEN**

**EINE  
AUSZEICHNUNG  
KANN DURCH  
EINE FARBIGE  
MARKIERUNG  
ERFOLGEN.**

**EINE AUSZEICHNUNG KANN DURCH  
SCHRIFTGRÖSSE  
UND FARBIGE HERVORHEBUNG  
ERFOLGEN**

# MARKIERUNGEN

Markierungen in variablen Längen und allen vorhergesehen Farben sind im CD-Kit enthalten.

Für die farblichen Markierungen gelten die allgemeingültigen Regeln für Barrierefreie Farbkontraste.



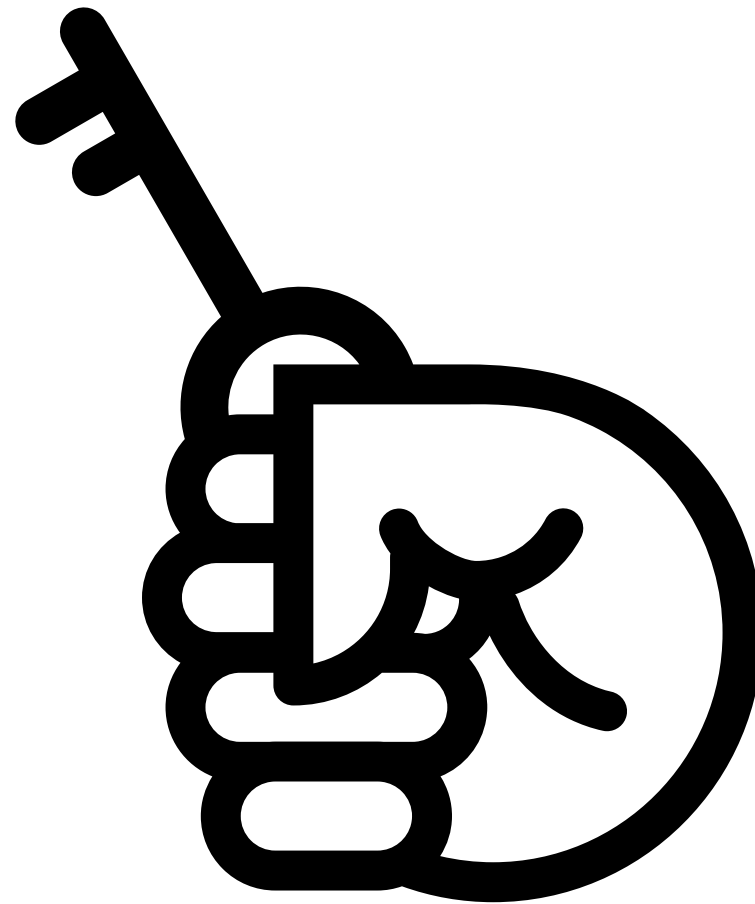
 **DOWNLOAD**

# 6. PIKTOGRAMME

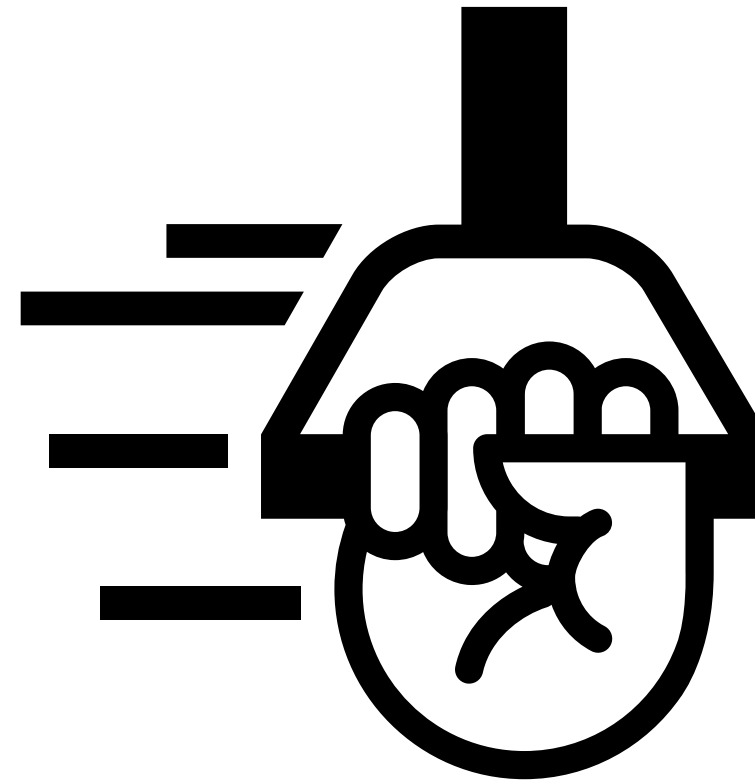


## SYMBOLISIERUNG DER KERNTHEMEN

Die Symbolisierung der Kernthemen erfolgt durch diese Piktogramme.



