

EIN LEITFADEN FÜR DICH

Version 02

Das CD-Manual
zur Bundestagswahl 2021
Stand: 04.06.2021

SPD Soziale
Politik für
Dich.

FÜR DEUTSCHLAND

FÜR DICH

HIER FINDEST DU DIE BAUSTEINE DES KAMPAGNEN-DESIGNS. ANALOG UND DIGITAL, PLAKATIV UND INSPIRIEREND –

von den Grundelementen bis zu Großformaten und Instagram-Kacheln. All das, was Du brauchst, um gestalterisch unsere SPD-Themen im Bundestagswahlkampf 2021 auf die Straße, in die digitalen Kanäle und damit in die Köpfe und Herzen der Menschen zu bringen.

Das Manual wächst im Zuge der Kampagne und wird regelmäßig aktualisiert und erweitert. **DIES IST VERSION 02.**

INHALT

GRUNDELEMENTE

LOGO	04
FARBEN	10
SCHRIFT	12
FORMEN	15
PIKTOGRAMME & ILLUSTRATIONEN	18
BILDSPRACHE	20

ANWENDUNGEN

PRINTMATERIAL	25
DIGITAL	31
VERANSTALTUNGEN	36
OFFICE	40

KONTAKT & DOWNLOADS

42

GUT ZU WISSEN

Regelmäßige Updates

Dieser Leitfaden hilft Dir bei der Umsetzung des neuen Designs. Die gute Nachricht ist, wir sind noch lange nicht fertig. Zeitlich begrenzte Kampagnen können Varianten in den Gestaltungsparametern mit sich bringen. Der Leitfaden ist ein Status Quo und wird regelmäßig aktualisiert auf: [KAMPAGNE.SPD.DE](https://www.kampagne.spd.de)

Vorlagen und Templates
findest Du auf
[KAMPAGNE.SPD.DE](https://www.kampagne.spd.de)

Alle Werbemittel
können individualisiert
bestellt werden über
[SHOP.SPD.DE](https://www.shop.spd.de)

GRUNDELEMENTE

LOGO

GRUNDELEMENTE

LOGO

Bevorzugtes Kasten-Logo



Das bisherige SPD-Logo

bildete die Basis für alle weiteren Gestaltungsmaßnahmen.

Was hat sich geändert?

Für das neue Logo wurden die Buchstaben im roten Kasten maximal vergrößert und der neue Claim ergänzt.

Hierdurch ist das Logo insgesamt größer und plakativer geworden. Die Wiedererkennung ist durch Treue am Basis-Design trotzdem gegeben.

Typo-Logo



Das Typo-Logo

Das Sonder-Logo wird immer auf roten Hintergründen angewendet. Wenn das Kasten-Logo auf dunklen oder unruhigen Hintergründen zu wenig Kontrast bildet, darf ebenfalls auf das Sonderlogo zurückgegriffen werden.

Insbesondere bei Anwendung auf kleinen digitalen Medien bietet das Typologo eine Alternative zur Optimierung der Lesbarkeit.

GUT ZU WISSEN

Die Logos sind im CD-Paket als AI, EPS, SVG und PNG enthalten. Download unter [KAMPAGNE.SPD.DE](https://www.spd.de/kampagne)

Don't



GRUNDELEMENTE

LOGO – CLAIM

Der Claim „**Soziale Politik für Dich.**“ ist unser Wahlkampf motto 2021 und bildet mit dem Logo eine feste Einheit. Weder der Claim, noch das Logo dürfen einzeln angewendet oder voneinander getrennt platziert werden. Lediglich auf den Kandidat*innenplakaten ist es erlaubt, einen eigenen Claim zu nutzen.



Ausnahme

Für Sonderplatzierungen, wie z.B. Fensterbeklebungen, darf **in Ausnahmen** diese vertikale Logo-Variante genutzt werden.

GUT ZU WISSEN

Die Logos sind im CD-Paket als AI, EPS, SVG und PNG enthalten. Download unter [KAMPAGNE.SPD.DE](https://www.spd.de/kampagne)

Don't



LOGO – AUFBAU



Kasten-Logo



Typo-Logo

GRUNDELEMENTE

LOGO — FARBEN

Einfarbiges Logo Rot



Invers Logo



Schwarz-Weiß Logo

Es darf ausschließlich in Schwarz-Weiß-Dateien verwendet werden.



GUT ZU WISSEN

Die Logos sind im CD-Paket als AI, EPS, SVG und PNG enthalten. Download unter [KAMPAGNE.SPD.DE](https://www.spd.de/kampagne)

Don't

Farbmischungen innerhalb der Wort-Bild-Marke sind nicht erlaubt.



GRUNDELEMENTE

LOGO – PLATZIERUNG



Die Würde des Logos ist unantastbar:

Der Logo-Schutzraum („S“) sollte nicht von anderen Elementen überlagert werden. Der Bereich leitet sich aus der Größe der Buchstaben im Logo-Kasten ab.



Position:

Das Logo wird grundsätzlich **in der Fußzeile rechts** als Abbinder genutzt. Abhängig vom Motiv und Medium darf sich das Logo in Einzelfällen innerhalb der **Kopf- und Fußzeile** bewegen. Dabei sollte es vorzugsweise rechtsbündig platziert bleiben.

GUT ZU WISSEN

Für Sonderformate, wie z.B. Großflächen oder Rollups, darf das Logo ausnahmsweise linksbündig angewendet werden.



Hinweis

Bei Webseiten gibt es die Ausnahmeregelung der Platzierung mittig in der Kopfzeile, damit der Absender responsiv sichtbar bleibt.



