

FDP

Styleguide.

Landtagswahl
BaWü 2026



Farben

Farbkonzept:

In der Gestaltung verwenden wir die FDP-Farben:

Der **Hintergrund** ist Gelb und bildet die Basis des Layouts. **Headlines** werden in Schwarz gesetzt, um Klarheit und Kontrast zu schaffen.

Magenta dient als Highlight-Farbe für Gestaltungselemente.

RGB-Werte sind für:

Digitale Bildschirme und Monitore.

CMYK-Werte sind für:

Druck und Papier.

Pantone-Werte sind für:

Textildruck, Kunststoffdruck und andere Materialien.

Für RGB-Werte ist es wichtig, das Display P3-Farbprofil zu verwenden.

R: 255	C: 0
G: 226	M: 8
B: 9	Y: 95
	K: 0

#FFE209
Farbprofil:
Display P3

Gelb

R: 255	C: 0
G: 0	M: 95
B: 120	Y: 20
	K: 0

#FF0773
Farbprofil:
Display P3

Magenta

R: 0	C: 0
G: 0	M: 0
B: 0	Y: 0
	K: 0

#000000
Farbprofil:
Display P3

Schwarz

Schrift

Die Schriftart ist **Barlow Condensed**.

Für die **Headlines** verwenden wir den Schriftschnitt Condensed Extrafett. Das **Motto und die Kandidatennamen** erscheinen in Condensed Kursiv.

Alle Texte werden ausschließlich in Versalien gesetzt.

Headline: (anhand Layoutbeispiel DIN A4)

- **Schriftgröße:** 100 pt
- **Zeilenabstand:** 100 pt
(anpassen bei hohen Buchstaben wie „Ü“)
Allgemein kann man sagen:
X = Zeilenabstand
2,5X = Schrifthöhe
- **Laufweite:** -20 (variabel -30 bis -10)
Optisch einheitliches Schriftbild beachten.
Problemkombis (z. B. S-T) manuell verfeinern.
Beim **Motto** (kursiv): Laufweite 0.

AÄBCDEFGHIJKLMNOÖPQRSTUÜVWXYZß
1234567890.

Barlow Condensed (Extrafett)

AÄBCDEFGHIJKLMNOÖPQRSTUÜVWXYZß
1234567890.

Barlow Condensed (Kursiv)

0,5X
X
X
X

LOREM
IPSUM
DÖLOR
SAMET.

Zeilenabstand

LOREM
IPSUM
DÖLOR
SAMET.

Laufweite

Logo und Positionierung

Logo-Element:

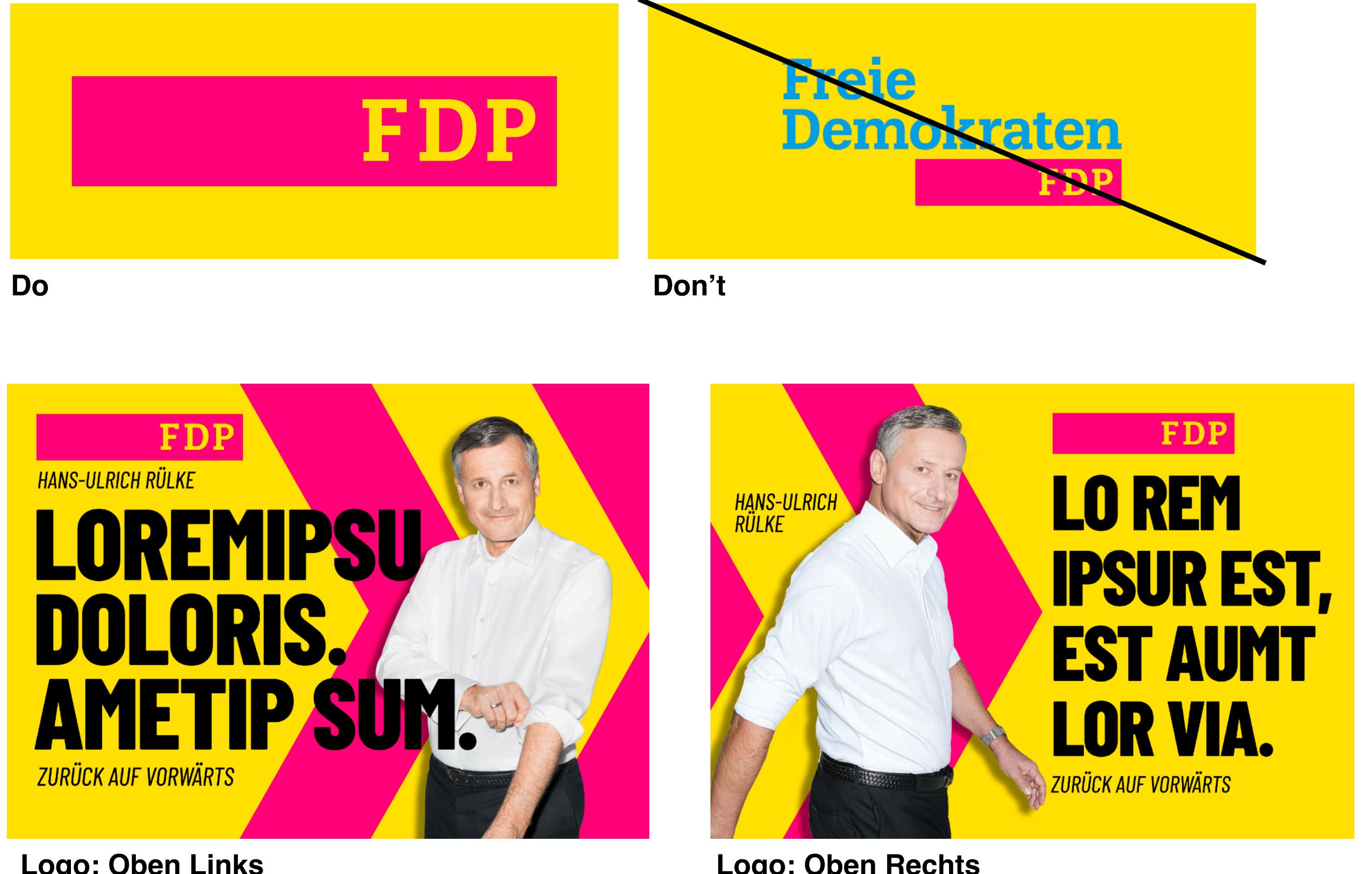
Das vollständige Logo wird in diesem Zusammenhang nicht verwendet. Stattdessen dient der Magenta-Balken als Gestaltungselement, das flexibel im Layout eingesetzt werden kann.

Positionierung:

Das Logo wird flexibel eingesetzt, orientiert sich jedoch bevorzugt an der Headline.

Es kann oberhalb der Headline, rechts oder links davon platziert werden – immer auf Höhe der Headline für ein harmonisches Gesamtbild.

Bei alternativen Platzierungen ist auf ein ausgewogenes Verhältnis im Layout zu achten.
Die Logo-Größe ist auf der nächsten Seite definiert.