**WOHNEN**



**MOBILITÄT**



**AUSBILDUNG**

## SLOGAN

Zusätzlich kann der Kampagnenslogan in Form eines Piktogramms adaptiert werden. Diese Kombination verbindet das Institutionelle mit einer subversiven Symbolik.

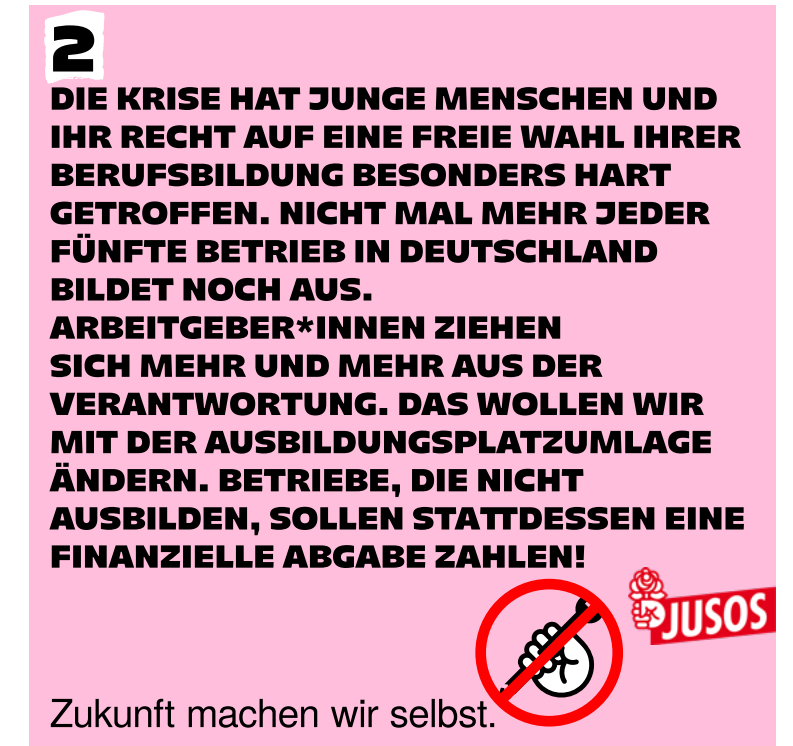


# ANWENDUNGSBEISPIELE



## NO—GO

Piktogramme in Kombination mit Text und Fotos sollten vermieden werden, um eine visuelle Überfrachtung zu vermeiden.



~~PIKTOGRAMME + TEXT + FOTO~~

# 7. FOTOGRAFIE



# FOTOGRAFIE

Zu jedem Kernthema im Wahlkampf wird ein Fotopool zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus existiert ein allgemeiner Fotopool für alle anderen Anwendungen.



