

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 hervorzustechen.

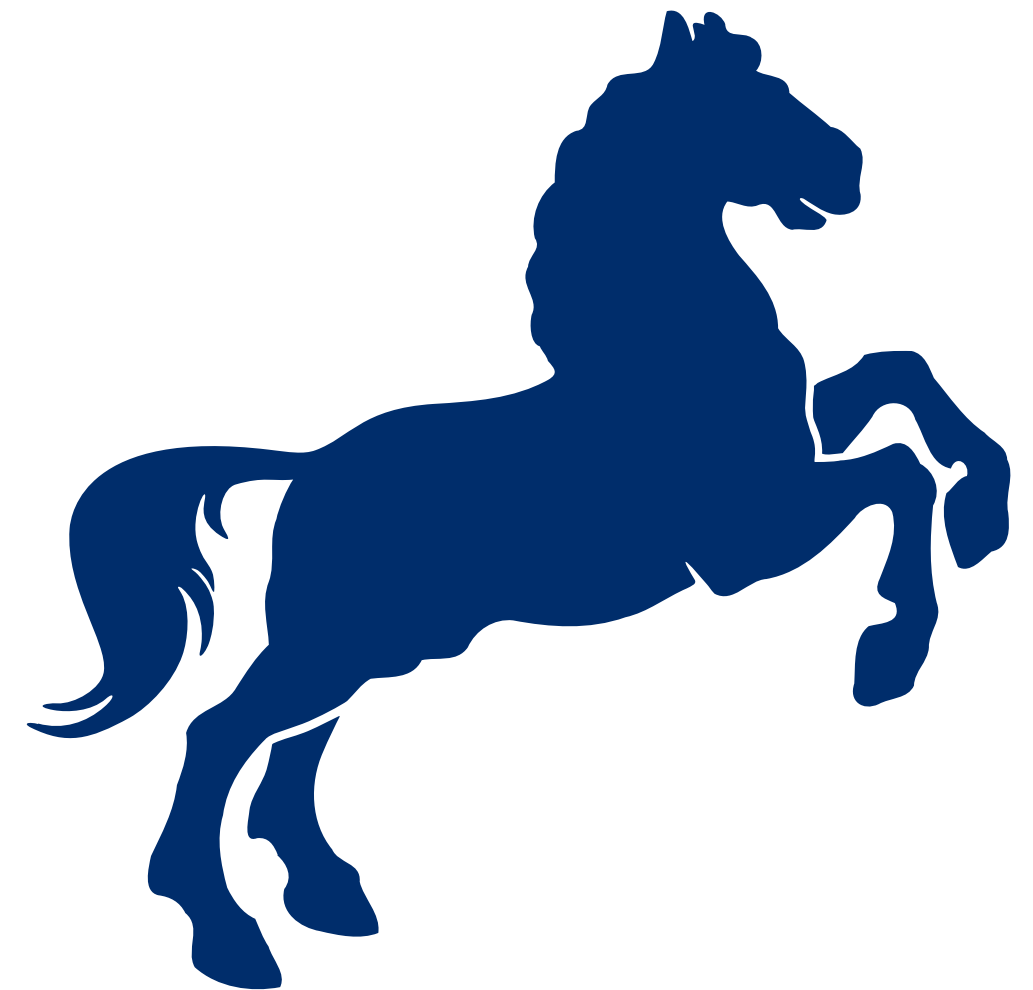
So sind verschiedene Vorschläge für Claims und auch eine Fülle an thematischen Icons zu finden, mit denen Plakate, Flyer aber auch Beiträge in den sozialen Netzwerken, abgestimmt auf die Zielgruppen vor Ort, erstellt werden können.

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:

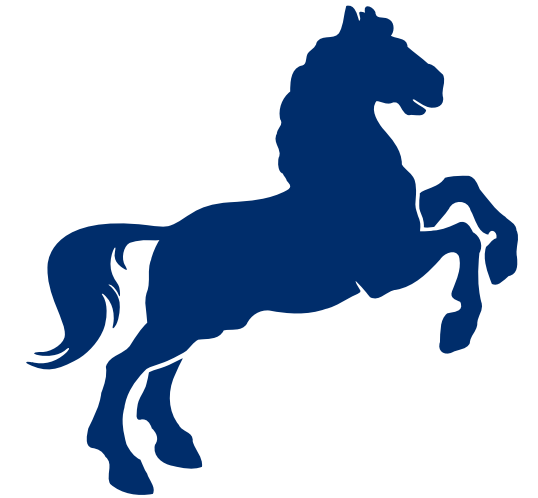
www.st-berlin.de/fdp
oder 030 4147910.



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.

Bürgernah. 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.

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 Blau. Die Farben Hellblau und Weiß sind Akzentfarben.

R: 255	C: 0
G: 224	M: 8
B: 0	Y: 100
	K: 0

#FFE000

Gelb

R: 30	C: 100
G: 46	M: 75
B: 114	Y: 0
	K: 40

#1D2D72

Blau

R: 0	C: 90
G: 167	M: 0
B: 231	Y: 0
	K: 0

#00a7e7

Hellblau

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

#FFFFFF

Weiß

Lorem ipsum dolor samet.	Lorem ipsum dolor samet.	Lorem ipsum dolor samet.
--------------------------	--------------------------	--------------------------

Do

Lorem ipsum dolor samet.	Lorem ipsum dolor samet.	Lorem ipsum dolor samet.
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------

Vermeiden

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



Diagram illustrating correct line spacing (ZAB) for the text "Lorem ipsum dolor samet." The text is shown in four lines. A vertical column of 'x' marks on the left indicates the line spacing, which is consistent across all lines.