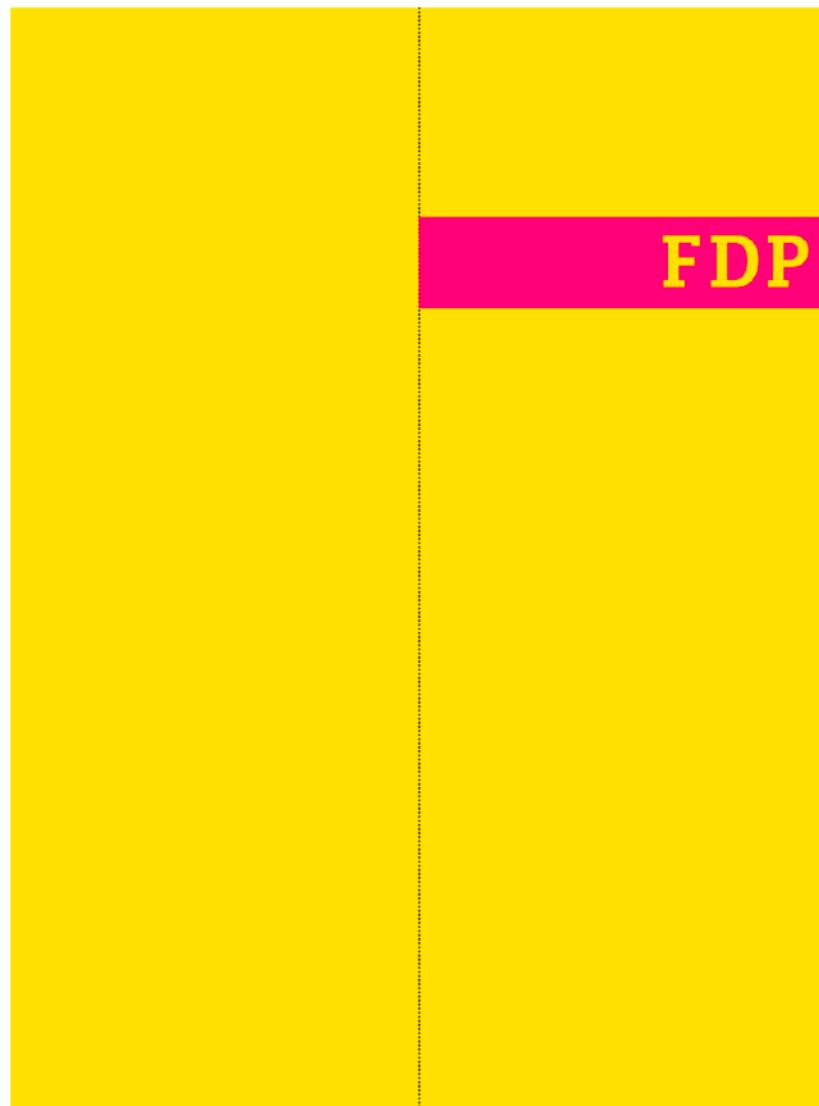
Logo-Größe

Größe Hochformat:

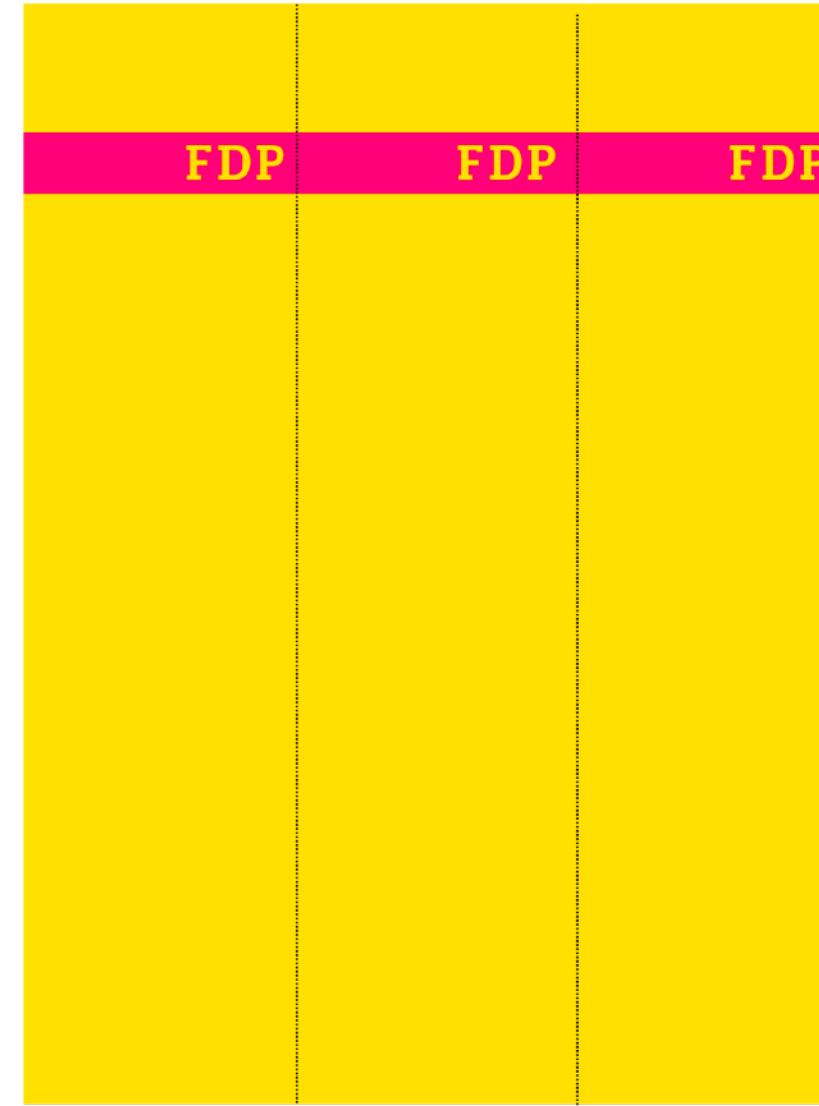
Bei Hochformat-Anwendungen richtet sich die Größe des Logos nach der kurzen Seite des Formats. Das Logo sollte eine Breite von 1/2 oder 1/3 der kurzen Formatseite einnehmen – je nach Layout und Gestaltungszweck.