↓ FOTPOOL



# FOTOGRAFIE

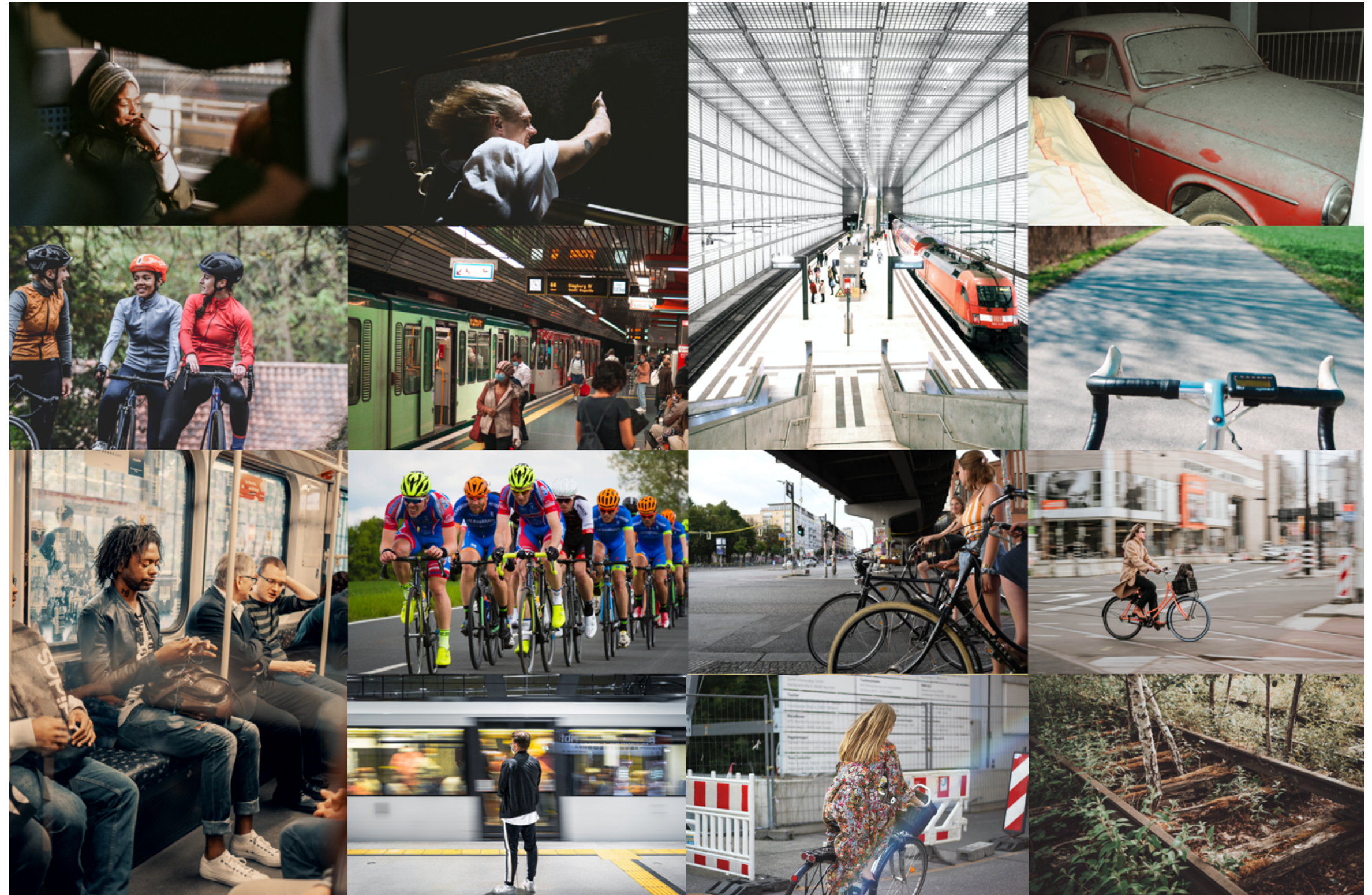
Fotografie Kernthema: AusBildung





# FOTOGRAFIE

Fotografie Kernthema: **Mobilität**





# FOTOGRAFIE

Fotografie Kernthema: **Wohnen**



↓ **FOTOPPOOL**



# 8. LAYOUT INSTAGRAM POSTINGS

# BILD-TEXT-LAYOUTS

Halbierung für Bild-Text-Layouts



**ARBEITSSCHUTZ  
GILT. AUCH IM  
HOMEOFFICE.**

Auch wenn du seit Monaten  
keine Hose mehr getragen hast.

**WER SICH UM MIETE  
SORGT, KANN SICH  
NICHT UM ZUKUNFT  
KÜMMERN.**

Jugendarmut hat  
lebenslange Konsequenzen.



**„SÖDERS BESCHLUSS ZUR  
FFP2-MASKENPFLICHT  
NIMMT IN KAUF,  
DASS SICH NUR DIE  
SCHÜTZEN KÖNNEN,  
DIE GENUG VERDIENEN.  
MENSCHEN  
MIT GERINGEN  
EINKOMMEN  
KÖNNEN  
SICH WEDER  
FFP2-MASKEN,  
NOCH SÖDERS  
POLITIK  
LEISTEN.“**



**JESSICA ROSENTHAL**  
Bundesvorsitzende  
der Jusos

**JUSOS**



**ZUKUNFT  
MACHEN.  
MIT DIR.**

**JUSOS**

Vorlagen für Social Media findet ihr  
unter den Canva Links, die euch zur  
Verfügung gestellt wurden.