GRUNDELEMENTE

FARBEN

GRUNDELEMENTE

FARBEN

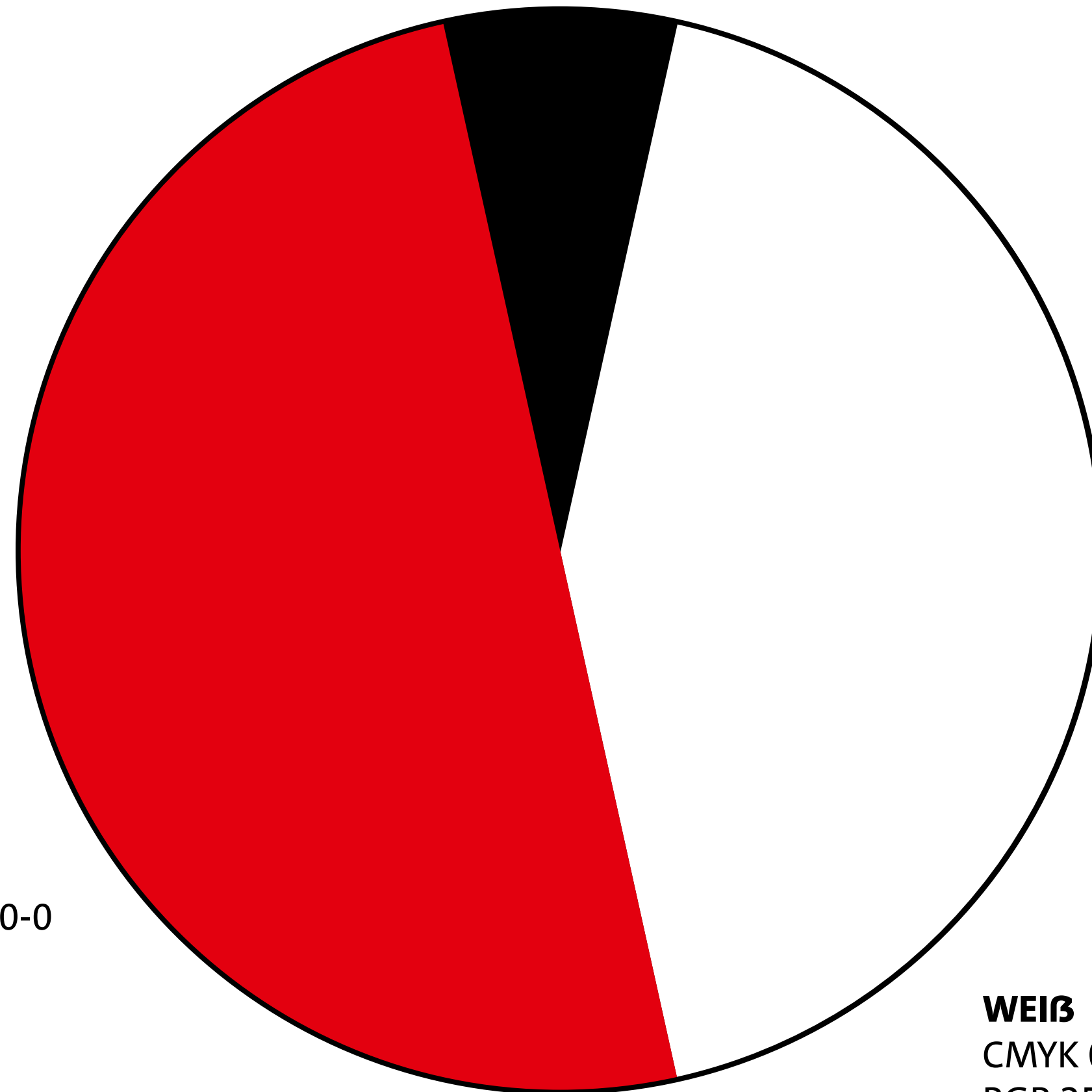
Die Farbgestaltung der SPD setzt sich aus der **Hauptfarbe Rot** sowie **Schwarz und Weiß** zusammen.

In der Gestaltung haben die Farben Rot und Weiß Priorität. Rot hat den größten Farbanteil, gefolgt von Weiß.
> siehe Abbildung rechts

Schwarz dient ausschließlich als Highlightfarbe, bzw. Mittel zum Kontrast z.B. bei Schrift.
> siehe Anwendungen

ROT
CMYK 0-100-100-0
RGB 227-0-15
#E3000F
Pantone 485 C
HKS 14
RAL 3020

SCHWARZ
CMYK 0-0-0-100
RGB 0-0-0
#000000



WEIß
CMYK 0-0-0-0
RGB 255-255-255
#FFFFFF

GUT ZU WISSEN

Do

Gestalteter Weißraum ist im Layout oft der Schlüssel zum Erfolg.

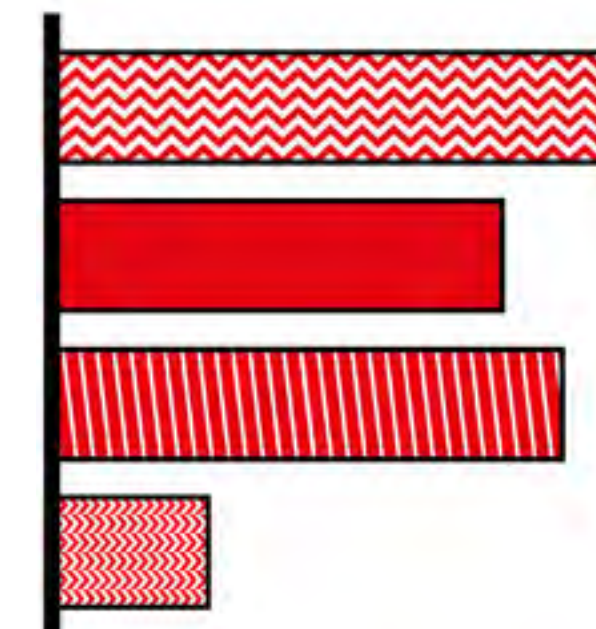
Don't

- Schwarz darf nie als vollflächige Farbe genutzt werden.
- Die Farben werden immer mit 100% verwendet, sie dürfen nicht mit geringer Deckkraft platziert werden.

Keine Sekundärfarben

Es gibt keine Sekundärfarben, damit der Look klar und einheitlich bleibt. Bei Infografiken gibt es für Ausnahmefälle festgelegte Muster.

Download unter [KAMPAGNE.SPD.DE](https://www.kampagne.spd.de)
Diese Muster sind im Ordner „InfografikPattern“ zu finden.



GRUNDELEMENTE

SCHRIFT

GRUNDELEMENTE

SCHRIFT

SPD The Sans Versal Extra Bold für Überschriften

SPD THE SANS VERSAL EXTRA BOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ?!;,.“€@
1234567890

SPD The Sans Versal Light in Verbindung mit „Extra Bold“ in Überschriften

SPD THE SANS VERSAL EXTRA BOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ?!;,.“€@
1234567890

SPD The Sans Bold für Hervorhebungen in langen Texten

SPD The Sans Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ?!;,.“€@
1234567890

SPD The Sans Regular für lange Texte

SPD The Sans Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ?!;,.“€@
1234567890

GUT ZU WISSEN

Neben den abgebildeten verfügt die SPD The Sans über weitere Schriftschnitte. Nie mehr als vier Schriftschnitte in einem Layout verwenden, eher weniger, im besten Fall zwei.

In der SPD The Sans Versal ist ein großes „ß“ integriert. Damit ist nicht nur die Möglichkeit gegeben, Namen korrekt zu schreiben, es bringt auch einen Zugewinn an Eindeutigkeit, siehe Printmedien > Kandidat*innenplakate.

Nutzung

SPD-Mitglieder können die Schrift aus dem CD-Paket entnehmen.

Externe Dienstleister können die Schrift kostenpflichtig unter folgender Adresse beziehen: FontShop AG, Bergmannstraße 102, 10961 Berlin, info@fontshop.de

Hinweis

Die SPD-Schrift liegt in folgenden Anwendungen vor:

- .otf
 - .ttf
- für die Darstellung/Verarbeitung/Druck auf/über Desktop-PCs

Eine Lizenz für .woff oder .woff2 (sogenannte Webfonts zur Nutzung auf Internetseiten) wurde **nicht** erworben. (Die Lizenzbestimmungen untersagen auch das Umkonvertieren von .ttf in .woff)

Ersatzschrift

Als Ersatzschrift empfehlen wir den Google Freefont Open Sans, die auch auf SPD.DE genutzt wird.

GRUNDELEMENTE

SCHRIFT

OPTIONALES SCHMUCKELEMENT

HIER STEHT EINE HERVORHEBUNG IN DER HEADLINE

Hier steht eine Subline

Hier steht ein längerer Text, in dem es um die SPD geht.
„Die Bürger müssen wissen, wen sie wählen – **und woher er Geld bekommt**“, sagte der Vizekanzler. Nebeneinkünfte in Millionenhöhe seien schwer vereinbar mit dem Amt eines Vollzeit-Abgeordneten. Das Verhalten jener Unionsabgeordneten, die mit Maskendeals in der Pandemie Geld verdient haben, kritisierte Scholz als „**unmoralisch, ungesetzlich und unverantwortlich**“.