Dabei gilt:

Nicht kleiner als 1/3 der kurzen Seite und nicht größer als 1/2 der kurzen Seite, um das Layout optisch im Gleichgewicht zu halten.



Logo 1/2 der kurzen Seite



Logo 1/3 der kurzen Seite

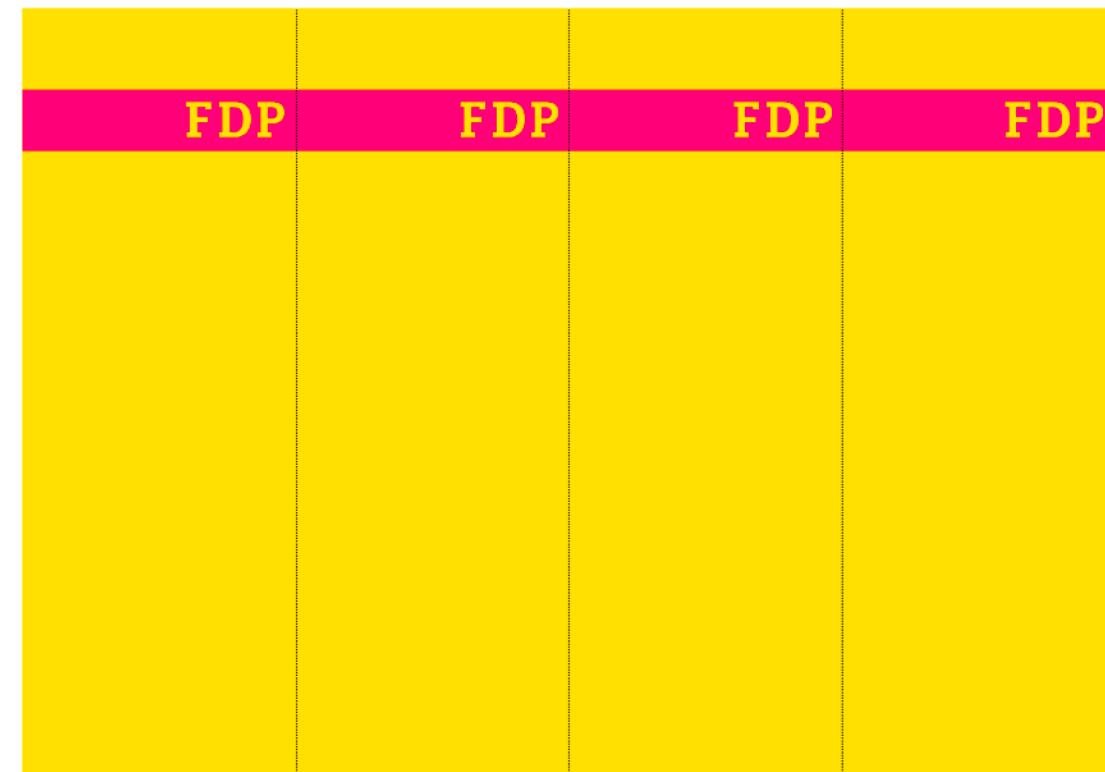
Größe Querformat:

Bei Querformat-Anwendungen richtet sich die Größe des Logos nach der langen Seite des Formats.

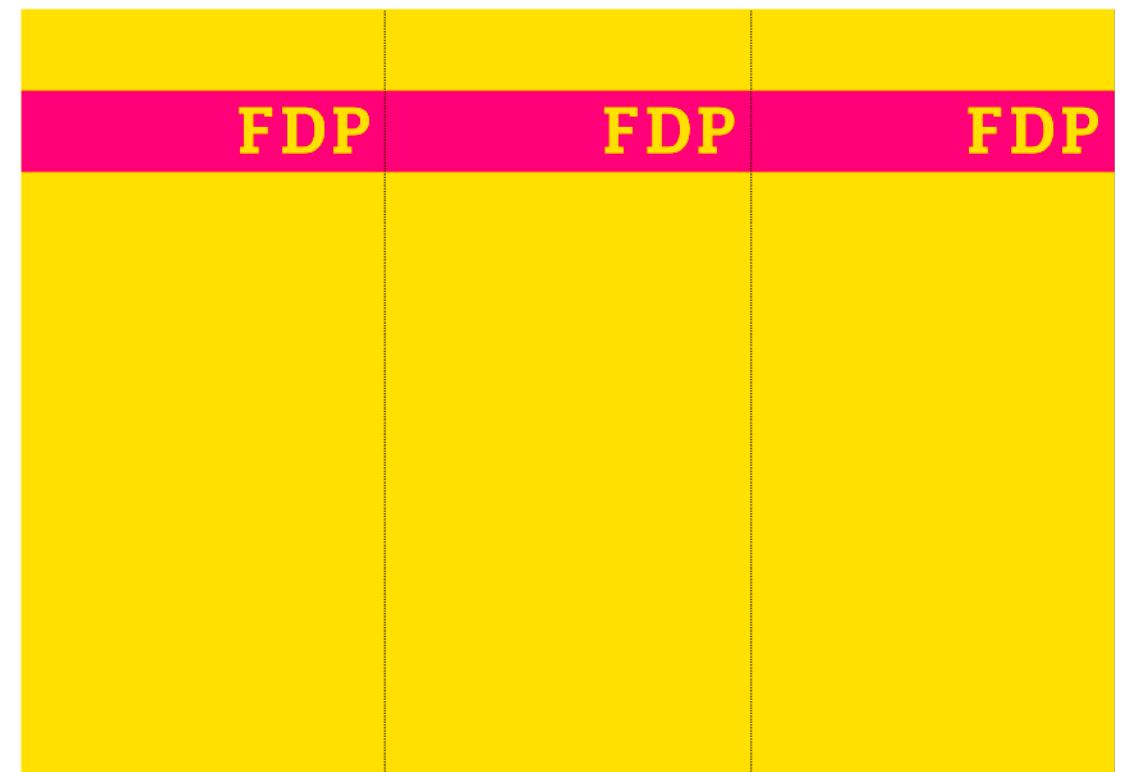
Das Logo sollte 1/3 oder 1/4 der langen Formatseite einnehmen – je nach Layout und Gestaltungszweck.

Dabei gilt:

Nicht kleiner als 1/4 und nicht größer als 1/3 der langen Seite, um ein ausgewogenes und harmonisches Gesamtbild zu gewährleisten.