↓ TEMPLATES



# GO'S

Bild-Text-Layouts werden mit einer klaren 50/50 Aufteilung gehandhabt. Die Halbierung der Flächen vereinfacht die Handhabung des Designs und verstärkt den Wiedererkennungswert.



# NO-GO'S

Lediglich eine Farbfläche in einer Farbe je Kachel. Farbflächen sollen nur in einer 50/50-Aufteilung eingesetzt werden.





## NO-GO'S

Texte sollen ausschließlich auf farbige Flächen gesetzt werden, um eine Überlagerung von Text und Bild zu umgehen und somit eine gute Lesbarkeit zu garantieren.



# BESTANDTEILE

Bild-Text-Layout

**WER SICH UM MIETE  
SORGT, KANN SICH  
NICHT UM ZUKUNFT  
KÜMMERN.**

Jugendarmut hat  
lebenslange Konsequenzen.



1. Überschriften und  
Primärinformationen

2. Farbflächen

3. Sekundärinformationen

4. Fotografien

5. Logos



## VORGABEN: HORIZONTAL GETEILTE LAYOUTS

# ÜBERSCHRIFTEN UND PRIMÄR- INFORMATIONEN

Sekundärinformationen

Typografie darf die grüne Schutzfläche nicht überschreiten. Ausnahme bilden Umlautpunkte, Apostrophe etc.

In dieser Kombination ist ausschließlich schwarze Schrift zulässig.

Farbflächen und Fotografien müssen die Formate exakt halbieren (vertikal oder horizontal)

Logos sind steht rechts am Rand des Formates zu positionieren und auf ein Fünftel der Breite zu skalieren.





## VORGABEN: VERTIKAL GETEILTE LAYOUTS



Typografie darf die grüne Schutzfläche nicht überschreiten. Ausnahme bilden Umlautpunkte, Apostrophe etc.

In dieser Kombination ist ausschließlich schwarze Schrift zulässig.

Farbflächen und Fotografien müssen die Formate exakt halbieren (vertikal oder horizontal)

Logos sind steht rechts am Rand des Formates zu positionieren und auf ein Fünftel der Breite zu skalieren.

## VORGABEN: VARIABLE SEITEN DER BILD-TEXT-LAYOUTS

Um genug Varianz in den Beiträgen erzielen zu können, sind Wechsel zwischen den Flächen und Fotografien gewünscht. Für beide Fälle gelten die selben Vorgaben wie für die bereits gezeigten Beispiele. Ausnahme bildet die Logopositionierung in dem rechten Beispiel. In diesem Fall ist das Logo wie gezeigt unten rechts zu positionieren.



# FORMATFÜLLENDE LAYOUTS FÜR TEXTE, GRAFIKEN UND FOTOGRAFIEN



Vorlagen für Social Media findet ihr unter den Canva Links, die euch zur Verfügung gestellt wurden.



## FORMATFÜLLENDE LAYOUTS MIT GRAFISCHEN MOTIVEN



Motive dürfen die grüne Schutzfläche nicht überschreiten.

Für den Hintergrund darf lediglich nur eine Farbe verwendet werden. Die Farbfläche muss formatfüllend über die grüne Schutzfläche hinausgehen.

Logos sind stets rechts am Rand des Formates zu positionieren und auf ein Fünftel der Breite zu skalieren.