„Diese Abgeordneten beschädigen mit ihrem Verhalten die Demokratie“, sagte der Vizekanzler.

**Am 26.9.
SPD wählen!**

Schmuckelement

SPD The Sans Regular
150 Laufweite | Kastendicke entspricht der Schriftgröße

Überschrift

SPD The Sans Versal Extra Bold
optional gemischt mit
SPD The Sans Versal Light

Die Überschrift wird immer so groß und plakativ wie möglich platziert. Sie kann sowohl zentriert, als auch linksbündig gesetzt werden. Die Entscheidung ist von Fall zu Fall zu betrachten.

Unter-Überschrift

SPD The Sans Bold

Langer Text

SPD The Sans Regular
gemischt mit
SPD The Sans Bold für Hervorhebungen

Störer

SPD The Sans Regular
gemischt mit
SPD The Sans Extra Bold für Hervorhebungen

GUT ZU WISSEN

Da die Möglichkeiten der Gestaltung im Layout vielfältig sein sollen, sind keine genauen Schriftgrößen oder Zeilenabstände definiert. Hierbei bitte an bestehenden Templates orientieren.

GRUNDELEMENTE

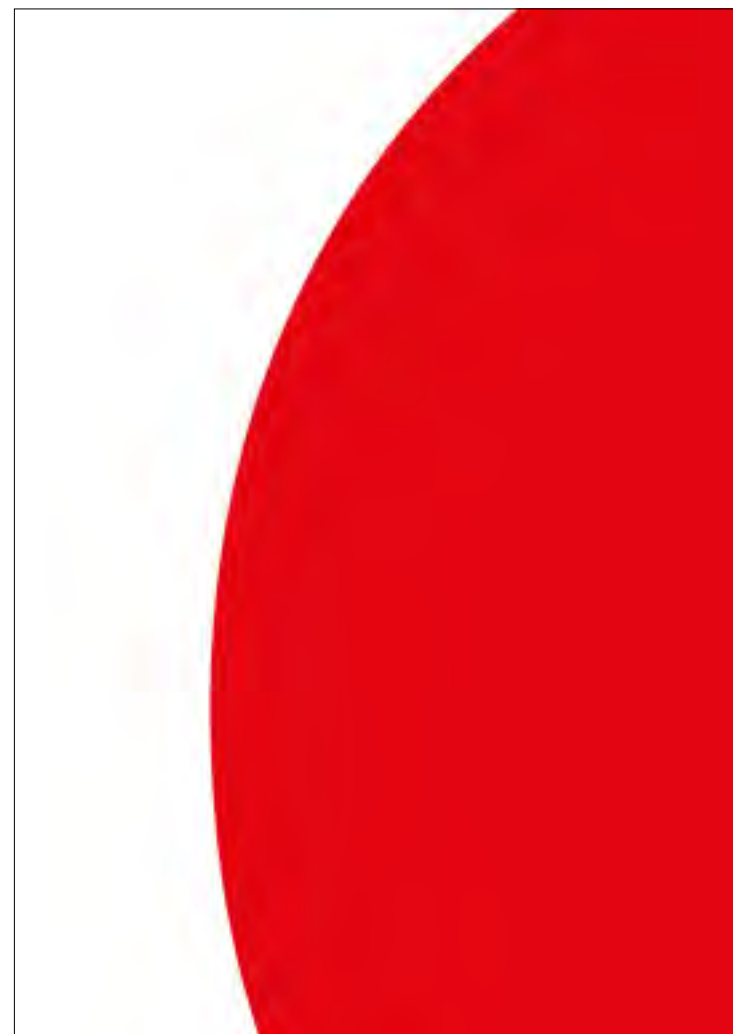
FORMEN

FORMEN

SPD



SPD



SPD



SPD



Das SPD-Form-Konzept

leitet sich aus den Logo-Buchstaben ab. Diese werden im Hintergrund so groß aufgezogen, dass spannende Layouts entstehen.

Don't

- Die Buchstaben dürfen nicht zu klein sein, sodass sie als Buchstaben erkennbar bleiben.
- Die Buchstaben-Ausschnitte sollten nicht kontraproduktiv gegen den Inhalt arbeiten und diesen unleserlich machen.

Im CD-Paket ist ein Ordner mit Hintergrund-
Templates zur freien Nutzung enthalten.
Download unter [KAMPAGNE.SPD.DE](https://www.kampagne.spd.de)

Hinweis

Das Form-Konzept wird nicht bei den
Kandidat*innenplakaten genutzt. Hierbei geht
es um maximale Plakativität gegenüber anderen
Parteien, weshalb **Rot als reine Hintergrundfarbe**
festgelegt wurde.

GRUNDELEMENTE

FORMEN

Der SPD-Störer

wird bevorzugt in Kasten-Form (linkes Beispiel) gesetzt. Diese leitet sich aus dem Logo ab. Die Neigung geht immer von links unten nach rechts oben (positiv) aufsteigend.

In Social Media kann sich bei sehr vollen und geradlinigen Layouts die runde Störer-Alternative anbieten, die leichter zu platzieren ist.



GUT ZU WISSEN

Don't

- Der runde Störer darf nicht auf Printmedien verwendet werden.
- Die Störer dürfen nicht anders herum geneigt werden.
- Die Störer dürfen nur in SPD-Rot oder Weiß eingesetzt werden, nie in Schwarz.



GRUNDELEMENTE

PIKTOGRAMME & ILLUSTRATIONEN

PIKTOGRAMME & ILLUSTRATIONEN



Es dürfen weitere inhaltlich passende Elemente erstellt werden.

Die abgebildeten Piktogramme sind im CD-Paket in Rot, Weiß und Schwarz enthalten. Download unter [KAMPAGNE.SPD.DE](https://www.kampagne.spd.de)

Hinweis

Piktogramme dürfen in Schwarz verwendet werden, solange sie klein im Layout sind und damit nur einen Akzent setzen. Wenn sie größer werden, bitte auf Weiß und Rot zurückgreifen.

GRUNDELEMENTE

BILDSPRACHE

GRUNDELEMENTE

BILDSPRACHE

Schwarz-Weiß-Porträts mit hohem Kontrast zeichnen die eigenständige Bildsprache zur Bundestagswahl 2021 aus. Die Kandidat*innen-Portraits werden als Freisteller ins Layout gebracht. Dadurch bieten wir die größtmögliche Fläche für das SPD-Rot zur Wiedererkennung und einen einheitlichen Look.

Der dreidimensionale Bildlook

entsteht durch ein Weitwinkelobjektiv mit einer Brennweite von 20-35mm. Der Freisteller wird präsent platziert. Rot als Hauptfarbe der SPD bekommt maximale Wirkung durch das Schwarz-Weiß.

Auf dunkler Kleidung lassen sich Gestaltungselemente, wie z.B. das Logo, kontraststark platzieren. Siehe auch Anwendungen: Printmaterial und Social Media.