Zeilenabstand (ZAB)



Diagram illustrating incorrect line spacing (ZAB) for the text "Lorem ipsum dolor samet." The text is shown in four lines. Horizontal lines and 'x' marks indicate inconsistent spacing between lines.



Diagram illustrating correct line width (Laufweite) for the text "Lorem".

Laufweite



Diagram illustrating incorrect line spacing (ZAB) for the text "Lorem ipsum dolor samet." The text is shown in four lines. A diagonal line indicates the spacing, which is not consistent.

Vermeiden ZAB



Diagram illustrating incorrect line spacing (ZAB) for the text "Lorem ipsum dolor samet." The text is shown in four lines. A diagonal line indicates the spacing, which is not consistent.



Diagram illustrating incorrect line width (Laufweite) for the text "Lorem". A diagonal line indicates the width, which is not consistent.

Vermeiden Laufweite



Diagram illustrating incorrect line width (Laufweite) for the text "Lorem". A diagonal line indicates the width, which is not consistent.

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 zwei Varianten – je nach Farbigkeit des Hintergrunds – eingesetzt.

Das Logo Blau, Gelb wird auf hellem Hintergrund eingesetzt.

Das Logo Weiß, Gelb wird auf dunklem Hintergrund gesetzt.

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



Vermeiden Logo

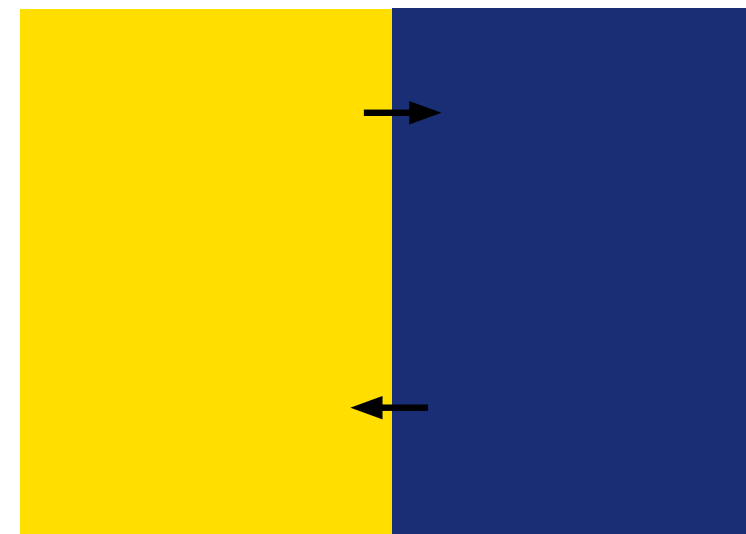
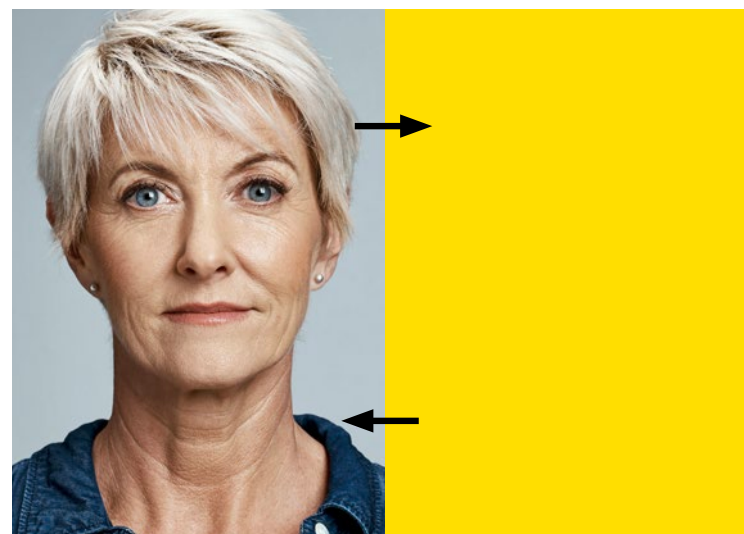
Hintergrund / Layout

Der Hintergrund besteht grundsätzlich aus zwei unterschiedlichen Flächen:

- Text (Blau auf Gelb) und ein Bild
- Text (Blau auf Gelb) ein Icon (Gelb auf Blau)

Flächen können nach Belieben vertauscht werden.