# FORMATFÜLLENDE LAYOUTS MIT FOTOGRAFISCHEN MOTIVEN

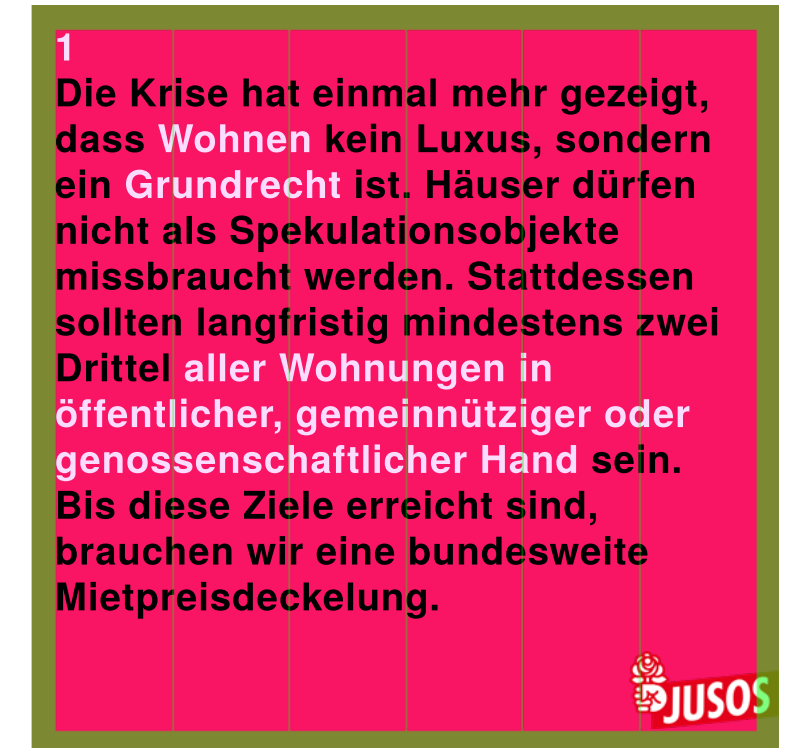


Fotografien müssen die grüne Schutzfläche überschreiten und das Format gänzlich füllen.