GUT ZU WISSEN

Zum **Layout** Kandidat*innenplakate siehe auch: Anwendungen > Printmaterial



Hinweis

Bei nachträglichem Fototermin bei lokalen Fotograf*innen bitte das **Fotobriefing** beachten. Das Dokument findest Du auf **KAMPAGNE.SPD.DE**

BILDSPRACHE – SO GEHT'S

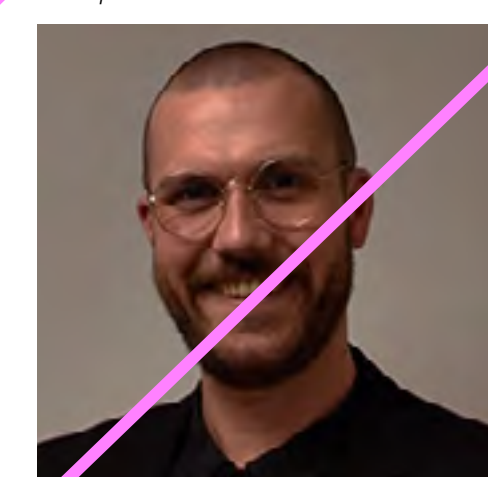


Wie kommt man zum SPD-Porträt?

- Der Haupt-Bildlook ist Schwarz-Weiß. Der Kontrast ist angezogen und das Rot leuchtet durch das tiefe Schwarz.
- Motiv freistellen.
- Dunkle Kleidung hilft, einen starken Kontrast zum Hintergrund zu erreichen.
- Der Schwarz-Weiß-Look wird einheitlich auf dem Gesamtmotiv genutzt, sodass es natürlich aussieht.
- Falten und kleine Unreinheiten sind natürlich. Es soll keine Beauty-Retusche stattfinden.

Bitte vermeiden:

- Fotos sollten grundsätzlich nicht über- oder unterbelichtet sein oder anderweitig einen auffälligen Look haben.
- Motive mit schwachen Kontrasten. Dadurch wirkt auch der Hintergrund weniger strahlend.
- Sepia-Look ist ebenfalls nicht kontraststark genug.
- Einzelne Bereiche, wie z.B. Zähne oder Augen durch Helligkeiten hervorzuheben.



Neben Schwarz-Weiß-Porträts können auch **farbige Bilder** verwendet werden. Hierbei sollte auf eine natürliche, nahbare Stimmung geachtet werden.

Orientierung zum farbigen Bildlook geben beispielsweise die **Motive zum Zukunftsprogramm** oder die Bildmotive auf SPD.DE.



Hinweis

Weitere Beispiele für die Umsetzung des Bildlooks findest Du auf den SPD-Kanälen

- 📘 facebook.com/SPD
- 📷 instagram.com/spdde
- 🐦 twitter.com/spdde
- 📠 Telegram

BILDSPRACHE – THEMENBILDER

Zukunft. Respekt. Europa. Unsere Themenschwerpunkte sollen im Bundestagswahlkampf auch in den Bildmotiven visualisiert werden.

Wie erreichen wir diesen Bildstil?

Mit Bildmotiven, die

- Optimismus und Freude am Leben zeigen.
- Menschen in natürlicher und gesunder Umgebung zeigen.
- mehrere Generationen abbilden.
- Menschen zeigen, die gemeinsam etwas tun und miteinander in Interaktion sind.
- Vielfalt zeigen.
- natürliches Licht und natürliche Farben verwenden.

Bitte vermeiden:

- Gender-Klischees
- unnatürliche Emotionen und übertriebene Gesten
- unnatürlichen Farben und Motive



Beispielhaftes Themenmotiv Arbeit: Wir zeigen Menschen, die selbstbewusst sind und ihren Beruf aus Überzeugung machen.



Beispielhaftes Themenmotiv Rente: Wir zeigen Verantwortung für Generationen.



©unsplash.com



©unsplash.com

Beispielhaftes Themenmotiv Europa: Wir zeigen Zusammenhalt und Miteinander auf Augenhöhe.

GRUNDELEMENTE

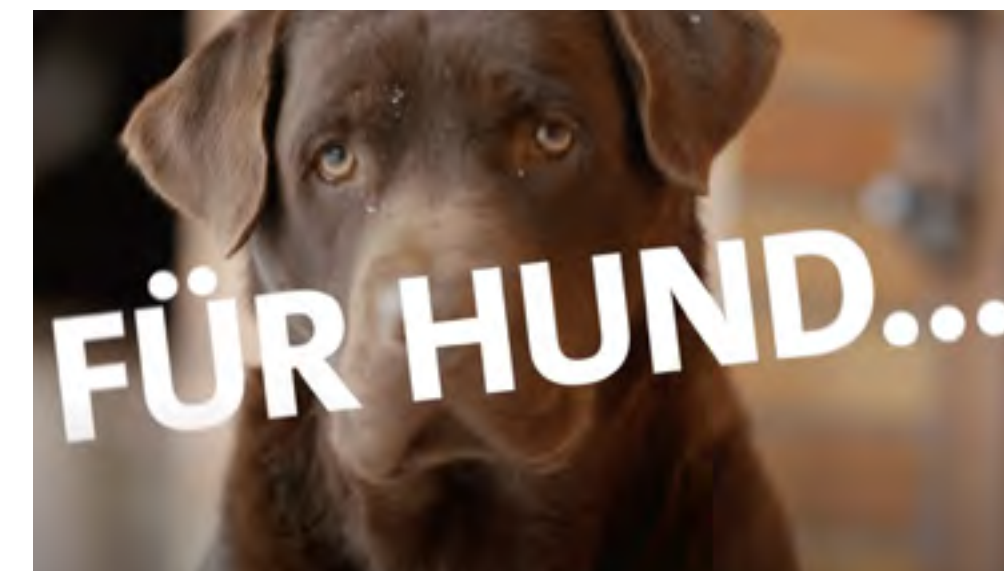
BILDSPRACHE – THEMENBILDER



Menschen zeigen, die sich engagieren...



Die Vielfalt der Gesellschaft abbilden...



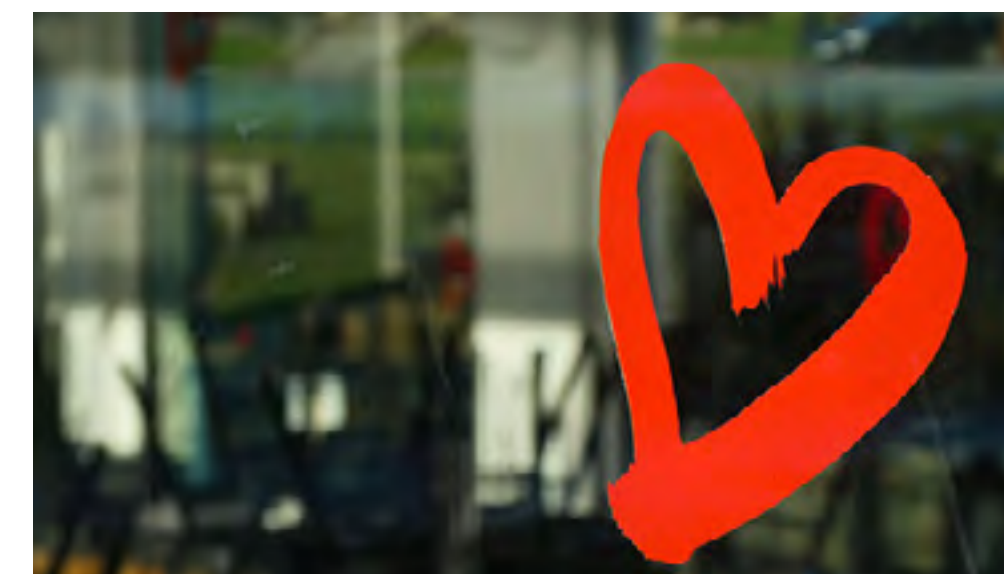
Humorvoll sein, ohne auszugrenzen...



