

# Styleguide.

Kommunalwahl 2026 in Niedersachsen

Zukunft von hier.



**Freie  
Demokraten**

Niedersachsen **FDP**

# Vorbereitung zur Kommunalwahl

Der Landesverband setzt bei der Kommunalwahl auf eine starke Regionalisierung der Kampagne. Mithilfe des Kachel- und Printgenerators aus dem Mitgliederportal oder der Mitglieder-App, können die Kandidatinnen und Kandidaten vor Ort optimal in Szene gesetzt werden.

Dieser Styleguide gibt die notwendigen Werkzeuge an die Hand, um inhaltlich als auch grafisch hervorstechen.

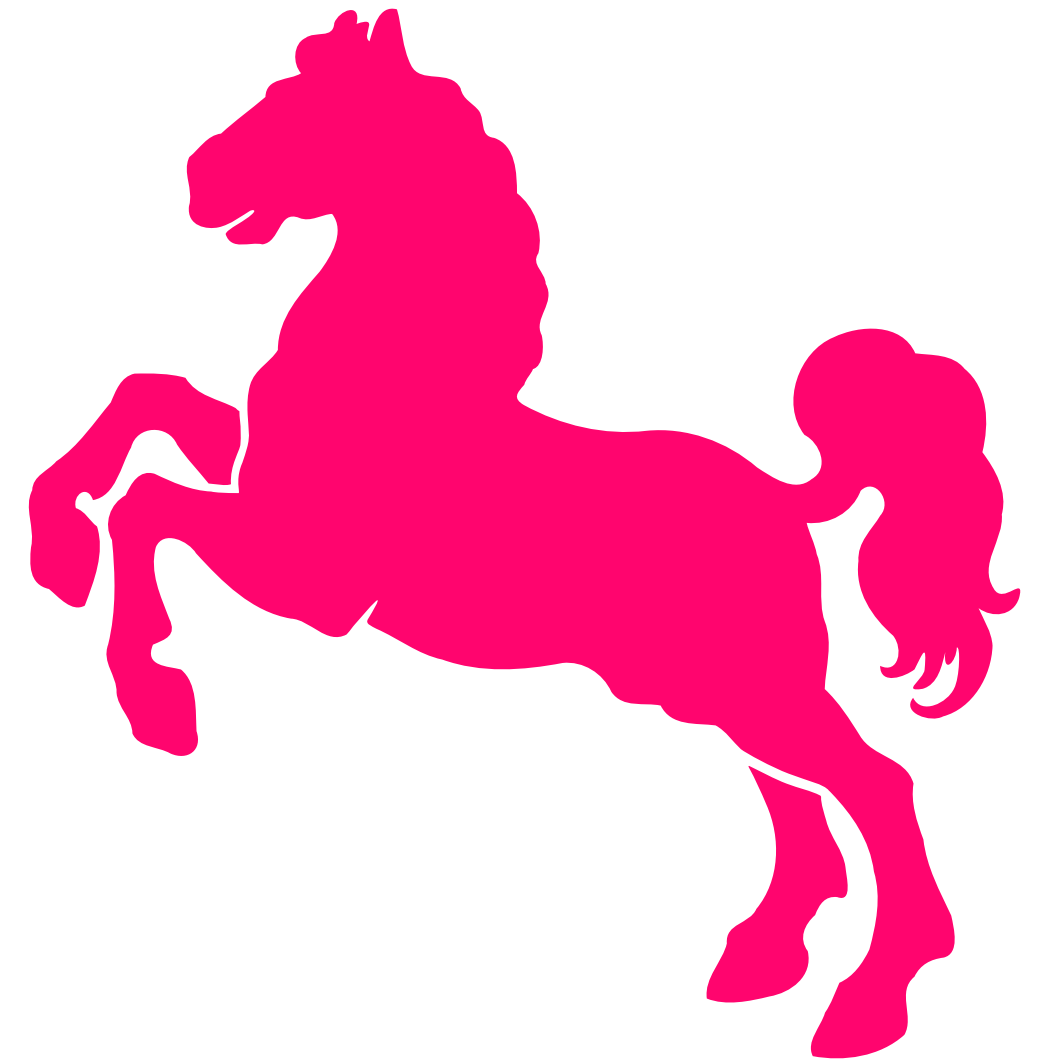
So sind verschiedene Vorschläge für Claims und auch eine Fülle an thematischen Icons zu finden, mit denen Plakate, Flyer aber auch Beiträge in den sozialen Netzwerken, abgestimmt auf die Zielgruppen vor Ort, erstellt werden können.

Für alle, die unseren Printgenerator nicht nutzen möchten, steht Ihnen unser Dienstleister S&T Digitale Medien mit einem professionellen Layout- und Druckservice zur Verfügung.

Von der Gestaltung bis zur finalen Produktion erhalten Sie hier alles aus einer Hand.

Weitere Informationen finden Sie unter:

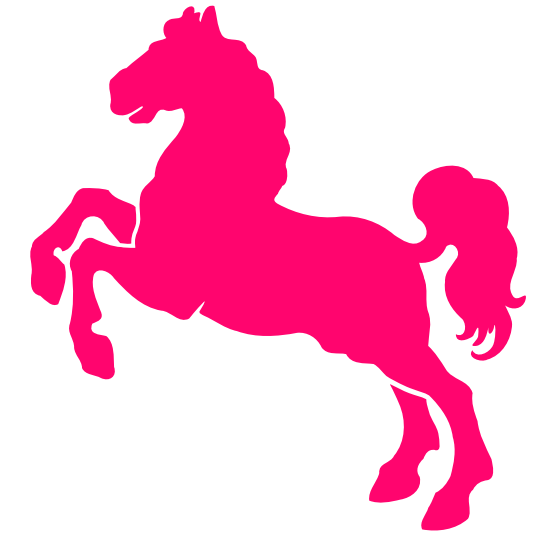
[www.st-berlin.de/fdp](http://www.st-berlin.de/fdp)  
oder 030 4147910.



# Zukunft von hier.

# Motto

# Zukunft von hier.



Fokus auf Kandidatin / Kandidaten

Max Mustermann für hier.

Das geht mit Max Mustermann.

Zukunft mit Max Mustermann.

Fortschritt mit Max Mustermann.

Bürger nah. Liberal. Max Mustermann.

Themenbezogen

Die Energie vor Ort.

Solide Finanzen. Starke Kommune.

Regional wirtschaften. Zukunft sichern.

Landwirtschaft mit Perspektive.

Bildung stärkt Zukunft.

Aus Haltung heraus

Hier steckt Zukunft drin.

Taten sprechen lassen.

Freiheit, die funktioniert.

Vernunft statt Verbote.

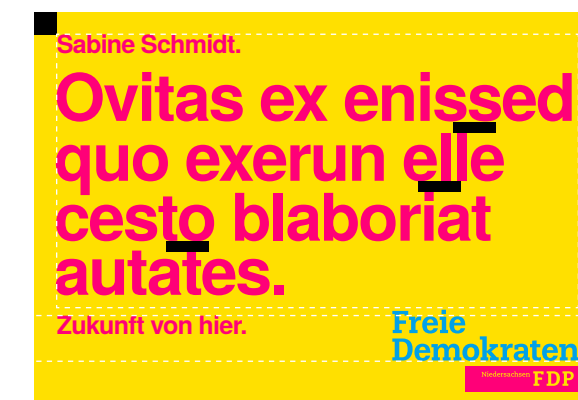
Ideen, die bewegen.

# Kampagnenlook.

Der Look der Kampagne entspricht der neuen FDP CI.

Alle Maßnahmen der Kommunalwahl Kampagnen – vom Facebook-Post bis zum 18/1 Großflächenplakat – haben einen wiedererkennbaren Look.

Die klare Aufteilung von Bild und Text ist leicht im Umgang und ermöglicht eine einheitliche Gestaltung der FDP Kommunal Wahlkampfkampagnen.



# Farbe

Die primären Farben der FDP sind Gelb und Magenta. Die Farben Blau und Weiß sind Akzentfarben.

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

#FFE209  
Farbprofil: Display P3  
Pantone: 102 C

Gelb

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

#FF0078  
Farbprofil: Display P3  
Pantone: 213 C

Magenta

|        |        |
|--------|--------|
| R: 0   | C: 100 |
| G: 158 | M: 0   |
| B: 227 | Y: 0   |
|        | K: 0   |

Blau

|        |      |
|--------|------|
| R: 255 | C: 0 |
| G: 255 | M: 0 |
| B: 255 | Y: 0 |
|        | K: 0 |

Weiß

Lorem ipsum dolor amet.

Do

Lorem ipsum dolor amet.

Lorem ipsum dolor amet.

~~Lorem ipsum dolor amet.~~

Don't

~~Lorem ipsum dolor amet.~~

~~Lorem ipsum dolor amet.~~

# Schrift

Die Schrift ist die TeX Gyre Heros Bold in gemischter Schreibweise

Laufweite: -30 Pt (InDesign)

Laufweite manuell optisch ausgleichen\*

Maximal bis auf -50 Pt

Ausgehend von DIN A4 sollten Name und Motto mind. 25 Pt sein

## Zeilenabstand HL (ZAB)

4,5X = Schrifthöhe

X = Zeilenabstand

Wenn die Unterlänge von einem “p” auf die Oberlänge von einem “l” trifft, dann beträgt der Zeilenabstand 0,5X.

## Zeilenabstand Fließtext

Schriftgröße + 2-3pt = X

X = Zeilenabstand

## \*Wichtig!

Nach Einhaltung der ZAB Regeln, bitte immer gegenchecken, dass die Zeilen gleichmäßig wirken. Texte bei denen viele Ober- und Unterlängen aufeinander treffen, laden dazu ein, manuell bewertet und optisch ausgeglichen zu werden.

## Download

<https://ctan.org/search?phrase=TeX+Gyre+Heros>

AÄBCDEFGHIJKLMNOÖPQRSTUÜVWXYZ  
aäbcdefghijklmnoöpqrstuüvwxyz 0123456789

TeX Gyre Heros

Lorem  
 ipsum  
 dolor  
 samet.

Zeilenabstand (ZAB)

Lorem  
 ipsum  
 dolor  
 samet.

Lorem

Laufweite

Lorem  
 ipsum  
 dolor  
 samet.

Don't ZAB

Lorem  
 ipsum  
 dolor  
 samet.

Lorem

Don't Laufweite

Lorem

# Logo Schutzraum

Schutzraum des Logos entspricht der Versalhöhe vom “F”.

Keine Texte oder andere Grafiken im Schutzraum.

Schutzraum gibt den Abstand zum Bildrand vor.