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



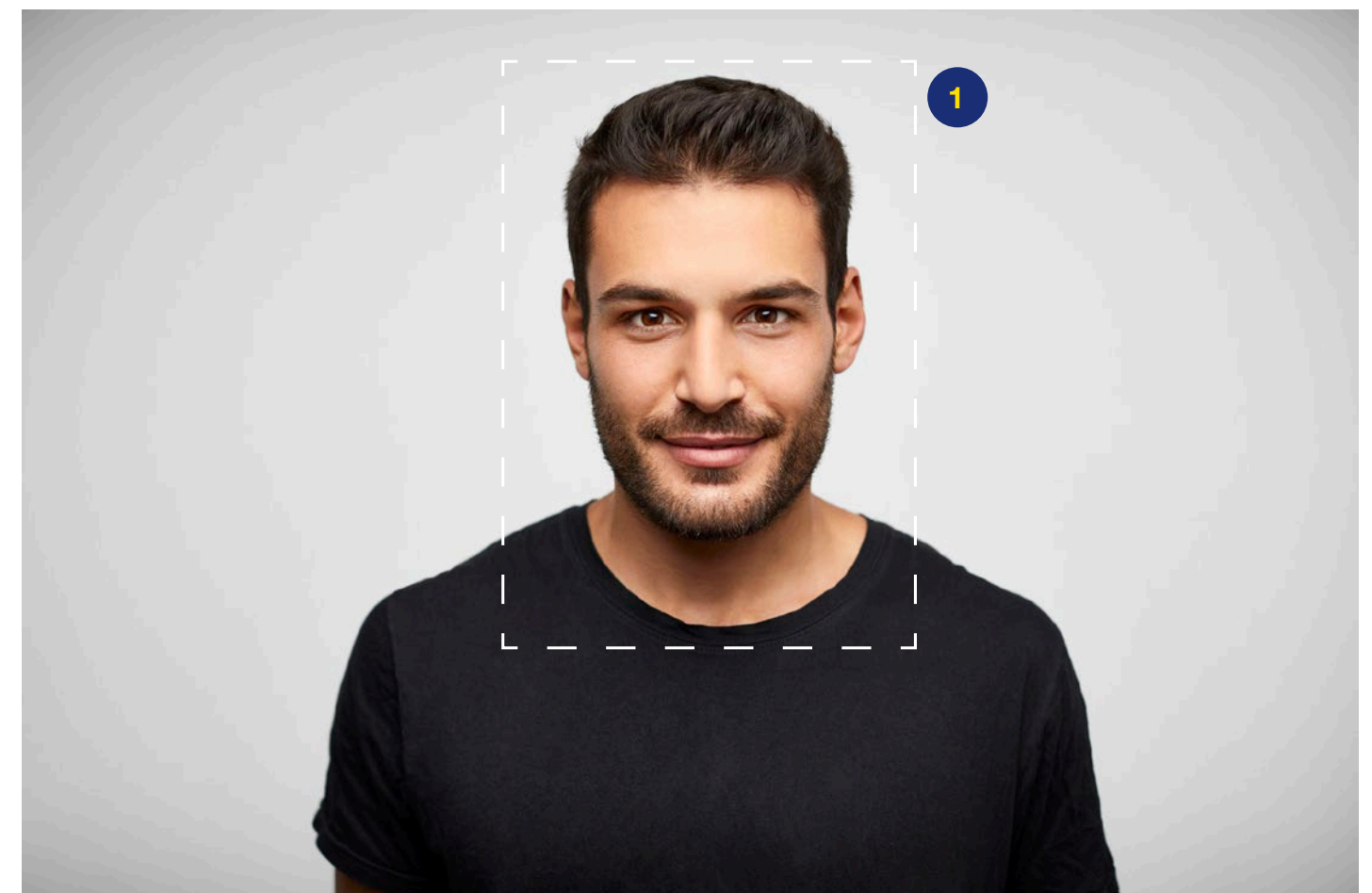
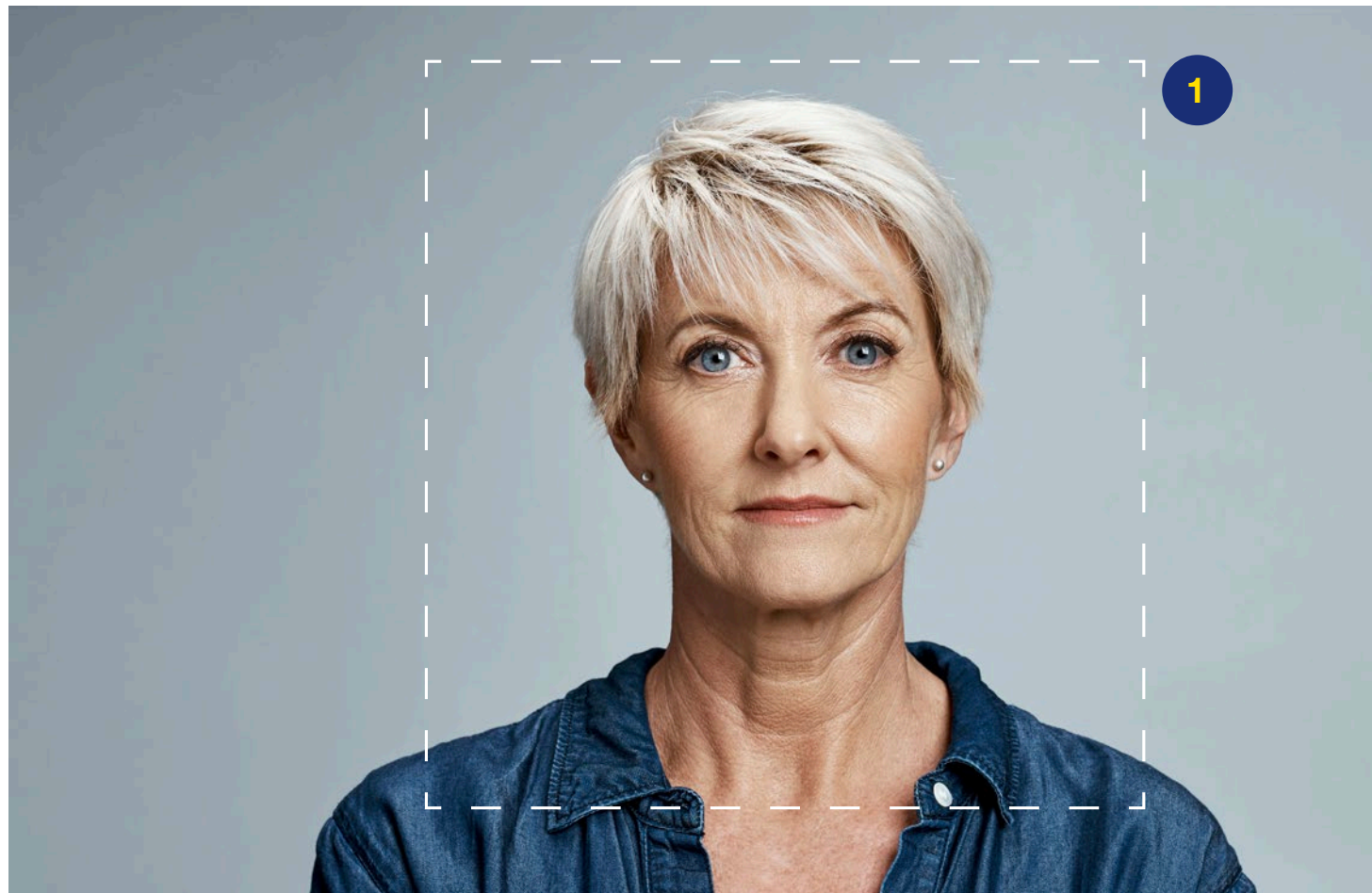
Bei A0/A1/Hochformaten kann das Verhältnis der beiden Flächen nach belieben angepasst werden: sodass mehr Raum für Bild oder Headline entsteht.