©unsplash.com



©unsplash.com



©unsplash.com

Objekte möglichst in Rot abbilden, das unterstützt die visuelle Verankerung mit der SPD.

GUT ZU WISSEN

Hier findest Du eine Übersicht an Bilddatenbanken und Fotoagenturen.
ACHTUNG: immer den Fotocredit angeben!

SPD-Bilddatenbank:
Als SPD-Mitglied kannst Du darauf zugreifen über Dein Konto im [SHOP.SPD.DE](https://shop.spd.de)

Kostenlose Bilder:
UNSPLASH.COM, PEXELS.COM
Zeitgemäße Fotografie, genau hinschauen bei der Bildauswahl: mitunter finden sich Werbemotive mit Logos unter den angezeigten Fotos

Kostenpflichtige Bilder, gute Auswahl:
ISTOCKPHOTO.COM
Lizenzfreie Bilder, Illustrationen und Videos – gehört zu Getty Images

Fotos mit politischen Inhalten:
PHOTOTHEK.DE

Hinweis

Vor der Nutzung von Bildern, die von Bildagenturen oder -Datenbanken stammen, werft einen Blick in die Lizenzbestimmungen. Bestimmte Anbieter schließen die Nutzung ihrer Bilder für politische Zwecke aus.

Es gibt unterschiedliche Nutzungsrechte für verschiedene Medien. Ein Weiterreichen (auch innerhalb der SPD) von Bildern ist nicht bzw. nicht immer erlaubt.

ANWENDUNGEN

PRINTMATERIAL

ANWENDUNGEN

KANDIDAT*INNENPLAKAT



GUT ZU WISSEN

Der **Hintergrund** der Kandidat*innenplakate ist immer vollflächig SPD-Rot.

Das **Typo-Logo** steht immer **rechts unten** in der Fußzeile. Nur bei weißer Kleidung wird das SPD-Kasten-Logo verwendet.

Das **Kandidat*innenporträt** wird als **Freisteller** immer **mittig** eingespiegelt. Es sollte nicht zu klein abgebildet werden und in einem ausgewogenem proportionalen Verhältnis zur Rot-Fläche stehen.

Der **Claim** kann hier ausnahmsweise angepasst werden. Über das Gestaltungsportal kannst Du die Zeile editieren. Auch hier gilt: In der Kürze liegt die Würze!

Alle Werbemittel
können individualisiert
bestellt werden über
[SHOP.SP.DE](https://shop.spd.de)

Hinweis

Bei einem einzeiligen Namen darf aus Platzgründen eine größere Subline platziert werden. Selbiges gilt für besonders kurze Namen.

Bei einem längeren Namen wird ebenfalls auf den festgelegten Bereich geachtet und der Name so weit wie möglich aufgezo-

ANWENDUNGEN

KANDIDAT*INNENPLAKAT – AUFBAU UND ABSTÄNDE



sehr kurzer Name



sehr langer Name



Mittellanger Name

GUT ZU WISSEN

Alle definierten **Abstände** („S“) entsprechen **70% des Logos**.

S > **s**

Der **Zeilenabstand** (ZAB) beträgt bei der **Headline** immer 85%.
Der **Zeilenabstand** (ZAB) der **Subheadline** beträgt immer 105%.

Der **Kandidierendenname** sollte **versal** und so **groß** wie möglich sowie immer **linksbündig** platziert werden. Hierfür ist der markierte Bereich vorgesehen.

Headline und Subheadline variieren in der **Größe abhängig von der Zeichenanzahl**.
Längere Namen und zweizeilige Subheadlines werden entsprechend kleiner gesetzt.
Die Abstufungen sind wie üblich über das Template im Gestaltungsportal geregelt.

Optional kann ein **Störer platziert** werden.
Die Schriftgröße innerhalb des Störers beträgt 30 Punkt bei einem ZAB von 105%.

Hinweis

Dieser Wahlkampf wird digitaler denn je.
Bitte denke daran, auf den Printmedien Deine Social Media-Kontakte anzugeben!

- facebook.com/MaxiMuster
- instagram.com/maximuster
- twitter.com/maximuster
- Telegram

ANWENDUNGEN

18/1 GROßFLÄCHE

Bei den Großflächen-Formaten wird das Logo ausnahmsweise nach links oben gesetzt, da es hier die beste Fernwirkung hat und nicht von Fahrzeugen verdeckt wird.

Um im Print maximale Partei-Wirkung zu erzielen, setzen wir auf vollflächigen roten Hintergrund.

Die Headline ist linksbündig in ExtraBold gesetzt und wird von einer Subline in Bold begleitet.

Die Social-Mediakontakt Daten ermöglichen es, direkt in Verbindung zu treten.



The image shows a campaign poster for Katrin Zschau, a member of the SPD. The poster has a solid red background. In the top left corner, the SPD logo is displayed in white, with the text 'Soziale Politik für Dich.' to its right. The name 'KATRIN ZSCHAU' is written in large, white, bold, sans-serif capital letters, centered on the left side. Below the name, the text 'Für Rostock in den Bundestag.' is written in a smaller, white, bold, sans-serif font. In the bottom left corner, there are social media icons for Twitter, Instagram, and Facebook, followed by the handles '@MaxMuster' and '@SPDMaxMuster'. On the right side of the poster, there is a black and white portrait of Katrin Zschau, a woman with dark hair and glasses, smiling. A small vertical text '© 2017 SPD' is visible on the left edge of the poster.

GUT ZU WISSEN

Nachhaltig produziert – klimaneutral und zertifiziert

Alle Printmedien zur Bundestagswahl, die über das BTW-Gestaltungsportal in Auftrag gegeben werden, werden klimaneutral und in zertifizierten Druckereien gedruckt. Die Produktion erfolgt ausschließlich in deutschen Druckereien, die sowohl für nachhaltige als auch soziale Verantwortung eintreten.

ANWENDUNGEN

DIN LANG-FLYER

Der zweiseitige Flyer besteht aus:
1 Seite Olaf Scholz – Kommunikation Spitzenkandidat
1 Seite individualisierbarer Inhalt

Auf dem Hintergrund ist eine SPD-Form groß aufgezogen und lockert die Gestaltung auf.

Die Spitzenkandidat- und Kandidierenden-Fotos sind aufmerksamkeitsstark als schwarz-weiße Freisteller eingefügt.

Schwarz wird als Schrift- und Akzentfarbe zur Unterteilung und Auflockerung genutzt.

Da es sich um ein Print-Motiv handelt, wird der rechteckige Störer eingesetzt.



GUT ZU WISSEN

In diesem Flyer kann man beispielhaft den Umgang mit mehr Text sehen.
Es ist auf eine ruhige und stimmige Gesamtop-
tik zu achten.