## Größe

Das Logo wird auf allen Formaten groß und prominent platziert.

Bei den meisten Kommunikationsmittel entspricht die Größe 1/3 der Formatbreite. Wodurch sich der Abstand zum Rand ableiten lässt.

Nur in Ausnahmefällen, kann das Logo kleiner platziert werden.



# Verwendung vom Logo

Das FDP-Logo wird in der gesamten Kampagne in drei Varianten – je nach Farbigkeit des Hintergrunds – eingesetzt.

Das Logo Blau, Magenta, Gelb wird auf gelben Hintergrund eingesetzt.

Das Logo Weiß, Gelb, Magenta wird auf magentafarbenen Hintergrund gesetzt.

Sitzt das Logo über dem Motiv des Spitzenkandidaten, so wird das Logo gewählt, das sich am besten vom Hintergrund abhebt.



Don't Logo

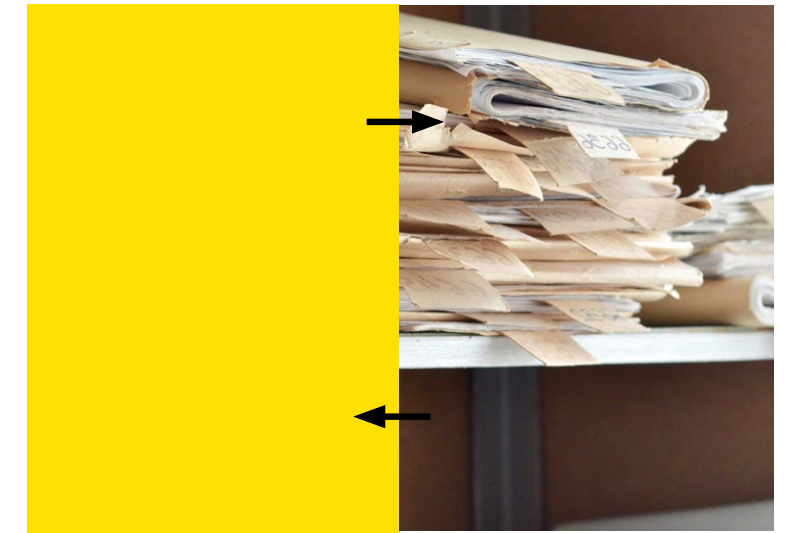
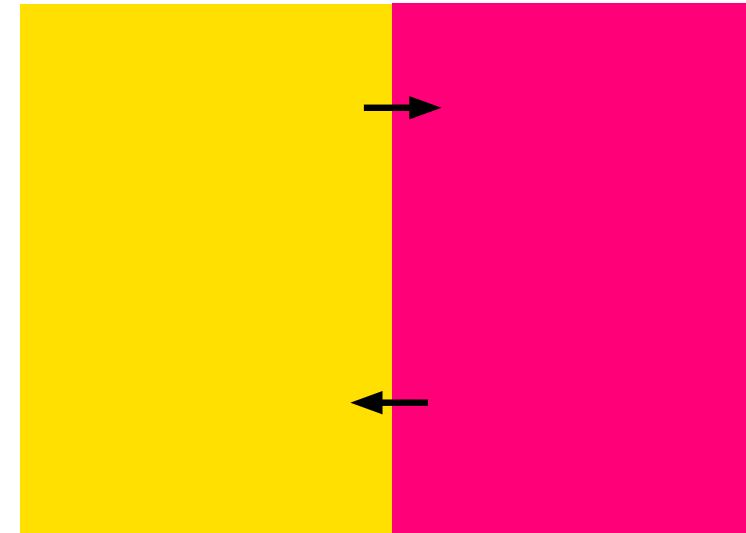
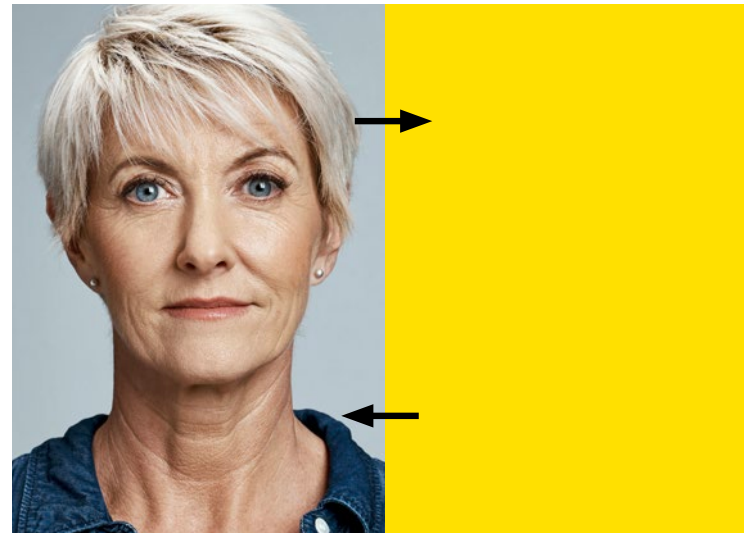
# Hintergrund / Layout

Der Hintergrund besteht grundsätzlich aus zwei unterschiedlichen Flächen:

- Text (magenta auf gelb) und ein Bild
- Text (magenta auf gelb) ein Icon (gelb auf Magenta)

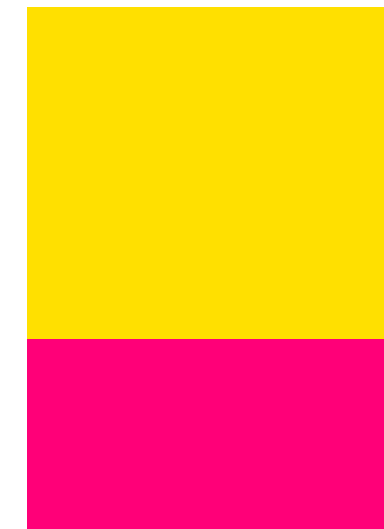
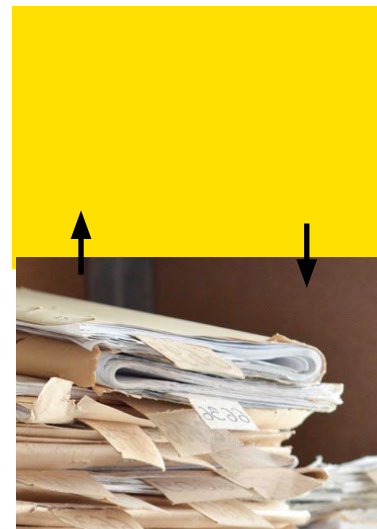
Flächen können nach Belieben vertauscht werden.

Flächen der GF trennen sich immer genau in der Mitte des Formates.



Bei A0/A1/Hochformaten kann das Verhältnis der beiden Flächen nach belieben angepasst werden: sodass mehr Raum für Bild oder Headline entsteht.

Typoplakate ohne Bild sind für alle Formate möglich.



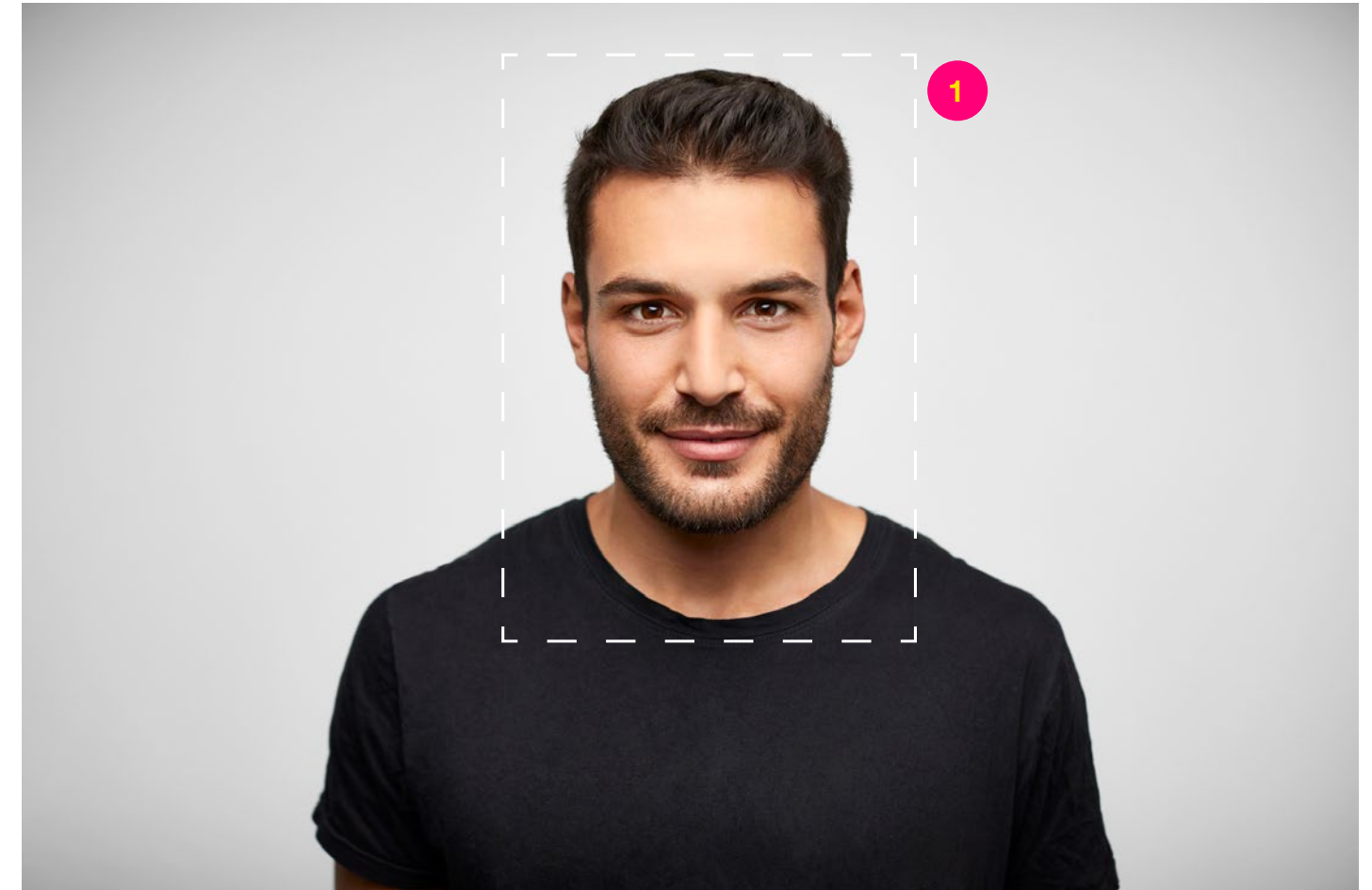
## Wichtig!