Typoplakate ohne Bild sind für alle Formate möglich.



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 Halbtotale.

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.

Vermeiden:

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 Blau gesetzt.

GF Format vertikaler Split zusammen mit dem Logo, groß und plakativ, auf der blauen Seite.

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 Blau 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.



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



Do



Vermeiden

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).



X

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

X

X

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**

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

HL platziert sich mittig zwischen Layoutrand und Name/Motto.

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.



X

X

X

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

Großflächenplakate mit Icon

Layoutbeispiel 4

Icon

Gelb auf Blau.
Groß und plakativ platzieren.

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.

Zeilenabstand (ZAB)

4,5X = Schrifthöhe
X = Zeilenabstand

Logo

Größe: 1/3 der Formatbreite
Position: zentriert, unten im Layout auf der
blauen Fläche.

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 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

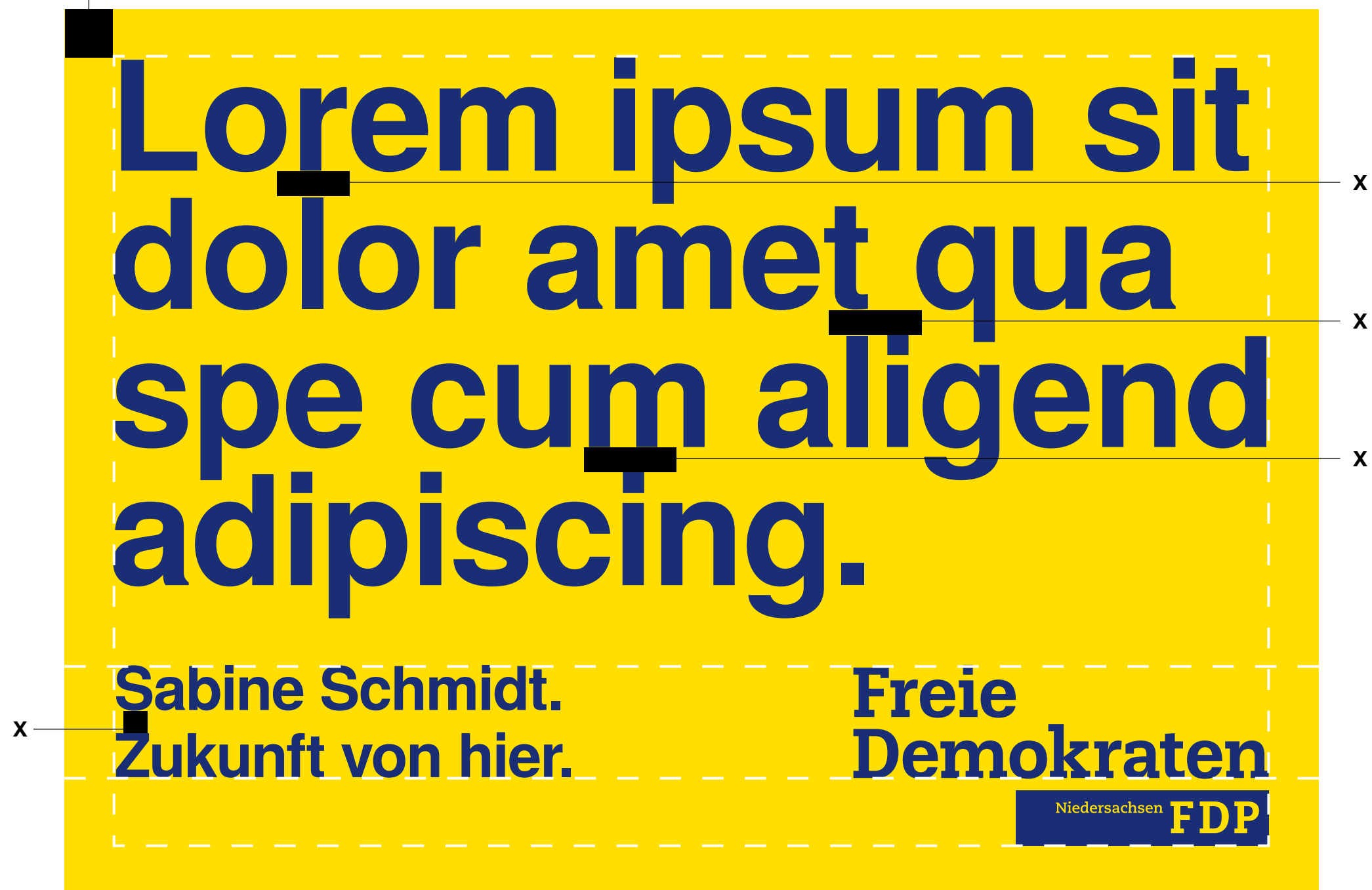
X = Zeilenabstand

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.

Abstand (Schutzzone des Logos, s. 7)

Großflächenplakate Typo Layoutbeispiel 7

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

Name über der HL immer ohne Punkt.

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“ 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.

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