Alle Printmedien können im bestellt und indi-
vidualisiert werden > siehe
Kontakt & Downloads auf der letzte Seite

Alle Werbemittel
können individualisiert
bestellt werden über
[SHOP.SPD.DE](https://shop.spd.de)

ANWENDUNGEN

WEITERE PRINTMEDIEN



Postkarte



Türhänger



Briefbogen und Visitenkarten



GUT ZU WISSEN

Für alle Printmaterialien gilt:

- Rot plakativ nutzen
- Logo muss gut sichtbar sein
- Headline immer groß in SPD The Sans Versal Extra Bold
- Formen im Hintergrund groß aufziehen
- Bilder und Freisteller nach Möglichkeit Schwarz-Weiß abbilden
- Ungesehene Perspektiven abbilden

Don't

- Schwarz als Fläche
- Volle Layouts ohne Weißraum

Alle Werbemittel können individualisiert bestellt werden über SHOP.SPD.DE

ANWENDUNGEN

DIGITAL

ANWENDUNGEN

SOCIAL MEDIA – THEMEN

In Social Media entfaltet sich das volle Potenzial des eingängigen Looks über alle Kanäle hinweg. Das Kampagnenkonzzept ermöglicht eine große Bandbreite der Gestaltung. Es gelten die im Bereich „Grundelemente“ definierten Inhalte.

Selbst erstellen

Optionen für Hintergründe und als Gestaltungsgrundlage:

- vollflächig SPD-Rot
- Formen in Rot-Weiß, siehe Social Media – Kampagnendesign allgemein
- Fotos

Tipps

- Versalschrift nur bei kurzen Texten verwenden (Lesbarkeit)
- freigestellte Personen erlauben großen Gestaltungsspielraum
- rote Akzente auf schwarz-weißen Freistellern vereinzelt möglich
- teilweise Überlagerung der Elemente hält das Layout zusammen

Sharepic-Vorlagen und einen Profilbildgenerator findest Du auch hier:
[SHOP.SP.DE](https://shop.spd.de) > Bundestagswahl
> Kandidierenden-Material
> Social Media

Vorlagen nutzen

Im CD-Paket gibt es für Porträts und Themenmotive **Social-Templates zur freien Nutzung** in verschiedenen Größen, u.a. als quadratische Kacheln für Facebook und Instagram sowie für Twitter.



individualisierbare Photoshop-Dateien*

Die Vorlagen stehen als offene Photoshop-Dateien* zur Verfügung – in den Formaten

- 1080 x 1080 px (Facebook und Instagram)
- 1080 x 1920 px (Instagram Story)
- 1048 x 1152 px (Twitter)



©Photothek

GUT ZU WISSEN

Im CD-Paket gibt es die abgebildeten Porträtbilder und Themenmotive als Social-Templates zur freien Nutzung. Download unter [KAMPAGNE.SP.DE](https://kampagne.spd.de)

*Hinweis zum Bearbeiten

Die Photoshop-(psd)-Dateien kann man abgesehen von Adobe Photoshop in diversen freien Programmen öffnen, z.B.

- GIMP – www.gimp.org
- Paint – www.getpaint.net
- Pixelmator (nur für Mac) – www.pixelmator.com

Mit Hilfe dieses Online-Tools lassen sich Bilder freistellen:
www.remove.bg/de

Für eigene Gestaltungen:
Canva – www.canva.com

Hinweis

Weitere Beispiele für Social Media Posts findest Du auf den SPD-Kanälen

- 📘 facebook.com/SPD
- 📷 instagram.com/spdde
- 🐦 twitter.com/spdde
- 📧 Telegram

ANWENDUNGEN

SOCIAL MEDIA – PROFILBILDER UND HEADER

Für Profilbilder und Header gibt es Vorlagen, wo Du das Dummy-Bild gegen ein eigenes Foto austauschen kannst.

Die Vorlagen stehen als offene Photoshop-Dateien* für die wichtigsten Social Media-Kanäle zur Verfügung.

- 1080x1080 px (Profilbild)
- 820 x 312 px (facebook Header)
- 1500 x 500 px (twitter header)



Header – individualisierbare Photoshop-Datei*



Profilbild – individualisierbare Photoshop-Datei*

GUT ZU WISSEN

Im CD-Paket gibt es für die abgebildeten Profilbilder und Headermotive als Social-Templates zur freien Nutzung. Download unter [KAMPAGNE.SPD.DE](https://www.spd.de/kampagne)

*Hinweis zum Bearbeiten

Die Photoshop-(psd)-Dateien kann man abgesehen von Adobe Photoshop in diversen freien Programmen öffnen, z.B.

- GIMP – www.gimp.org
- Paint – www.getpaint.net
- Pixelmator (nur für Mac) – www.pixelmator.com

Mit Hilfe dieses Online-Tools lassen sich Bilder freistellen:
www.remove.bg/de

Für eigene Gestaltungen:
Canva – www.canva.com

Sharepic-Vorlagen und einen Profilbildgenerator findest Du auch hier:
[SHOP.SPD.DE](https://www.spd.de/shop) > Bundestagswahl
> Kandidierenden-Material
> Social Media

Hinweis

Weitere Beispiele für Social Media Posts findest Du auf den SPD-Kanälen

- 📘 facebook.com/SPD
- 📷 instagram.com/spdde
- 🐦 twitter.com/spdde
- 📠 Telegram

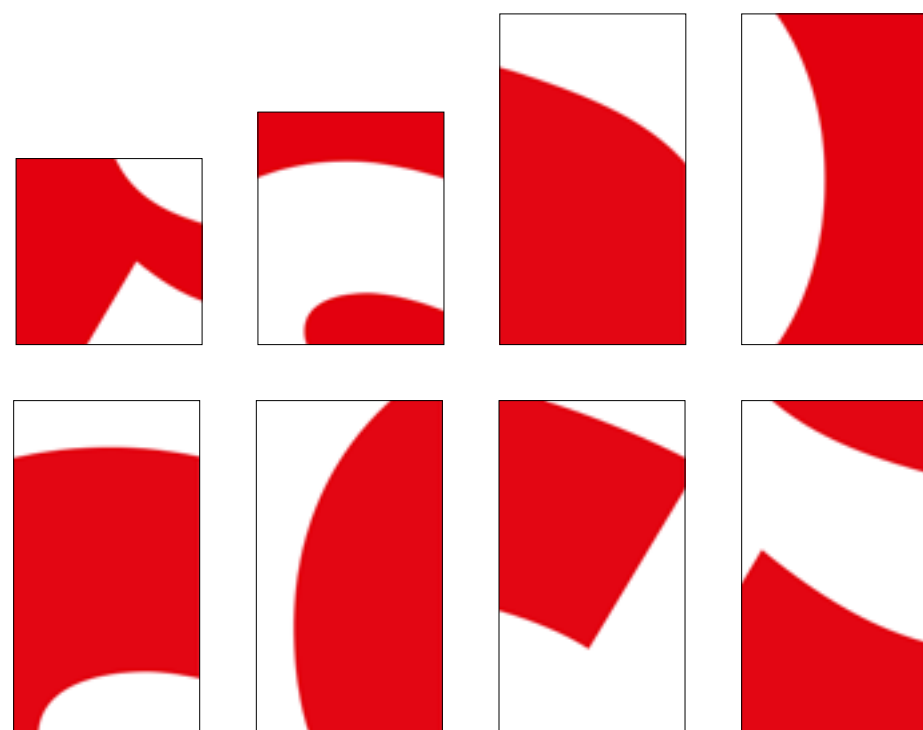
ANWENDUNGEN

SOCIAL MEDIA – KAMPAGNENDESIGN ALLGEMEIN

Der großformatige SPD-Schriftzug in Weiß auf rotem Hintergrund kann für Social Media Anwendungen genutzt werden – zum Beispiel als Headermotiv. Der Schriftzug steht als .png-Datei in diversen Formaten zur Verfügung, u.a. als:

- 820 x 312 px (facebook Header)
- 1500 x 500 px (twitter header)

Auch die Formen (siehe Grundelemente) stehen als Social Media-Hintergründe zur Verfügung und können als Grundlage für eigene Gestaltungen im Kampagnendesign verwendet werden.