Bei Hochformaten im Druck mit Magenta Fläche und Icon können die Flächen nicht vertauscht werden. Hier kann das Icon nur in der unteren Hälfte des Layouts stattfinden.

Dies gilt nicht für Online Formate.

# Motive

**1** Empfohlener  
Bildausschnitt



Kandidatinnen und Kandidaten werden im Studio vor einem grauen Hintergrund geshootet.

Der Grauton ist nicht definiert, empfehlenswert ist ein mittlerer Grauton.

Der Hintergrund muss in der Postproduktion nicht bearbeitet werden: es wird ins Layout gesetzt wie er fotografiert wurde.

Weiches Licht mit Fokus aufs Gesicht.

Gerade, aufrechte Position mit Blick in die Kamera. Den Körper nicht drehen, kein Halbprofil, aber bitte nicht zu steif.

Kann auch sitzend (auf Stuhl bzw. hohem Hocker) fotografiert werden.

**Wichtig!**

Motive mit genügend Platz zum einspiegeln in alle Formate aufnehmen. Person darf auf dem Originalbild nicht angeschnitten sein (es muss genügend „Fleisch“ fürs Layout vorhanden sein).

Unbedingt mit Schulter aufnehmen, gerne bis zur Halbtotalen.

# Styling

**Modern, schlicht und authentisch.**

**Die Kandidaten und Kandidatinnen sollen sich wohl fühlen, daher muss die Kleidung zur Person passen.**

**Wir empfehlen ein (transparentes) mattierendes Pulver, um den Hautglanz zu reduzieren.**

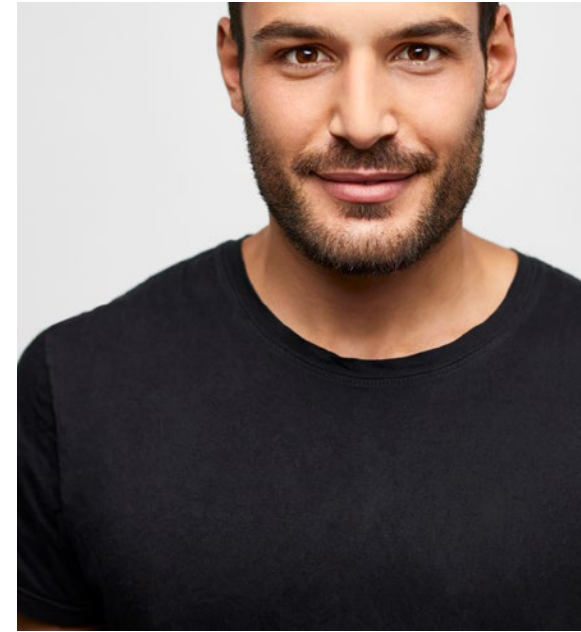
**Damit das Logo auf dem Bild gut lesbar platziert werden kann, empfehlen wir eher dunklere Kleidung.**

**Dont's:**  
**Bitte keine störenden Muster oder sichtbare Marken/Logos tragen.**

**Feine Muster oder dünne Streifen sind unbedingt zu vermeiden.**

**Bitte keinen auffälligen Schmuck tragen.**

**\* Die hier dargestellten Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dienen nur als Anschauungsbeispiele.**



# Icons

Icons werden hauptsächlich Gelb auf Magenta gesetzt.

GF Format vertikaler Split zusammen mit dem Logo auf Magenta seite große und plakativ.

Hochformat, je nach Zeile groß und Plakativ oder klein.

Niemals das Logo über das Icon oder umgekehrt.

Ausnahme, wenn der Splitscreen entfällt und das Icon Gelb auf Magenta platziert werden kann. Dann aber in klein.

Die Icons werden passend zur Headline ausgewählt. Dabei ergänzen sie das Thema oder greifen spezielle Wörter aus der Zeile spielerisch auf. So bleibt es aufregend und entertainig.



In Ausnahmefällen kann der Split bei GF Formaten horizontal sodass das Icon so eingesetzt werden kann.



Do



Dont's

# Großflächenplakate mit Bild

## Layoutbeispiel 1

### Bild

Das Bild mittig auf der Bildhälfte ausrichten.  
Es empfiehlt sich entweder die Nasenspitze oder die Ohren als Orientierung zu nutzen.

### Headline (HL), Name und Motto

HLs immer so groß setzen wie möglich.  
Laufweite -30pt.  
Zeichenabstand immer optisch ausgleichen.

Ausgehend von einer DIN A4 Formatgröße,  
sind Name und Motto min. 25 pt groß.

### Zeilenabstand (ZAB)

4,5X = Schrifthöhe  
X = Zeilenabstand

### Logo

Größe: 1/3 der Formatbreite  
Position: zentriert, unten im Layout auf dem Bild.

Das Logo kann bei Bedarf mit mehr  
Abstand zum unteren Rand platziert  
werden. Es empfiehlt sich Logo und Motto  
zueinander auszurichten.

### Layout Tipp

Zur Ausrichtung von Logo und  
Motto können Oberkanten als auch  
Grundlinien verwendet oder bündig  
zueinander abschließen.

Abstand zum Seitenrand entspricht  
Schutzzone des Logos (s. 7).



$\frac{2}{X}$  = wenn Unter-  
und Oberlängen  
aufeinander  
treffen.

Min. Abstand von  
HL zu Namen/Motto  
= X

### Layout Tipp

Je nach HL kann die  
Größe des Mottos  
an der HL  
angepasst werden,  
sodass sie bündig  
zueinander laufen.

# Großflächenplakate mit Bild

## Layoutbeispiel 2

### Bild

Das Bild mittig auf der Bildhälfte ausrichten.  
Es empfiehlt sich entweder die Nasenspitze  
oder die Ohren als Orientierung zu nutzen.

### Headline (HL), Name und Motto

HLs immer so groß setzen wie möglich.  
Laufweite -30pt.  
Zeichenabstand immer optisch ausgleichen.

Name und Motto haben immer die gleiche  
Schriftgröße.

Ausgehend von einer DIN A4 Formatgröße,  
sind Name und Motto min. 25 pt groß.

### Zeilenabstand (ZAB)

4,5X = Schrifthöhe  
X = Zeilenabstand

### Logo

Größe: 1/3 der Formatbreite  
Position: zentriert, unten im Layout auf  
dem Bild.

Das Logo kann bei Bedarf mit mehr  
Abstand zum unteren Rand platziert  
werden. Es empfiehlt sich Logo und Motto  
zueinander auszurichten.

Der Name über der HL immer ohne Punkt.

Abstand zum Seitenrand entspricht  
Schutzzone des Logos (s. 7)

HL platziert sich  
mittig zwischen  
Name und Motto.



# Großflächenplakate mit Bild

## Layoutbeispiel 3

### Bild

Das Bild mittig auf der Bildhälfte ausrichten.  
Es empfiehlt sich entweder die Nasenspitze oder die Ohren als Orientierung zu nutzen.

### Headline (HL), Name und Motto

HLs immer so groß setzen wie möglich.  
Laufweite -30pt.  
Zeichenabstand immer optisch ausgleichen.

Name und Motto haben immer die gleiche Schriftgröße.

Ausgehend von einer DIN A4 Formatgröße, sind Name und Motto min. 25 pt groß.

### Zeilenabstand (ZAB)

4,5X = Schrifthöhe  
X = Zeilenabstand

### Logo

Größe: 1/3 der Formatbreite  
Position: zentriert, unten im Layout auf dem Bild.

Das Logo kann bei Bedarf mit mehr Abstand zum unteren Rand platziert werden. Es empfiehlt sich Logo und Motto zueinander auszurichten.

Abstand zum Seitenrand entspricht Schutzzone des Logos (s. 7)

HL platziert sich mittig zwischen Layoutrand und Name/Motto.



### Layout Tipp

Zur Ausrichtung von Logo und Motto können Oberlängen und Grundlinien verwendet oder bündig zueinander abschließen.

X

## Layoutbeispiel 4

**HL platziert sich mittig zwischen Layoutrand und Name/Motto.**

**Das Logo kann bei Bedarf mit mehr Abstand zum unteren Rand platziert werden. Es empfiehlt sich Logo und Motto zueinander auszurichten.**



**Layout Tipp**  
Zur Ausrichtung von Logo und Motto können Oberlängen und Grundlinien verwendet oder bündig miteinander abschließen.

# Großflächenplakate Typo

## Layoutbeispiel 5

Abstand zum Seitenrand entspricht  
Schutzzone des Logos (s. 7)

### Headline (HL), Name und Motto

HLs immer so groß setzen wie möglich.

Laufweite -30pt.

Zeichenabstand immer optisch ausgleichen.

Name und Motto haben immer die gleiche  
Schriftgröße.

Name und Motto richten sich an der Höhe  
des „F“s und der Unterlinie des „D“s vom  
Logo aus.

Ausgehend von einer DIN A4 Formatgröße,  
sind Name und Motto min. 25 pt groß.