Logo 1/4 der langen Seite



Logo 1/3 der langen Seite

Gestaltungselement

Gestaltungselement:

Die Pfeile sind ein zentrales Element unseres Designs. Sie stehen für Bewegung, Dynamik und Fortschritt – im Sinne unseres Claims „Zurück auf vorwärts“. Alle Pfeile zeigen nach rechts, als Symbol für die Vorwärtsbewegung.

Einsatz:

Immer mindestens zwei Pfeile sichtbar, um Bewegung zu vermitteln.

Flexibler Einsatz:

Größe, Abstand und Anordnung sind variabel. Anschnitte sind erlaubt, solange die Pfeilform erkennbar bleibt.

Farbe und Hintergrund:

Die Pfeile sind Magenta und stehen immer auf gelbem Hintergrund.



Gestaltungselement



Flexibler Einsatz



Flexibler Einsatz



Flexibler Einsatz



Flexibler Einsatz

Gestaltungselement in Anwendung

Platzierung im Layout:

Für eine gute Lesbarkeit steht die Headline immer auf gelber Fläche, möglichst ohne Pfeile im direkten Bereich. Im Bildbereich ist ein spielerischer Umgang mit den Pfeilen erwünscht. Sie dürfen deutlich im Hintergrund erscheinen.

Beispiele im Layout zeigen die flexible Anwendung und wie das Element Bewegung ins Design bringt.



Layoutaufbau

Layoutprinzipien

Die Gestaltung lebt von Flexibilität im Aufbau und einem klaren, wiedererkennbaren Stil. Dafür stehen vier verschiedene Layoutbeispiele, die unterschiedliche Textlängen und Anwendungsfälle zeigen. Die Ausrichtung ist immer linksbündig, um Struktur und Leseführung zu gewährleisten.

Motto und Namen:

Das Motto steht in der Regel unterhalb der Headline und ist bündig mit dieser ausgerichtet. Es kann auch direkt in die Headline integriert werden – z. B. als Zwei- oder Dreizeiler (siehe 3).

Der Name kann flexibel platziert werden: entweder direkt unter dem Logo oberhalb der Headline (siehe 1, 2) oder freier, z. B. neben dem Bild im Zwischenraum des Pfeils (siehe 4).

Wichtig: Motto und Name sollten, wenn möglich, immer die gleiche Schriftgröße haben, um ein einheitliches Gesamtbild zu schaffen.



A1 Kandidaten-Plakat Hoch

Im Hochformat gibt es mehrere Gestaltungsmöglichkeiten. Der Grundaufbau bleibt gleich: Der Kandidat steht groß und präsent im Fokus, die Gestaltungselemente treten dezent in den Hintergrund. Die Varianten unterscheiden sich in der Anordnung von Motto, Name und Logo:

1. Fokus: Motto

Motto im Vordergrund, Kandidat zentral platziert. Name über dem Motto, Logo auf der Person. Hintergrund plakativ.



1



2

2. Fokus: Motto

Motto im Vordergrund, Kandidat zentral platziert. Name oberhalb des Mottos, Logo prägnant auf der Brust.

3. Fokus: Name

Name groß und präsent, Motto klein neben dem Kandidaten. Logo auf der Brust. Optional kann hier auch eine alternative Hintergrundfläche eingesetzt werden. (3B)



3A



3B

A1 Kandidaten-Plakat Hoch

4.A Fokus: kurze Headline mit Kandidat

Kurze Headline, Name oberhalb, Logo prägnant auf der Brust, Motto neben dem Kandidaten.

4.B Fokus: lange Headline mit Kandidat

Plakative Headline, Name neben dem Logo, Motto unterhalb der Headline, Kandidat neben der Headline klein.

4.C Fokus: lange Headline ohne Kandidat

Plakative Headline, Name unter dem Logo, Motto unterhalb der Headline.



4A



4B



4C

Social Media



4:5



9:16



1:1



Danke.