Position: 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.

Die Teilung des
Splitscreens passt sich
der Länge der HL an.

X

X

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
Potition: 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)



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 blauen 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 Blau.

Plakativ platzieren, ggf. in den Anschnitt des
Formates.

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

Logo

Größe: 45% der Formatbreite.

Position: ungefähr mittig auf blauer
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 blauen 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 Blau

Position: neben Logo

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

Logo

Größe: 45% der Formatbreite.

Position: ungefähr mittig auf blauer
Fläche.

Logo und Icon dürfen sich niemals
„berühren“.



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

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

Blau 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.

Sabine Schmidt

Lap idem
aliste volo
autecatu
debis di
vel inum.

Zukunft von hier.

Freie Demokraten
Niedersachsen FDP

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.

Freie Demokraten
Niedersachsen FDP

Sabine Schmidt

Agnaismodius destrum voloribus esme.

Zukunft von hier.

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

R: 255

G: 224

B: 0

R: 30

G: 46

B: 114

R: 0

G: 167

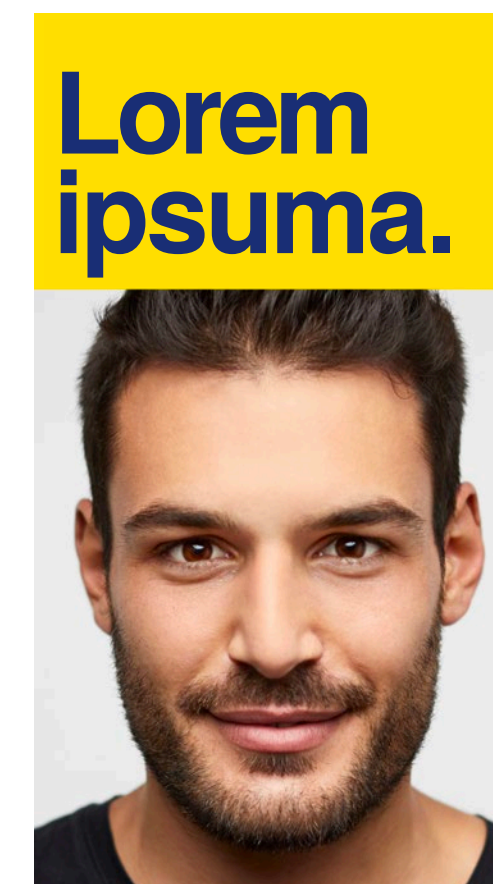
B: 231

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

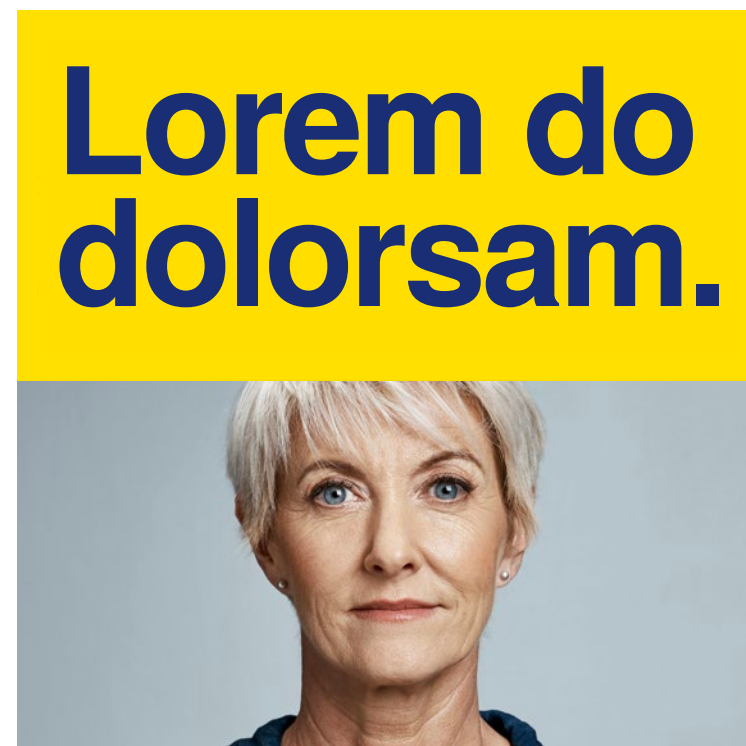
Unten: 100 px

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 Blau 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

X² = 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:

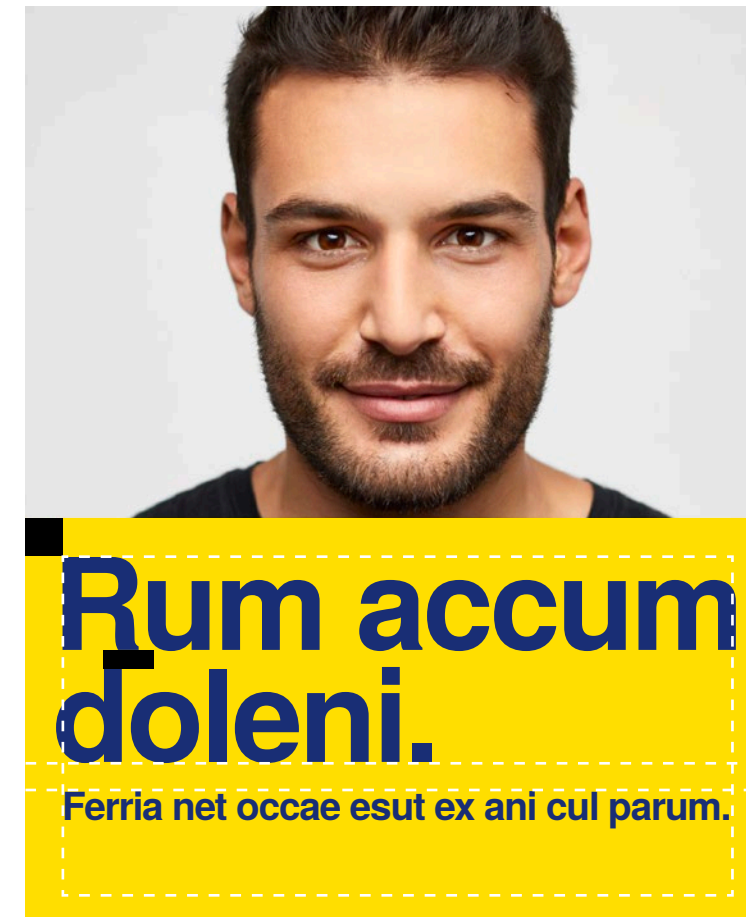
Die Teilung kann bei allen Social Media Formaten nach belieben angepasst werden.

Farben:

Die Farben sind Gelb und Blau.



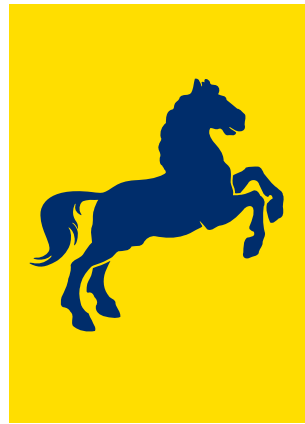
4:5



9:16



Icons



Pferd



Haus



Korn



PC



Traktor

Icons sind hier Blau auf Gelb gesetzt gezeigt. Gelb auf Blau ist ebenfalls erlaubt und bietet Flexibilität für unterschiedliche Anwendungen.