### Zeilenabstand (ZAB)

4,5X = Schrifthöhe

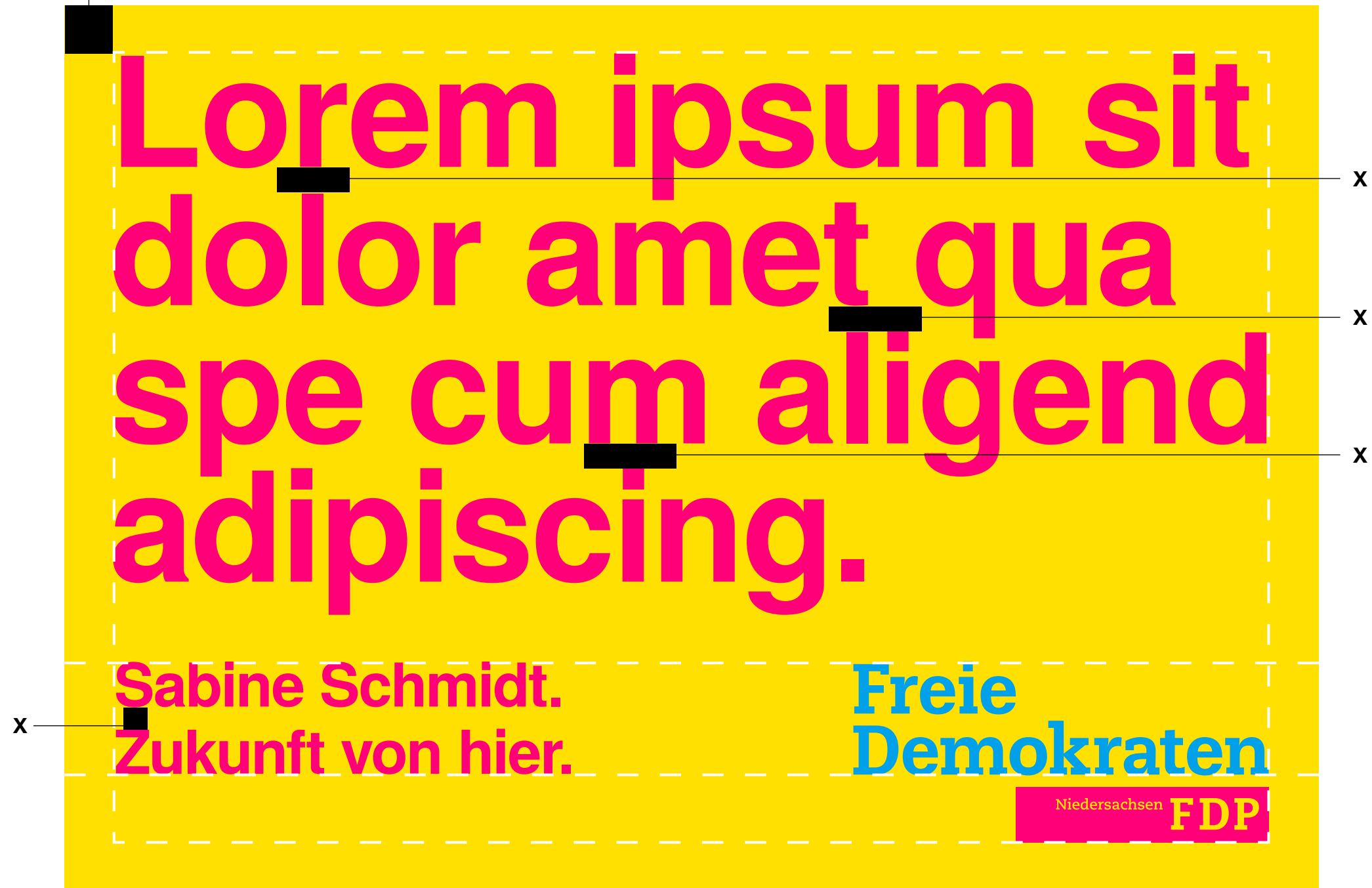
X = Zeilenabstand

### Logo

Größe: 1/3 der Formatbreite

Position: unten rechts

Das Logo kann bei Bedarf mit mehr  
Abstand zum unteren Rand platziert  
werden. Es empfiehlt sich Logo und Motto  
zueinander auszurichten.



# Großflächenplakate Typo

## Layoutbeispiel 6

Abstand zum Seitenrand entspricht  
Schutzzone des Logos (s. 7)

### Headline (HL), Name und Motto

HLs immer so groß setzen wie möglich.

Laufweite -30pt.

Zeichenabstand immer optisch ausgleichen.

Name und Motto haben immer die gleiche  
Schriftgröße.

Ausgehend von einer DIN A4 Formatgröße,  
sind Name und Motto min. 25 pt groß.

Motto setzt sich als ein- oder zweizeiler auf  
Layoutbreite.

### Zeilenabstand (ZAB)

4,5X = Schrifthöhe

X = Zeilenabstand

### Logo

Größe: 1/3 der Formatbreite

Position: unten rechts

Das Logo kann bei Bedarf mit mehr  
Abstand zum unteren Rand platziert  
werden. Es empfiehlt sich Logo und Motto  
zueinander auszurichten.



X

Abstand  
(Schutzzone des  
Logos, s. 7)

# Großflächenplakate Typo

## Layoutbeispiel 7

### Headline (HL), Name und Motto

HLs immer so groß setzen wie möglich.

Laufweite -30pt.

Zeichenabstand immer optisch ausgleichen.

Name und Motto haben immer die gleiche Schriftgröße.

Ausgehend von einer DIN A4 Formatgröße, sind Name und Motto min. 25 pt groß.

Motto richtet sich an der Höhe des „r“ und der Unterlinie des „D“s vom Logo aus.

### Zeilenabstand (ZAB)

4,5X = Schrifthöhe

X = Zeilenabstand

### Logo

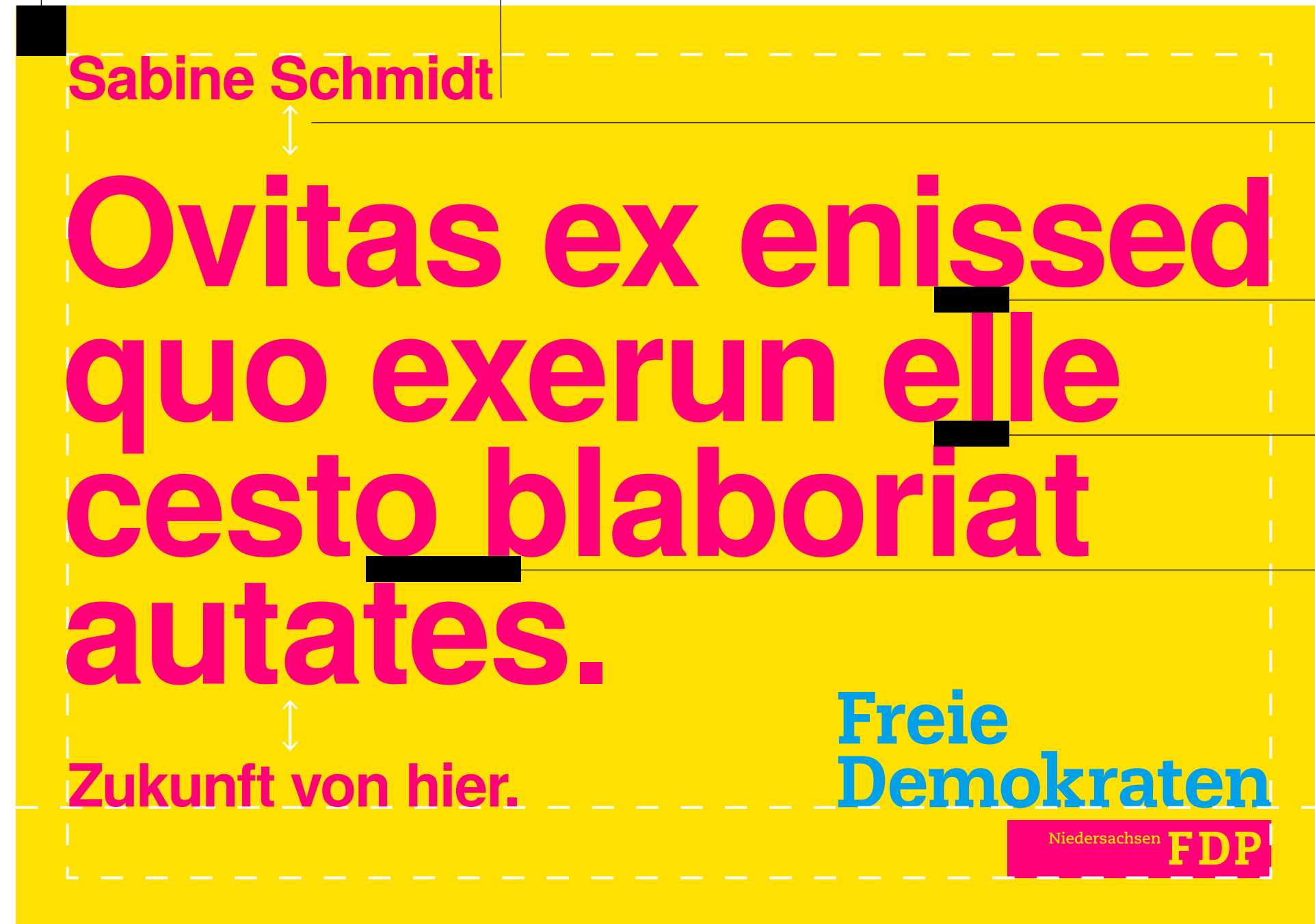
Größe: 1/3 der Formatbreite

Position: unten rechts

Das Logo kann bei Bedarf mit mehr Abstand zum unteren Rand platziert werden. Es empfiehlt sich Logo und Motto zueinander auszurichten.

Abstand zum Seitenrand entspricht Schutzzone des Logos (s. 7)

Name über der HL immer ohne Punkt.



HL mittig zwischen Name und Motto platieren.

X

X

X

# Kandidatenplakate

## Layoutbeispiel 8

### Bild

Das Bild mittig auf der Bildhälfte ausrichten.  
Es empfiehlt sich entweder die Nasenspitze  
oder die Ohren als Orientierung zu nutzen.

Das Bild kann entweder über oder unter der  
HL platziert werden.

### Headline (HL), Name und Motto

HLs immer so groß setzen wie möglich  
Laufweite -30pt

### Zeilenabstand (ZAB)

4,5X = Schrifthöhe  
X = Zeilenabstand

Ausgehend von einer DIN A4 Formatgröße,  
sollten Name und Motto min. 25 pt betragen.

### Logo

Größe: 45% der Formatbreite  
Potition: mittig auf dem Bild platziert, bündig  
zum unteren Layoutrand

Abstand zum Seitenrand entspricht  
Schutzzone des Logos (s. 7)

HL sitzt mittig zwischen Kante von  
Bild und Motto.



# Kandidatenplakate

## Layoutbeispiel 9

### Bild

Das Bild mittig auf der Bildhälfte ausrichten.  
Es empfiehlt sich entweder die Nasenspitze  
oder die Ohren als Orientierung zu nutzen.

Das Bild kann entweder über oder unter der  
HL platziert werden.

### Headline (HL), Name und Motto

HLs immer so groß setzen wie möglich  
Laufweite -30pt

### Zeilenabstand (ZAB)

4,5X = Schrifthöhe  
X = Zeilenabstand

Ausgehend von einer DIN A4 Formatgröße,  
sollten Name und Motto min. 25 pt betragen.

### Logo

Größe: 45% der Formatbreite  
Position: mittig auf dem Bild platziert, bündig  
zum unteren Layoutrand

Name über der HL immer ohne Punkt.

Abstand zum Seitenrand entspricht  
Schutzzone des Logos (s. 7)

Sabine Schmidt

Lorem ipse  
um dolorenal  
siam amet  
adipiscing du.

Zukunft von hier.

X

X

X

X

Die Teilung passt sich  
der Länge der HL an.



# Themenplakate mit Icon

## Layoutbeispiel 10

### Headline (HL), Name und Motto

HLs immer so groß setzen wie möglich  
Laufweite -30pt.

Immer über der magenta Fläche.