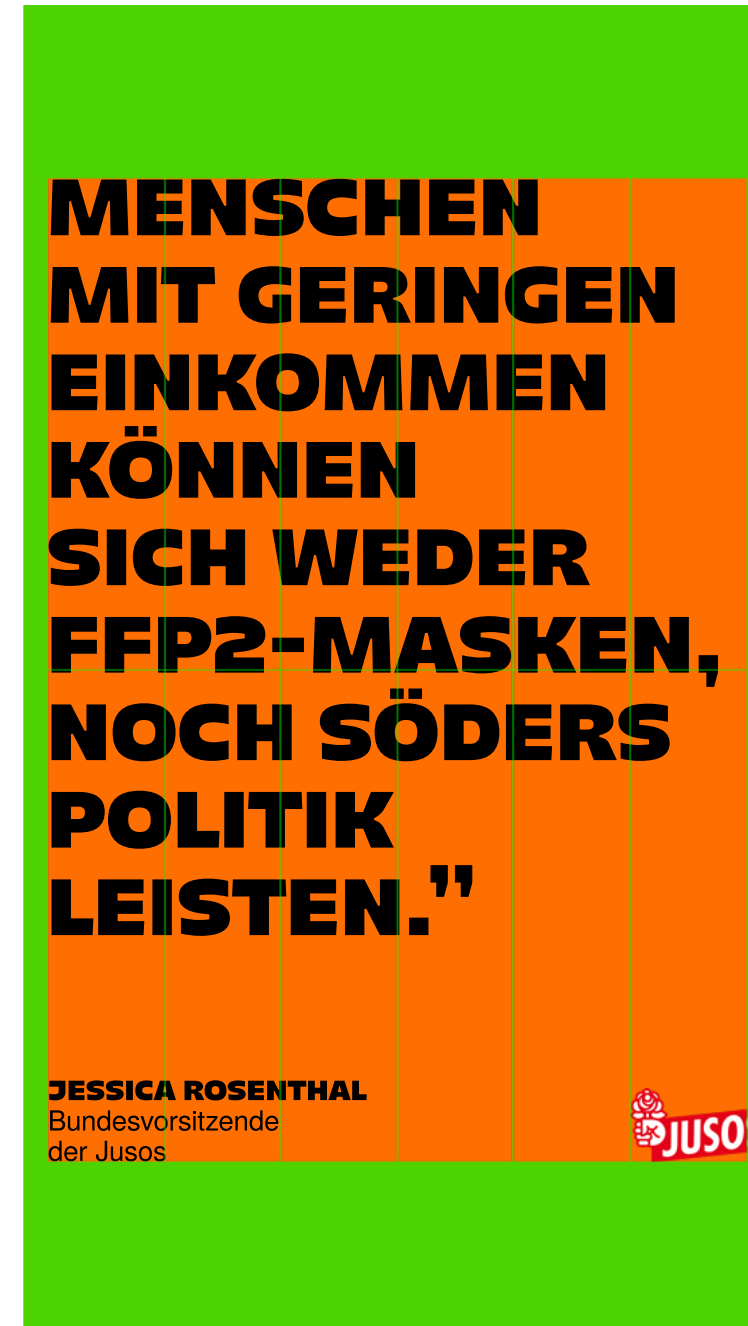
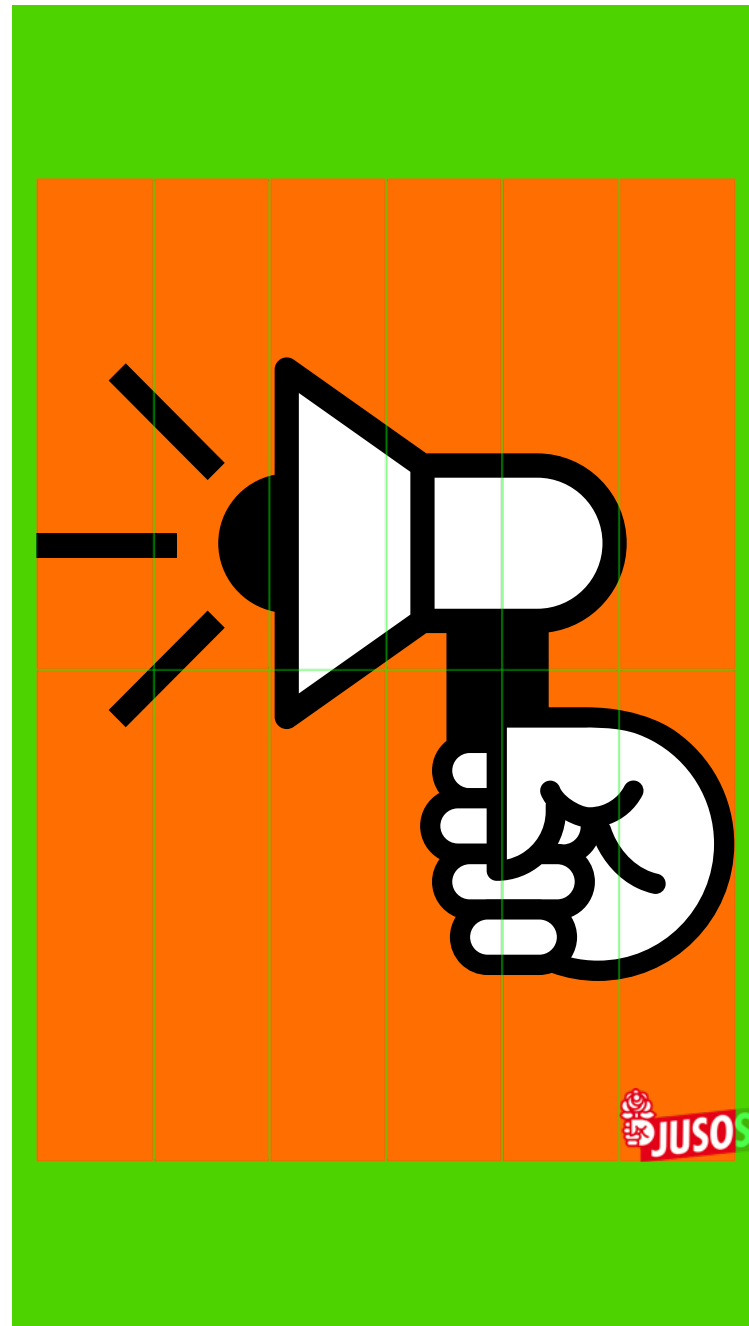
Logos sind steht rechts am Rand des Formates zu positionieren und auf ein Fünftel der Breite zu skalieren.

## FORMATFÜLLENDE LAYOUTS MIT TEXTLICHEN INHALTEN

Für Postings rein textlicher Natur gelten die gleichen Vorgaben hinsichtlich der Typografie, der Schutzfläche und des Logos.



## VORGABEN: INSTAGRAM STORIES



Vorlagen für Social Media findet ihr unter den Canva Links, die euch zur Verfügung gestellt wurden.