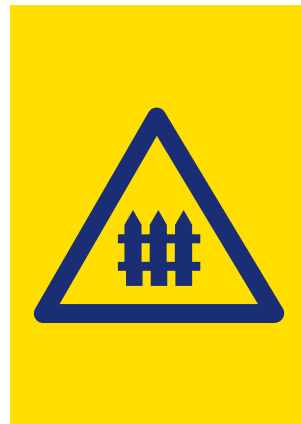
Pferd



Auto



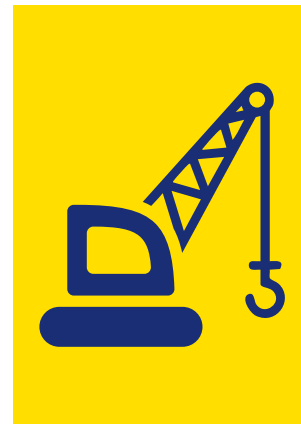
Bahn



Bahnübergang



Ball



Baukran



Baustelle



Brot



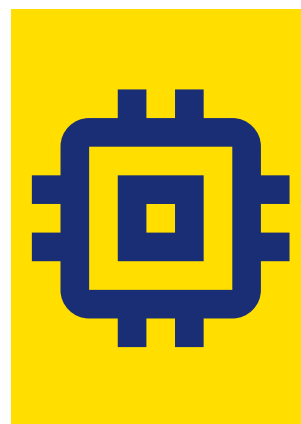
Brücke



Buggy



Bus



Chip



Daumen hoch



Daumen runter



Dialog



Discokugel



Doktorhut

Icons



Döner



Einkaufskorb



Euro



Fabrik



Fahrrad



Fernglas



Flammenbaum



Geldsack



Glocke



Glühbirne



Haltestelle



Hammer



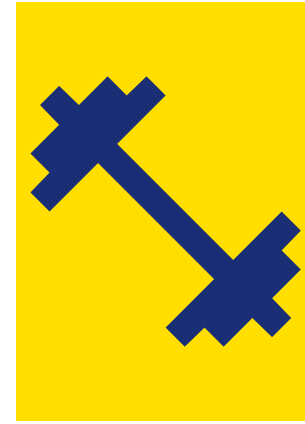
Hammer und Säge



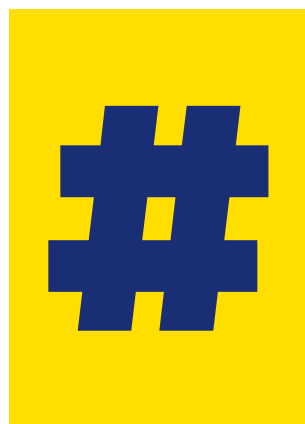
Hand-Herz



Hände



Hantel



Hashtag



Haus



Herz



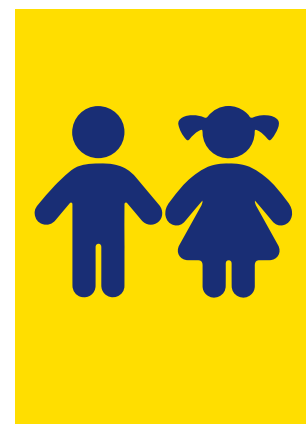
Hund



Hundehaufen



Jäger



Junge und Mädchen



Kinder

Icons



Kompass



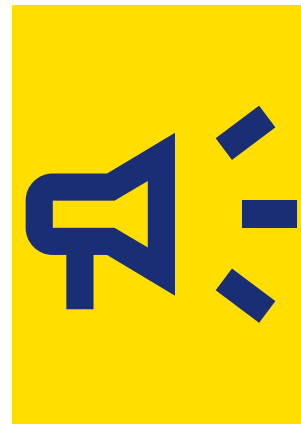
Krankenhaus



Kreisverkehr



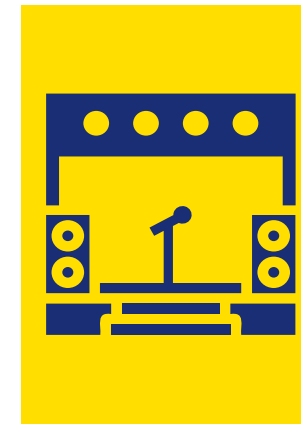
Markierungskreuz



Megaphon



Mülleimer



Musikbühne



Parkautomat



Parkplatz



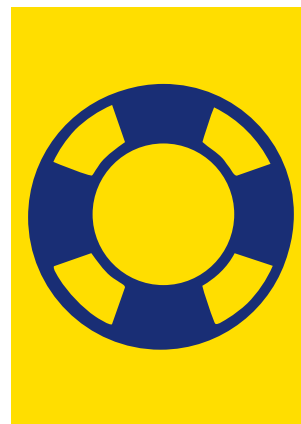
Polizei



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



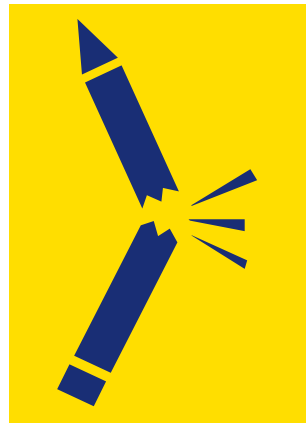
Wolf



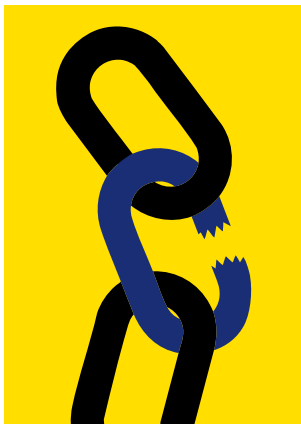