Ausgehend von einer DIN A4 Formatgröße,  
sollten Name und Motto min. 25 pt betragen.

### Zeilenabstand (ZAB)

4,5X = Schrifthöhe  
X = Zeilenabstand

### Icon

Gelb auf Magenta.

Plakativ platzieren, ggf. in den Anschnitt des  
Formates.

Icon und die magenta Fläche werden immer  
unter der HL platziert.

### Logo

Größe: 45% der Formatbreite.

Position: ungefähr mittig auf magenta  
Fläche.

Logo und Icon dürfen sich niemals  
„berühren“.

Abstand zum Seitenrand entspricht  
Schutzzone des Logos (s. 7)

### Layout Tipp

Das Icon kann nach Bedarf in den  
Anschnitt platziert werden, dies  
ermöglicht eine plakative Platzierung  
ohne mit dem Logo zu konkurrieren.

### Achtung!

Dies ist nicht mit jedem Icon möglich.  
Icon muss erkennbar sein, obwohl es  
im Anschnitt liegt.



X

X

Die Teilung passt sich  
der Länge der HL an.

Das Logo kann links oder  
rechts platziert werden.

# Themenplakate Icon

## Layoutbeispiel 11

### Headline (HL), Name und Motto

HLs immer so groß setzen wie möglich  
Laufweite -30pt.

Immer über der magenta Fläche.

Ausgehend von einer DIN A4 Formatgröße,  
sollten Name und Motto min. 25 pt betragen.

### Zeilenabstand (ZAB)

4,5X = Schrifthöhe  
X = Zeilenabstand

### Icon

Gelb auf Magenta  
Position: neben Logo

Icon und die magenta Fläche werden immer  
unter der HL platziert.

### Logo

Größe: 45% der Formatbreite.  
Position: ungefähr mittig auf magenta  
Fläche.

Logo und Icon dürfen sich niemals  
„berühren“.

Abstand zum Seitenrand entspricht  
Schutzzone des Logos (s. 7)



X

X

X

X

Die Teilung passt sich  
der Länge der HL an.

Das Logo kann links oder  
rechts platziert werden.

# Themenplakate Icon

## Layoutbeispiel 12

### Headline (HL), Name und Motto

HLs immer so groß setzen wie möglich  
Laufweite -30pt.

Ausgehend von einer DIN A4 Formatgröße,  
sollten Name und Motto min. 25 pt betragen.

Name und Motto haben immer die gleiche  
Schriftgröße.

### Zeilenabstand (ZAB)

4,5X = Schrifthöhe

X = Zeilenabstand

### Icon

Magenta auf Gelb

Größe: höhe des Logos

Position: untere linke Ecke, bündig zum  
Logo.

### Logo

Größe: 45% der Formatbreite.

Position: untere rechte Ecke.

Logo und Icon dürfen sich niemals  
„berühren“.

Name über der HL immer ohne Punkt.

Abstand zum Seitenrand entspricht  
Schutzzone des Logos (s. 7)



# Themenplakate

## Layoutbeispiel 13

### Headline (HL), Name und Motto

HLs immer so groß setzen wie möglich  
Laufweite -30pt

Ausgehend von einer DIN A4 Formatgröße,  
sollten Name und Motto min. 25 pt betragen.

Name und Motto haben immer die gleiche  
Schriftgröße.

### Zeilenabstand (ZAB)

4,5X = Schrifthöhe  
X = Zeilenabstand

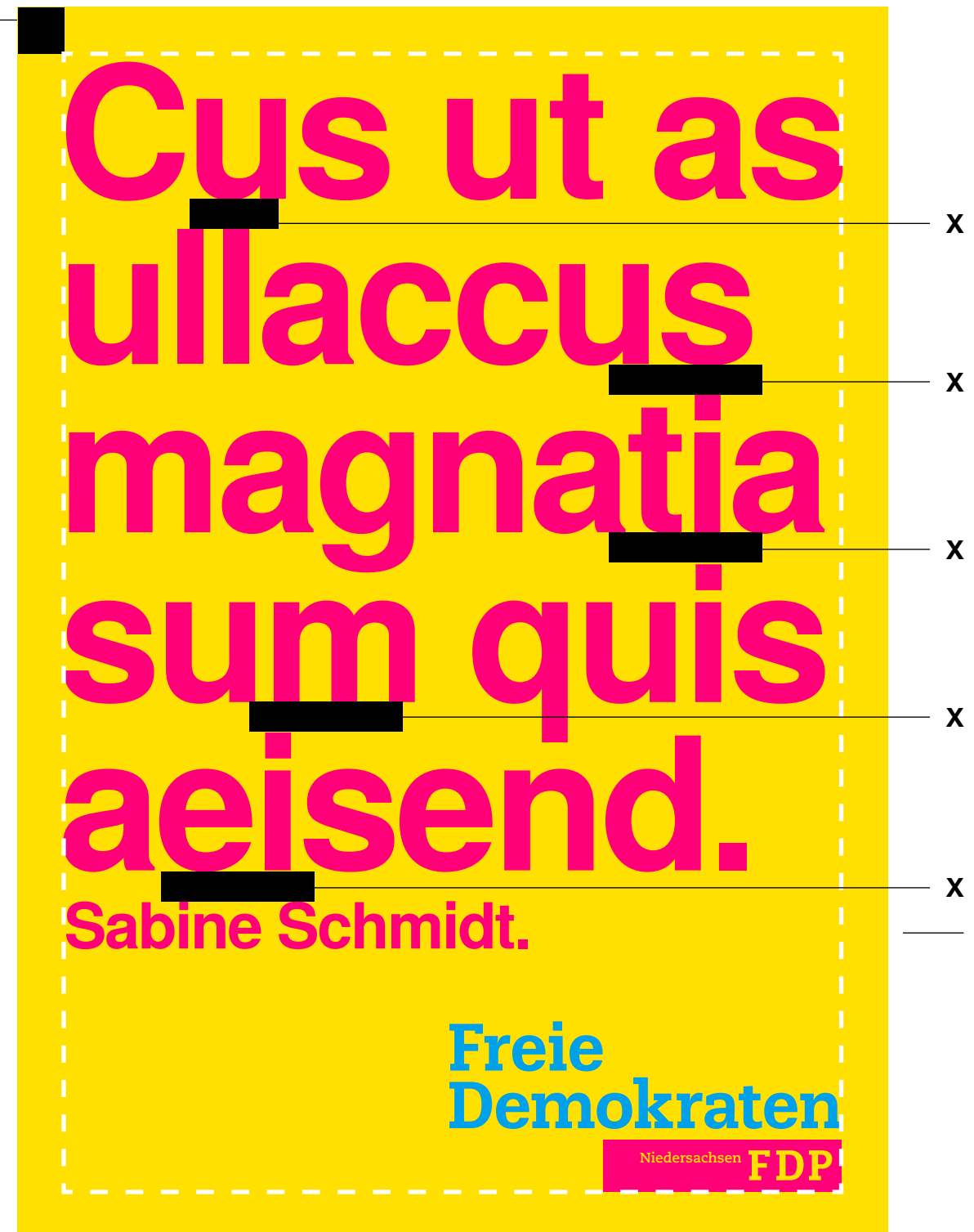
### Logo

Größe: 45% der Formatbreite.  
Position: untere rechte Ecke.

Abstand zum Seitenrand entspricht  
Schutzzone des Logos (s. 7)

### Layout Tipp

Bei HLs die die erste Zeile ausfüllen,  
empfiehlt es sich das Logo unter der  
HL in der unteren rechten Ecke zu  
platzieren.



Name und Motto  
ein- oder zweizeilig unter  
die HL platzieren.

# Themenplakate

## Layoutbeispiel 14

### Headline (HL), Name und Motto

HLs immer so groß setzen wie möglich  
Laufweite -30pt

Ausgehend von einer DIN A4 Formatgröße,  
sollten Name und Motto min. 25 pt betragen.

Name und Motto haben immer die gleiche  
Schriftgröße.

### Zeilenabstand (ZAB)

4,5X = Schrifthöhe  
X = Zeilenabstand

### Logo

Größe: 45% der Formatbreite.  
Position: obere rechte Ecke.

Abstand zum Seitenrand entspricht  
Schutzzone des Logos (s. 7)

Name über der HL immer ohne Punkt.

### Layout Tipp

Bei HLs die die erste Zeile nicht  
komplett ausfüllen, empfiehlt es sich  
das Logo über der HL in der oberen  
rechten Ecke zu platzieren.



Abstand vom Logo zum  
Namen definiert die  
Schutzzone des Logos (s. 7)

HL mittig zwischen Name  
und Motto platzieren.

X

X

X

X

# Social Media

## Bestandteile:

HL Magenta auf Gelb

Foto in Farbe von Kandidatin oder Kandidaten.

Foto: Umfeldbild

Icon

## Aufbau Headline:

Schriftart: TeX Gyre Heros Bold.

Laufweite: -30

## Zeilenabstand (ZAB)

4,5X = Schrifthöhe

X = Zeilenabstand

## Logo

Da das Logo im Profilbild stattfindet, muss es nicht mit auf die Posts.

Bei Stories und Karusellen, gerne mit dem Logo abschließen.

## Umgang mit Splitscreen:

Die Teilung kann bei allen Social Media Formaten nach belieben angepasst werden.

## Farben:

Die Farben sind Gelb und Magenta.

Blau und Weiß nur im Logo.

R: 255

G: 226

B: 9

R: 255

G: 0

B: 120

R: 0

G: 158

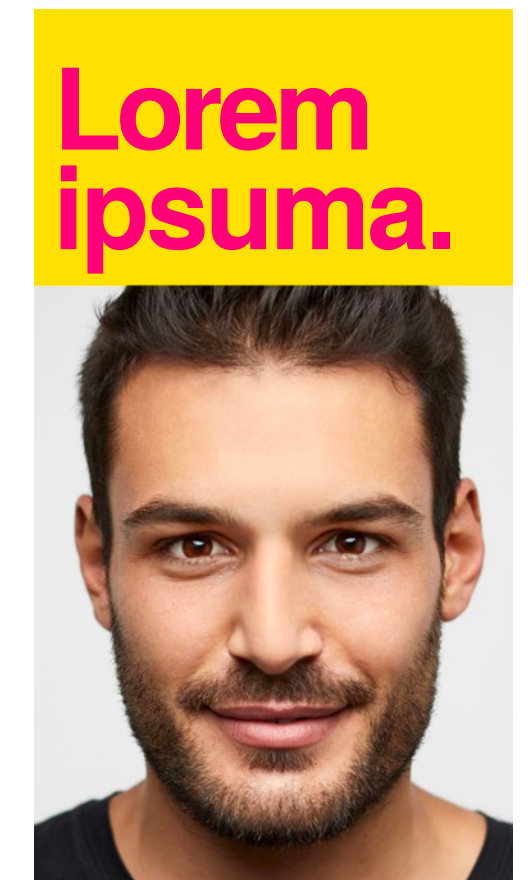
B: 227

R: 255

G: 255

B: 255

Für den digitalen Raum  
bitte immer das RGB  
Display P3 Farbprofil  
verwenden!