Gestaltungsvorschlag für ein allgemeines Headermotiv



GUT ZU WISSEN

Der SPD-Schriftzug auf Rot und die zweifarbigen Hintergrundmotive sind im CD-Paket enthalten. Download unter [KAMPAGNE.SPD.DE](https://www.spd.de/kampagne)

Hinweis

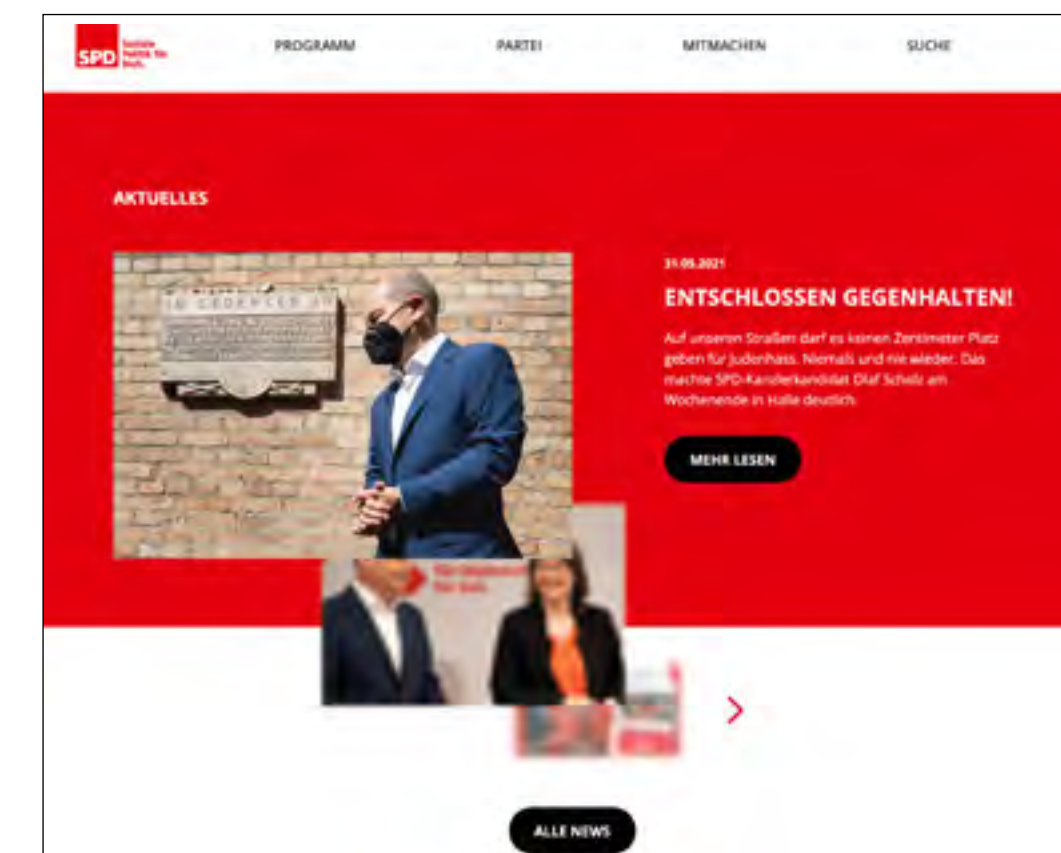
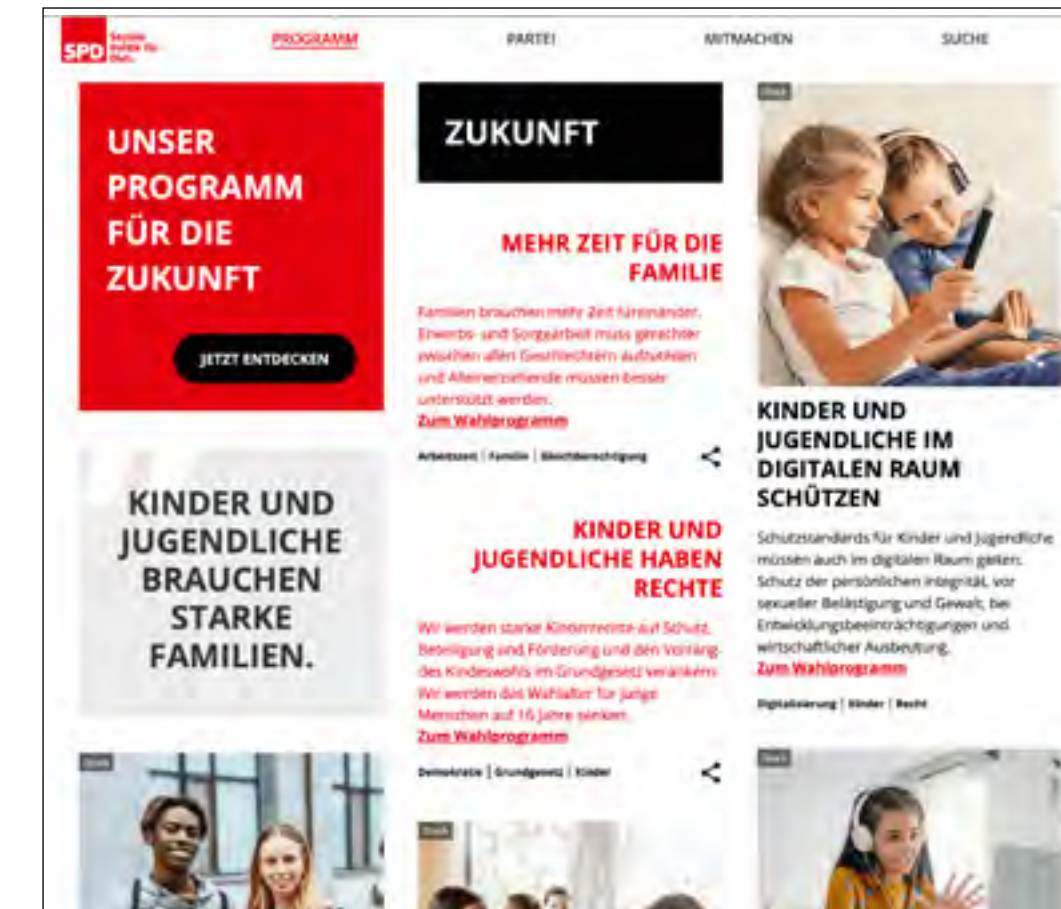
Weitere Beispiele für Social Media Posts findest Du auf den SPD-Kanälen

- 📘 facebook.com/SPD
- 📷 instagram.com/spdde
- 🐦 twitter.com/spdde
- 📠 Telegram

ANWENDUNGEN

WEBSEITE

Inspiration zum Kampagnendesign und zur Bildsprache findest Du auch auf den zentralen Webseiten. Die abgebildeten Screenshots stammen von SPD.DE:



GUT ZU WISSEN

Die Online-Adaption des Kampagnendesigns umfasst:

Farben

Als Hauptfarbe Rot sowie Schwarz und Weiß. Farbwerte: siehe Grundelemente > Farben. Insbesondere „Call-to-action“-Buttons werden schwarz abgegrenzt.