Zahnräder



Zebrastreifen



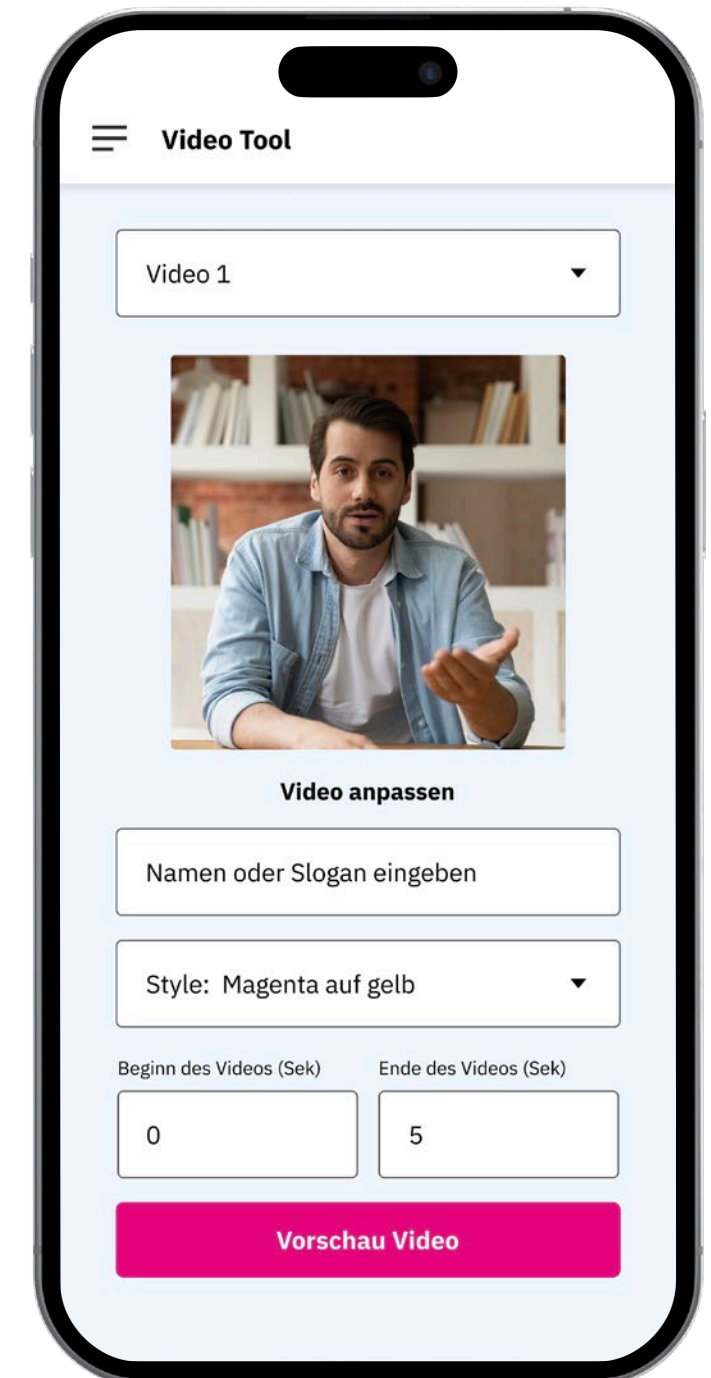
Zerbrochener
Bleistift



Zerbrochene Kette

Das KI-Video-Tool: Der Social-Media-Turbo

- **Nahtlos integriert** in die Mitglieder-App: Direkt starten, Video erstellen, Download im gängigen Format und sofortige Weiterverwendung
- **Ziel:** Kurze, wirkungsstarke Video-Snippets für die wichtigsten Social-Media-Kanäle (z. B. Reels, Shorts, Stories) schnell produzieren
- **Einfach & intuitiv:** Geführter Workflow, Slogan, oder kurzen Text einfügen – **mit einem Klick direkt in Social-Media teilbar**
- **Im Corporate Design:** Automatisch Im CI der Freien Demokraten, inklusive **individuellem Abblinder zur Kommunalwahl in Niedersachsen**



Kandidatenservice

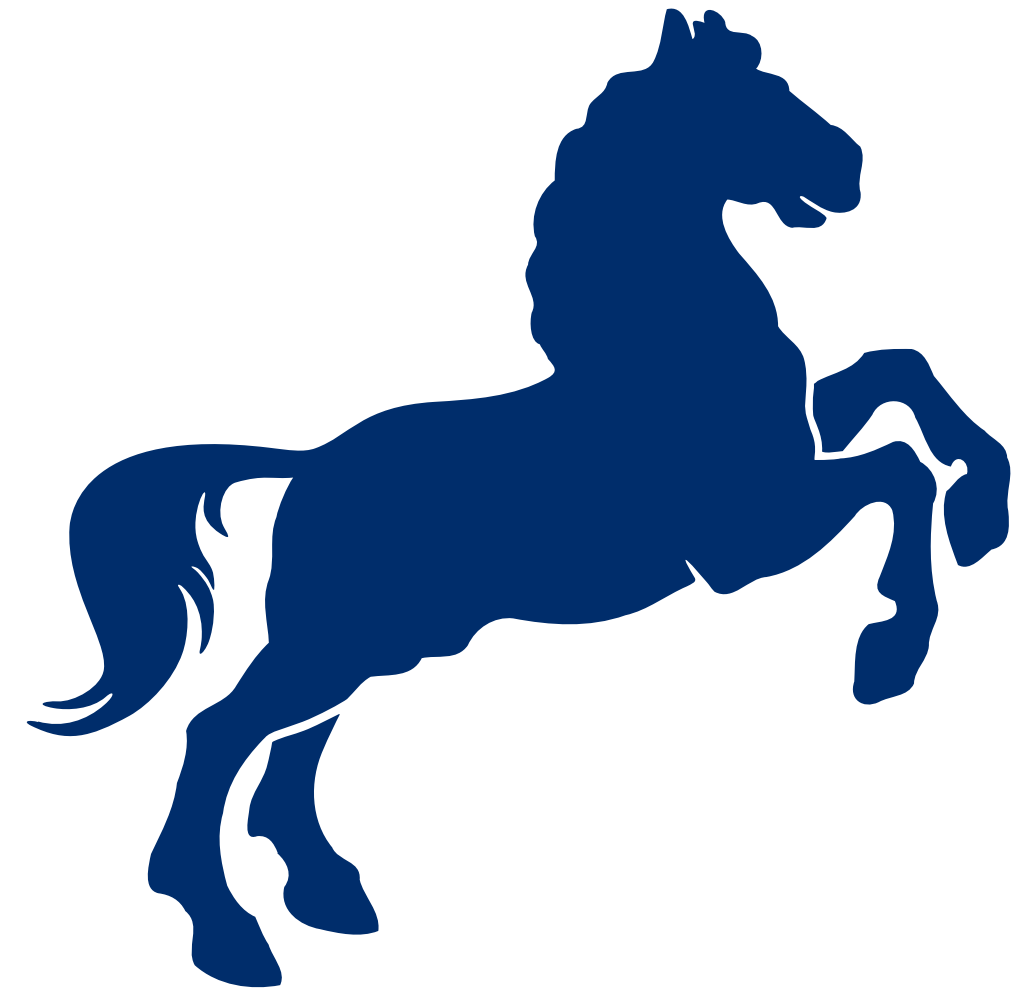
Mithilfe des Kachel- und Printgenerators aus dem Mitgliederportal oder der Mitglieder-App, können die Kandidatinnen und Kandidaten vor Ort optimal in Szene gesetzt werden.

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
oder 030 4147910.



Impressum

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

#zukunftvonhier