# Social Media

## Formatbeispiele:

Bilder können als freisteller auf Gelb gesetzt werden. Hierbei ist die Einspiegelung frei wählbar.

Nur vereinzelt sollten Layouts mit vollflächigem Bild genutzt werden.

Auf Basis der Richtlinien können auch weitere Formate erstellt werden.

**Format: 1:1**  
**1080 x 1080 px**

**Rand: 50 px**

**Format: 4:5**  
**1080 x 1350 px**

**Rand: 50 px**

**Format: 9:16**  
**1080 x 1920 px**

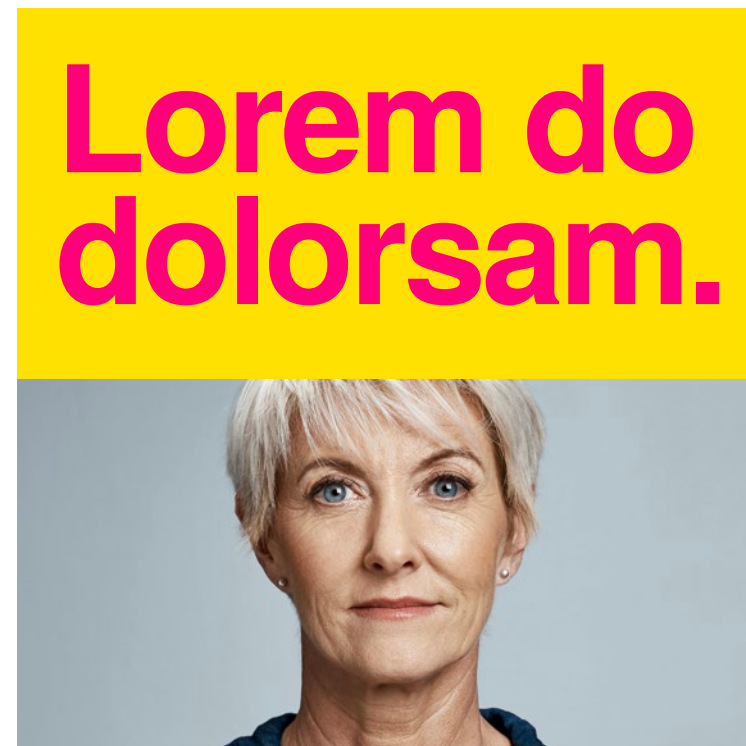
**Rand:**  
**Oben: 140 px**  
**Unten: 100 px**  
**Links u. Rechts: 50 px**

# Social Media

## 1:1 Beispiele



Freisteller auf Gelb



Split-Layout Text und Bild



Split-Layout Text und Icon



Icon auf Gelb

**Watchout!** Instagram schneidet automatisch 1:1 Posts zu für die 4:5 Kachelvorschau im Profil-Grid. Bitte beachten, dass die Texte nicht zu nah am Rand sind, sonst werden diese beschnitten. Bei Bildern darauf achten, dass diese im 1:1 Format sowie beschnitten für die 4:5-Vorschau gut aussehen. Unter Vorschau auf Instagram kann die Schnittposition pro Post individuell angepasst werden.

# Social Media

4:5 Beispiele



Freisteller auf Gelb



Vollflächig mit Bild



Split-Layout Text und Bild



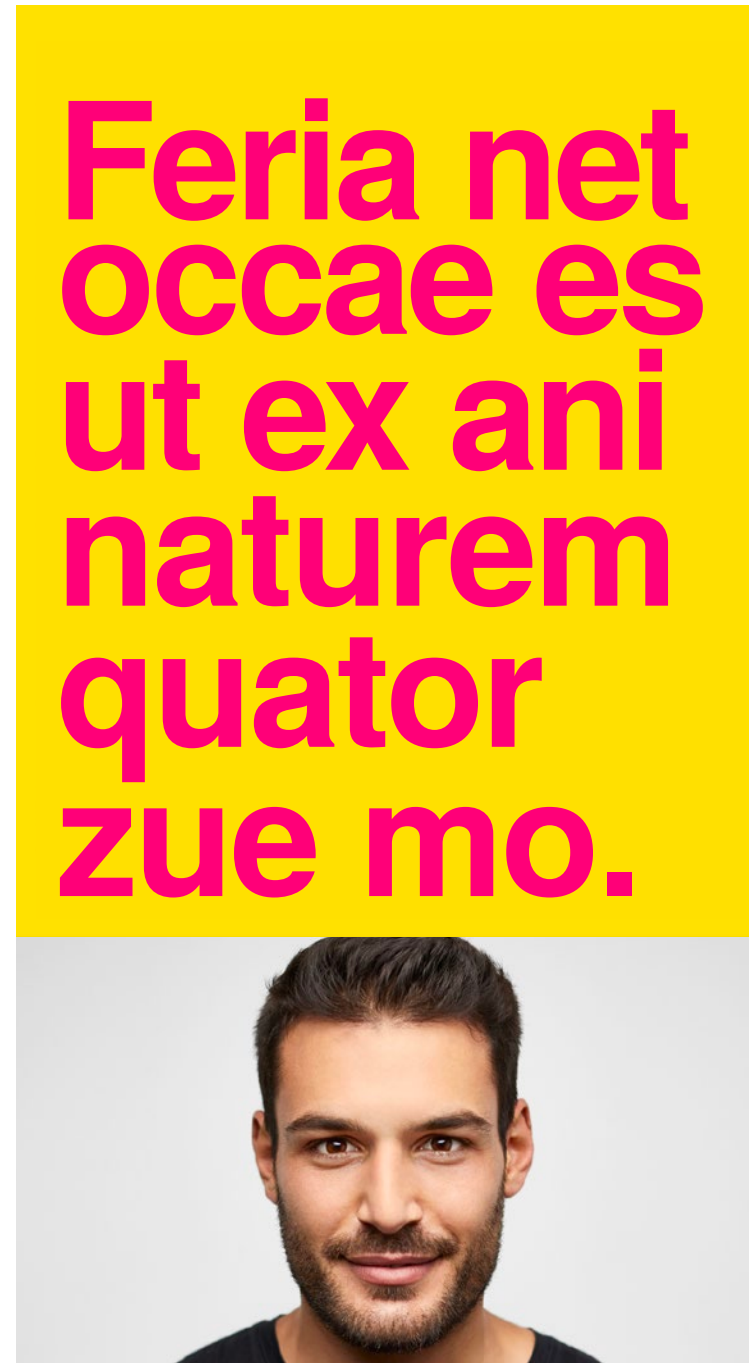
Split-Layout Text und Icon

# Social Media

9:16 Beispiele



Split-Layout Text und Bild



Split-Layout Text und Bild



Split-Layout Text und Icon



Split-Layout Text und Bild

# Social Media

## Headline und Subline Kombinationen

### Bestandteile:

HL Magenta auf Gelb

Foto in Farbe von Kandidatin oder Kandidaten.

Foto: Umfeldbild

Icon

### Aufbau Headline (HL) und Subline (SL):

HLs und SLs immer so groß setzen wie möglich.

Schriftart: TeX Gyre Heros Bold.

Laufweite: -30

### Zeilenabstand (ZAB)

X = Zeilenabstand

X<sup>2</sup> = Schutzraum

### Logo

Da das Logo im Profilbild stattfindet, muss es nicht mit auf die Posts.

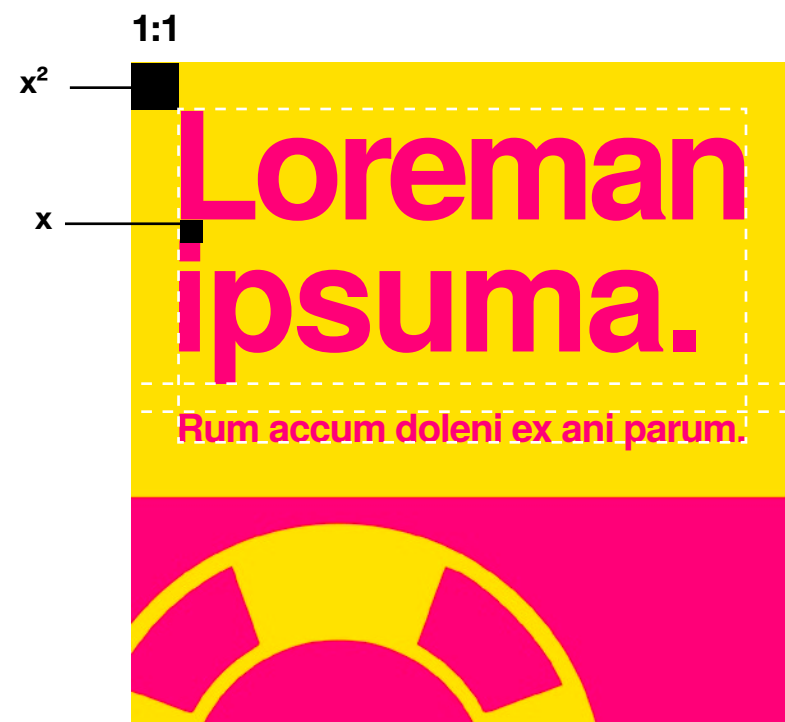
Bei Stories und Karusellen, gerne mit dem Logo abschließen.