↓ TEMPLATES

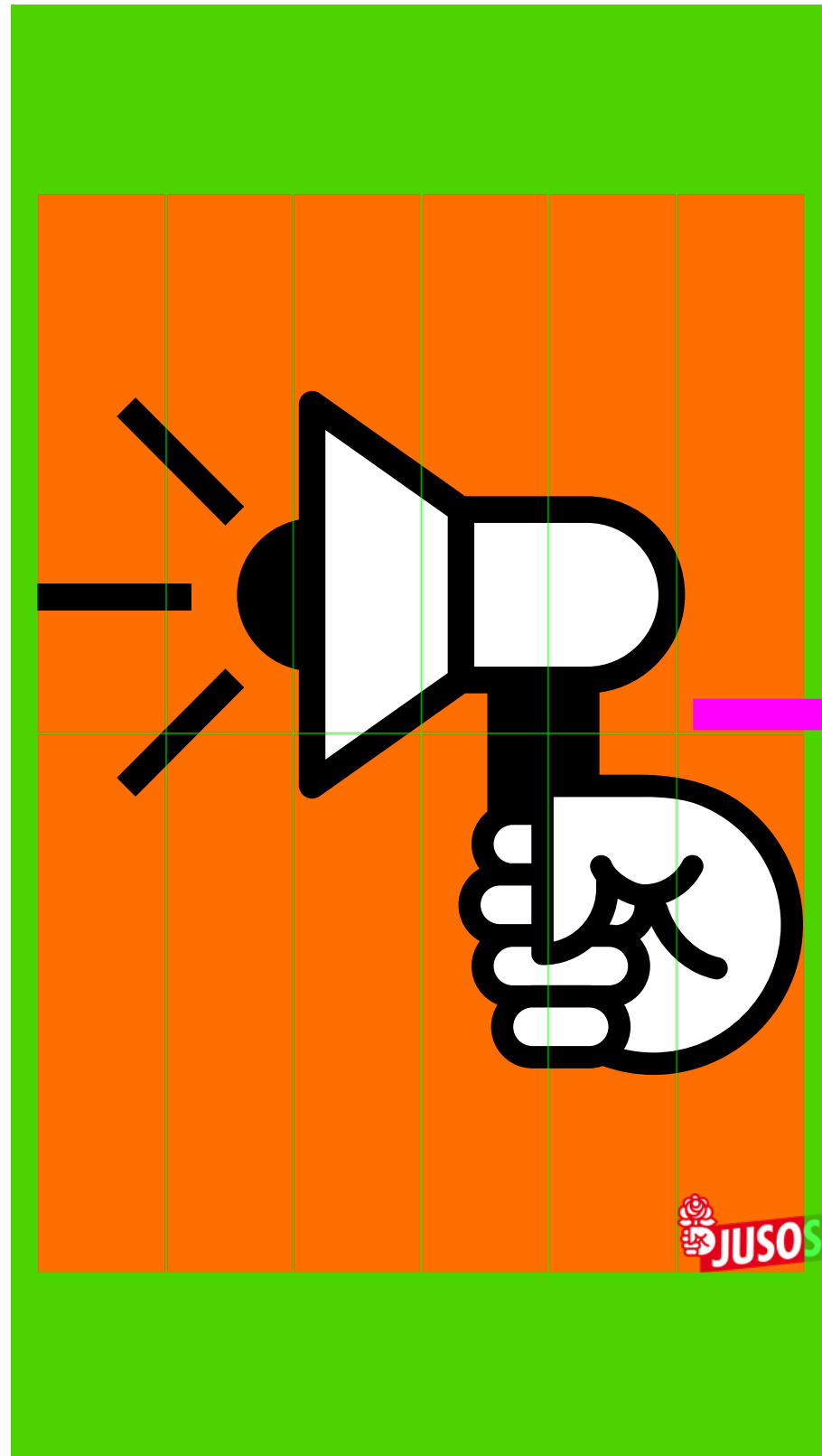


## VORGABEN: INSTAGRAM STORIES – TEXT & BILD-KOMBINATIONEN





## **VORGABEN: INSTAGRAM STORIES – GRAFISCH**

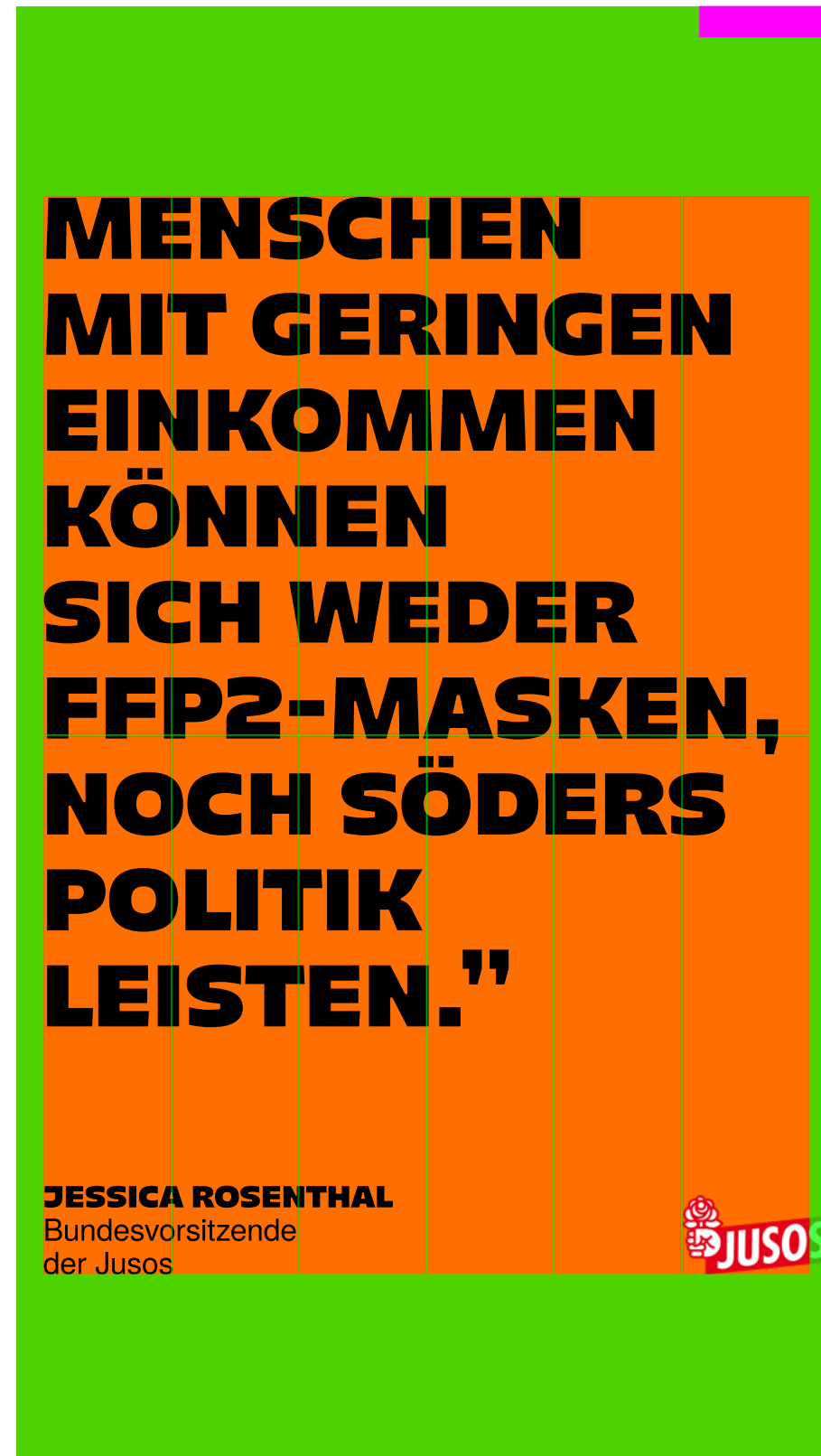


Farbflächen müssen Formatfüllend über die Schutzflächen hinausgehen.

Typografie und grafische Motive dürfen die grüne Schutzfläche nicht überschreiten.

Logos sind steht rechts am Rand der verfügbaren Fläche zu positionieren und auf ein Fünftel der Breite zu skalieren.

## VORGABEN: INSTAGRAM STORIES – TEXT



Farbflächen müssen Formatfüllend über die Schutzflächen hinausgehen.

Typografie und grafische Motive dürfen die grüne Schutzfläche nicht überschreiten.

Logos sind steht rechts am Rand der verfügbaren Fläche zu positionieren und auf ein Fünftel der Breite zu skalieren.

# FAUSTREGEL

Um eine Überfrachtung von visuellen Elementen zu vermeiden, kann diese Formel als Faustregel gelten.



# BEISPIELE:

**DANK**

**Bundestagswahlkampf 2021**