### Umgang mit Splitscreen:

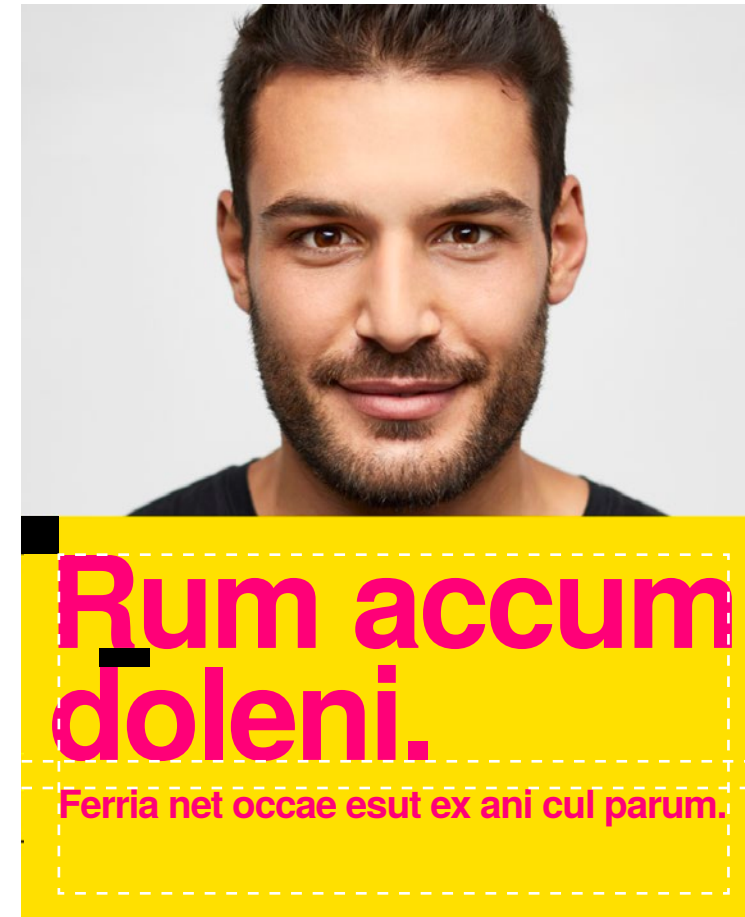
Die Teilung kann bei allen Social Media Formaten nach belieben angepasst werden.

### Farben:

Die Farben sind Gelb und Magenta.



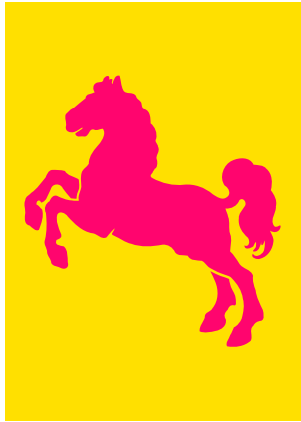
4:5



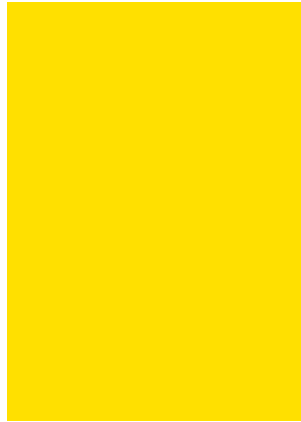
9:16



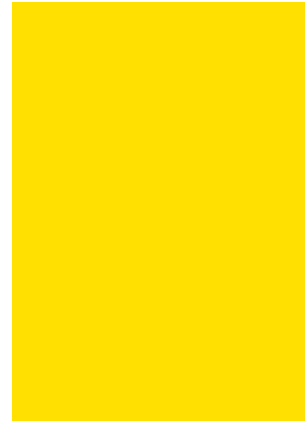
# Icons



Niedersachsen-Roß



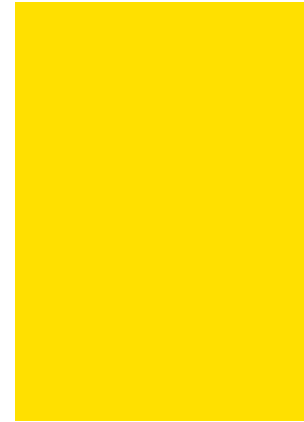
Haus



PC

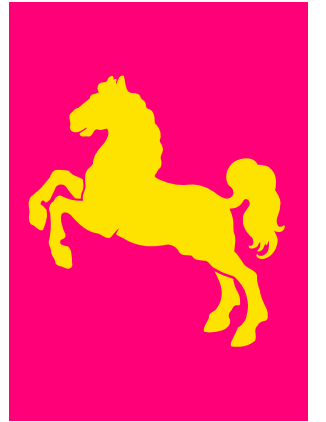


Trecker



Ähre

Icons sind hier Magenta auf Gelb gesetzt  
gezeigt. Gelb auf Magenta ist ebenfalls  
erlaubt und bietet Flexibilität für unter-  
schiedliche Anwendungen.



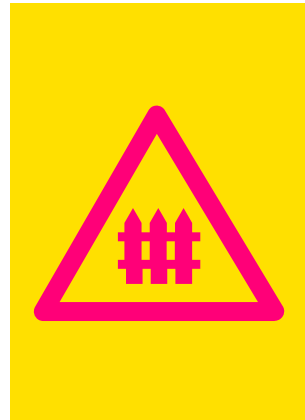
Niedersachsen-Roß



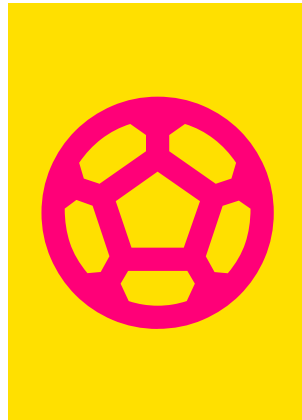
Auto



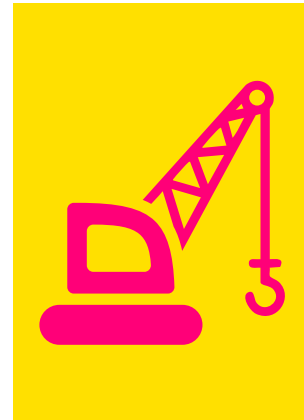
Bahn



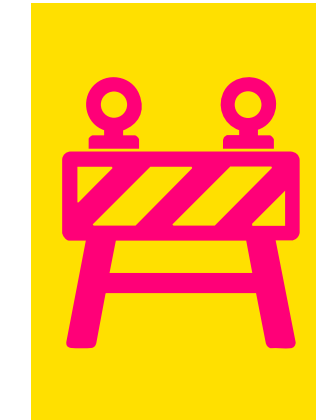
Bahnübergang



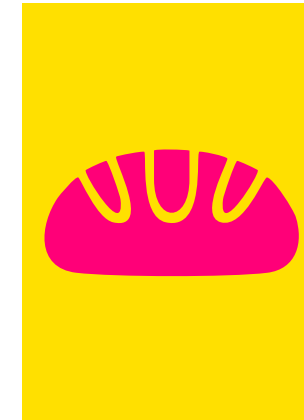
Ball



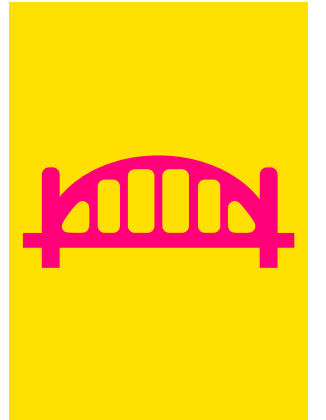
Baukran



Baustelle



Brot



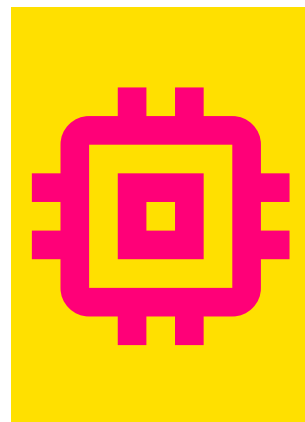
Brücke



Buggy



Bus



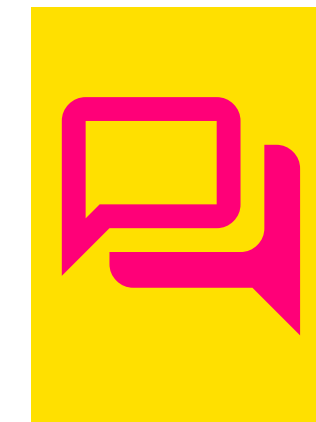
Chip



Daumen hoch



Daumen runter



Dialog

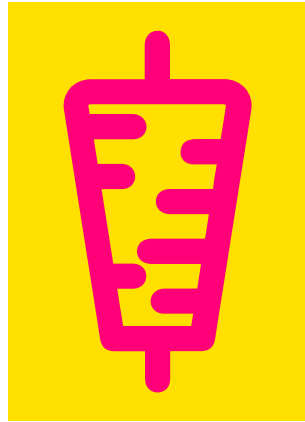


Discokugel



Doktorhut

# Icons



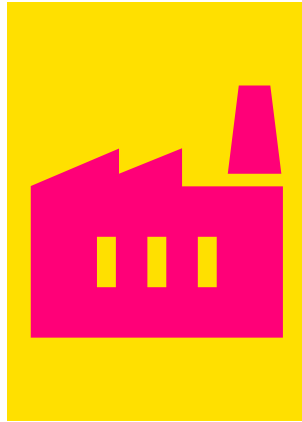
Döner



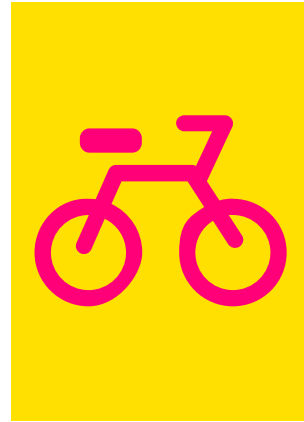
Einkaufskorb



Euro



Fabrik



Fahrrad



Fernglas



Flammenbaum



Geldsack



Glocke



Glühbirne



Haltestelle



Hammer



Hammer und Säge



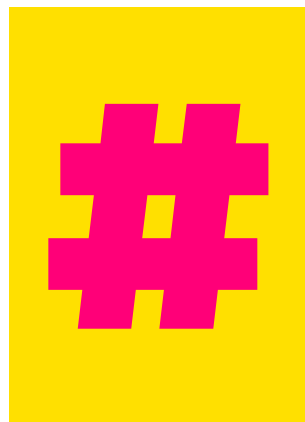
Hand-Herz



Hände



Hantel



Hashtag



Haus



Herz



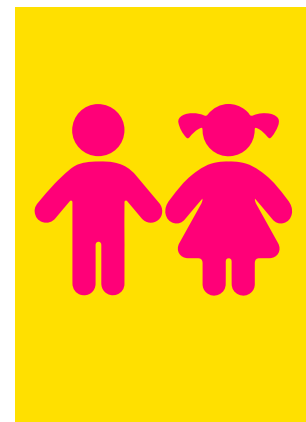
Hund



Hundehaufen



Jäger



Junge und Mädchen

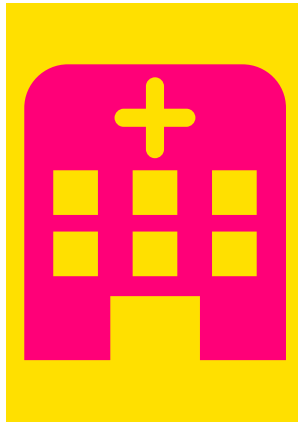


Kinder

# Icons



Kompass



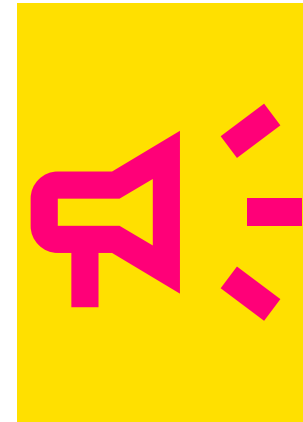
Krankenhaus



Kreisverkehr



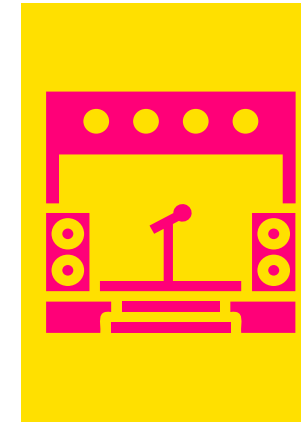
Markierungskreuz



Megaphon



Mülleimer



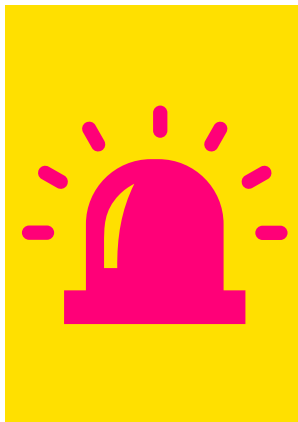
Musikbühne



Parkautomat



Parkplatz



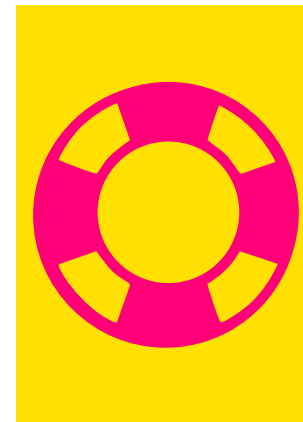
Polizei



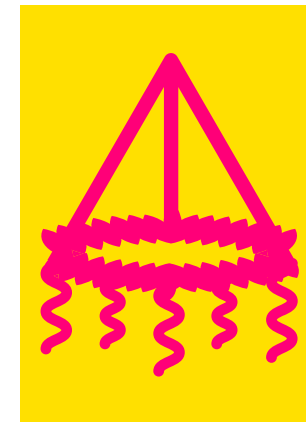
Rakete



Ratte



Rettungsring



Richtkrans



Rollstuhl



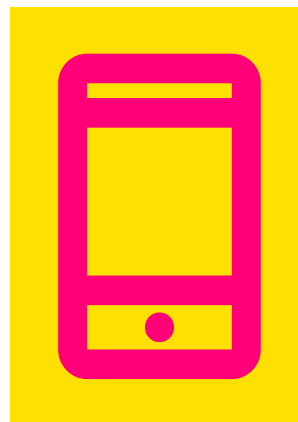
Rutsche



Schlagloch



Schule



Smartphone



Sparschwein



Sprechen



Sprinter

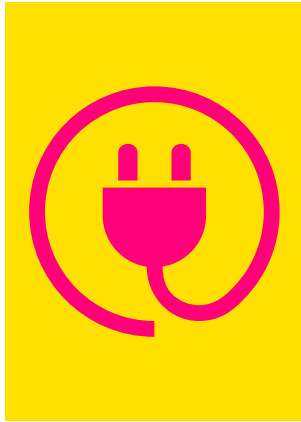


Stärke



Stau

# Icons



Stecker



Stethoskop



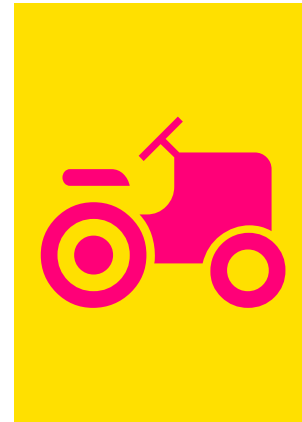
Tasse Kaffee



Taxi



Theatermasken



Traktor



U-Bahn



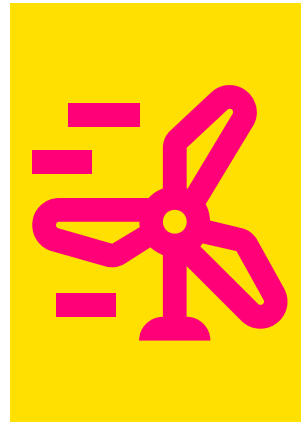
Wachstum



Wachstumspeil



Wahlkreuz



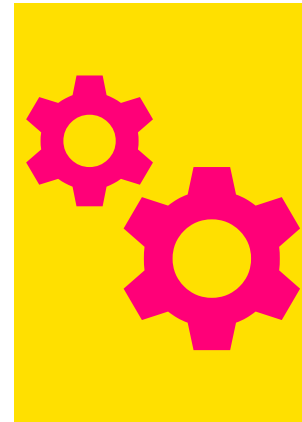
Windrad



WLAN



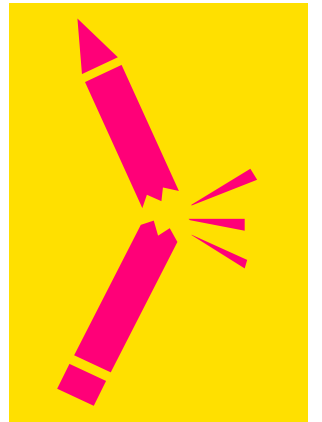
Wolf



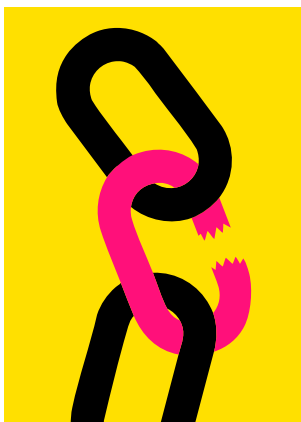
Zahnräder



Zebrastreifen



Zerbrochener  
Bleistift



Zerbrochene  
Kette

# Video-Tool



**Information  
kommt**

# Kandidatenservice

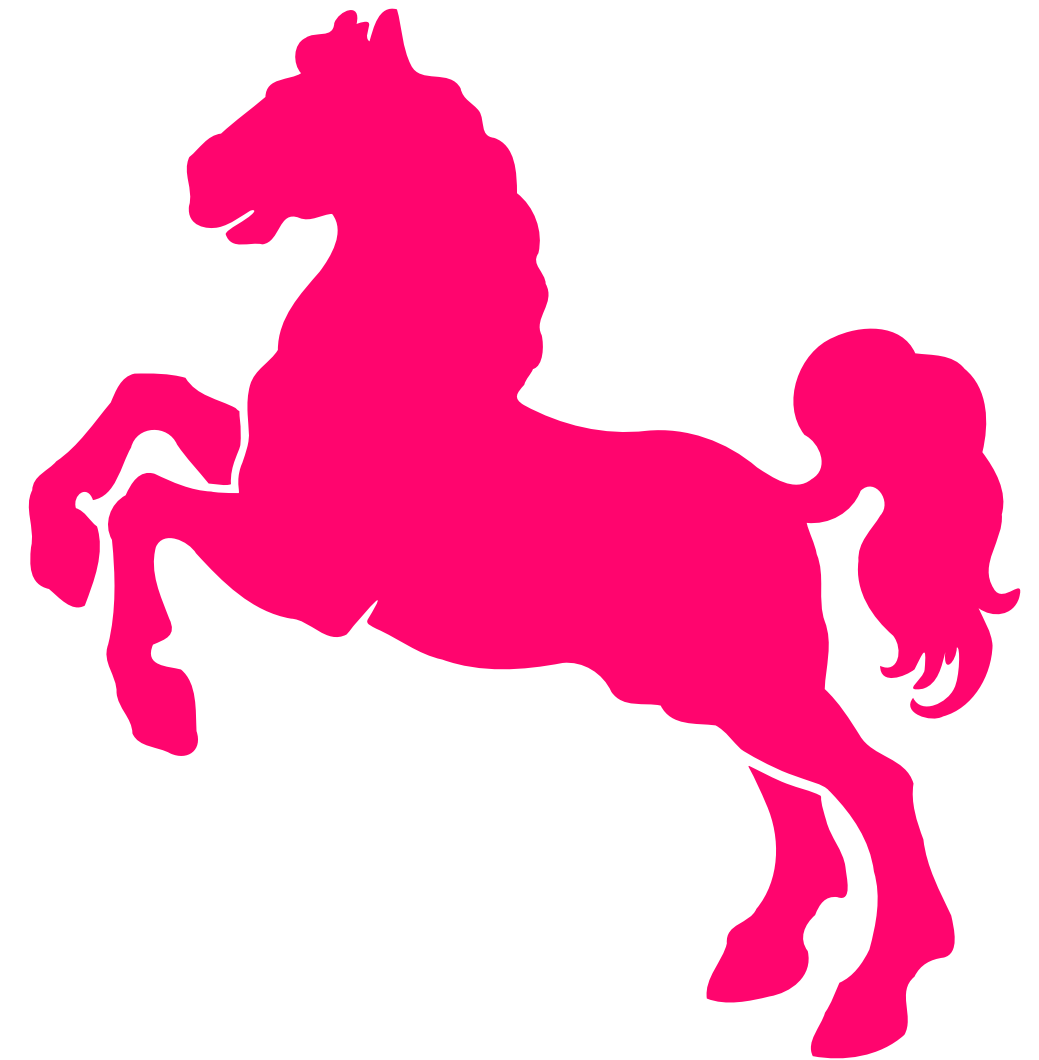
Mithilfe des Kachel- und Printgenerators aus dem Mitgliederportal oder der Mitglieder-App, können die Kandidatinnen und Kandidaten vor Ort optimal in Szene gesetzt werden.

Für alle, die unseren Printgenerator nicht nutzen möchten, steht Ihnen unser Dienstleister S&T Digitale Medien mit einem professionellen Layout- und Druckservice zur Verfügung.

Von der Gestaltung bis zur finalen Produktion erhalten Sie hier alles aus einer Hand.

Weitere Informationen finden Sie unter:

[www.st-berlin.de/fdp](http://www.st-berlin.de/fdp)  
oder 030 4147910.



# Impressum

FDP LANDESVERBAND NIEDERSACHSEN  
WALTER-GIESEKING-STRASSE 22  
30159 HANNOVER  
NDS@FDP.DE

# #zukunftvonhier