Schrift

Auf SPD.DE genutzt wird der Google Freefont Open Sans. Überschriften und Zitate werden in Versalien dargestellt.

Formen

Wo möglich, werden als Bildhintergrund Ausschnitte aus den Logo-Buchstaben verwendet > siehe Grundelemente > Formen

Inspiration

Im Kampagnendesign gestaltete Webseiten sind

[SPD.DE](https://www.spd.de)
[OLAF-SCHOLZ.SPD.DE](https://www.olaf-scholz.spd.de)
[KAMPAGNE.SPD.DE](https://www.kampagne.spd.de)

Hinweis

Kandidat*innen können sich hier kostenlos den Webbaukasten für Typo3 bestellen: [KAMPAGNE.SPD.DE/DEINE-KAMPAGNE/WEBBAUKASTEN/](https://www.kampagne.spd.de/deine-kampagne/webbaukasten/)

ANWENDUNGEN

VERANSTALTUNGEN

ANWENDUNGEN

VERANSTALTUNGEN

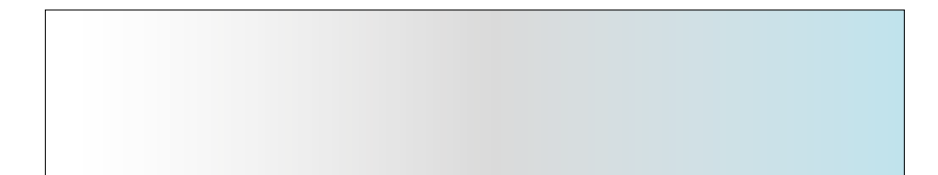
Impressionen verschiedener Events mit Olaf Scholz: das Setdesign nutzt die Hauptfarben der Kampagne – Rot und Weiß, Akzente in Schwarz – in großformatiger Anwendung mit einer klaren Formsprache.



GUT ZU WISSEN

In Bezug auf die Wahl der Kleidung raten wir eher zu einem Casual-Look. Hierfür sind Anzüge und Hosen ratsam. Muster und Streifen passen nicht zum Kampagnenlook – uni ist das neue Bunt.

Das sind die optimalen Farbpaletten für Hosenanzüge und Anzüge, Blusen und Hemden:



Hinweis

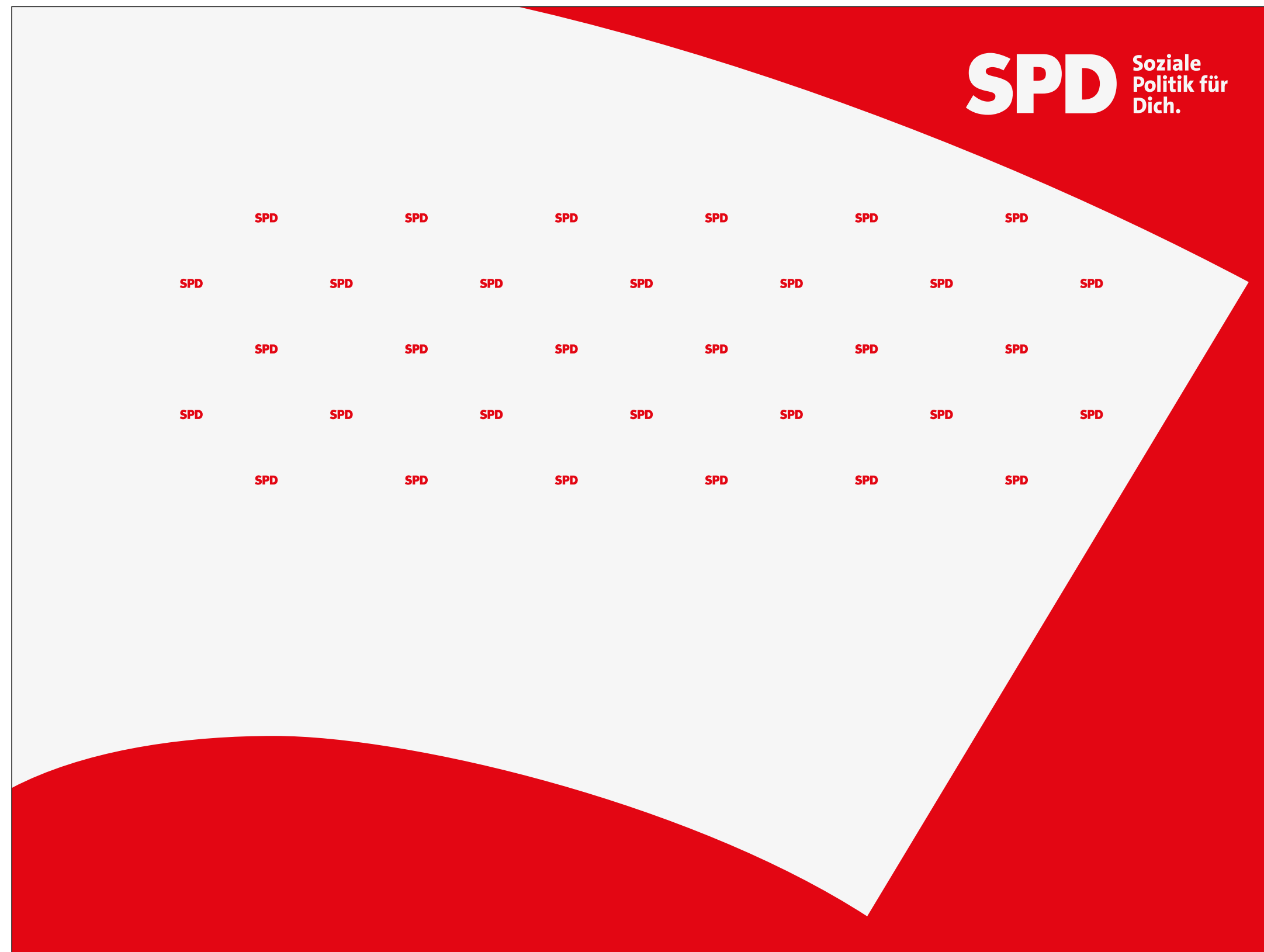
- Beispiele für digitale Veranstaltungen findest Du auf dem SPD-Youtube-Kanal: www.youtube.com/user/SPDvision

ANWENDUNGEN

VERANSTALTUNGEN – MATERIALIEN

GUT ZU WISSEN

Die abgebildeten Vorlagen findest Du zum Download unter [KAMPAGNE.SPD.DE](https://www.kampagne.spd.de)



Druckvorlagen für Presserückwände im Format 4x3 und 2x3 m



Druckvorlagen für Rollups 1x2 m



Vorlagen für Moderationskarten und Schilder

ANWENDUNGEN

VERANSTALTUNGEN – DIGITALE VORLAGEN

GUT ZU WISSEN

Die abgebildeten Power-Point-Vorlagen
findest Du zum Download unter
KAMPAGNE.SPD.DE



PowerPoint-Vorlage: Texte für Screens



Animiertes SPD-Logo, steht als .gif und .mp4 zur Verfügung



PowerPoint-Vorlage: SPD-Sendelogo und Bauchbinden

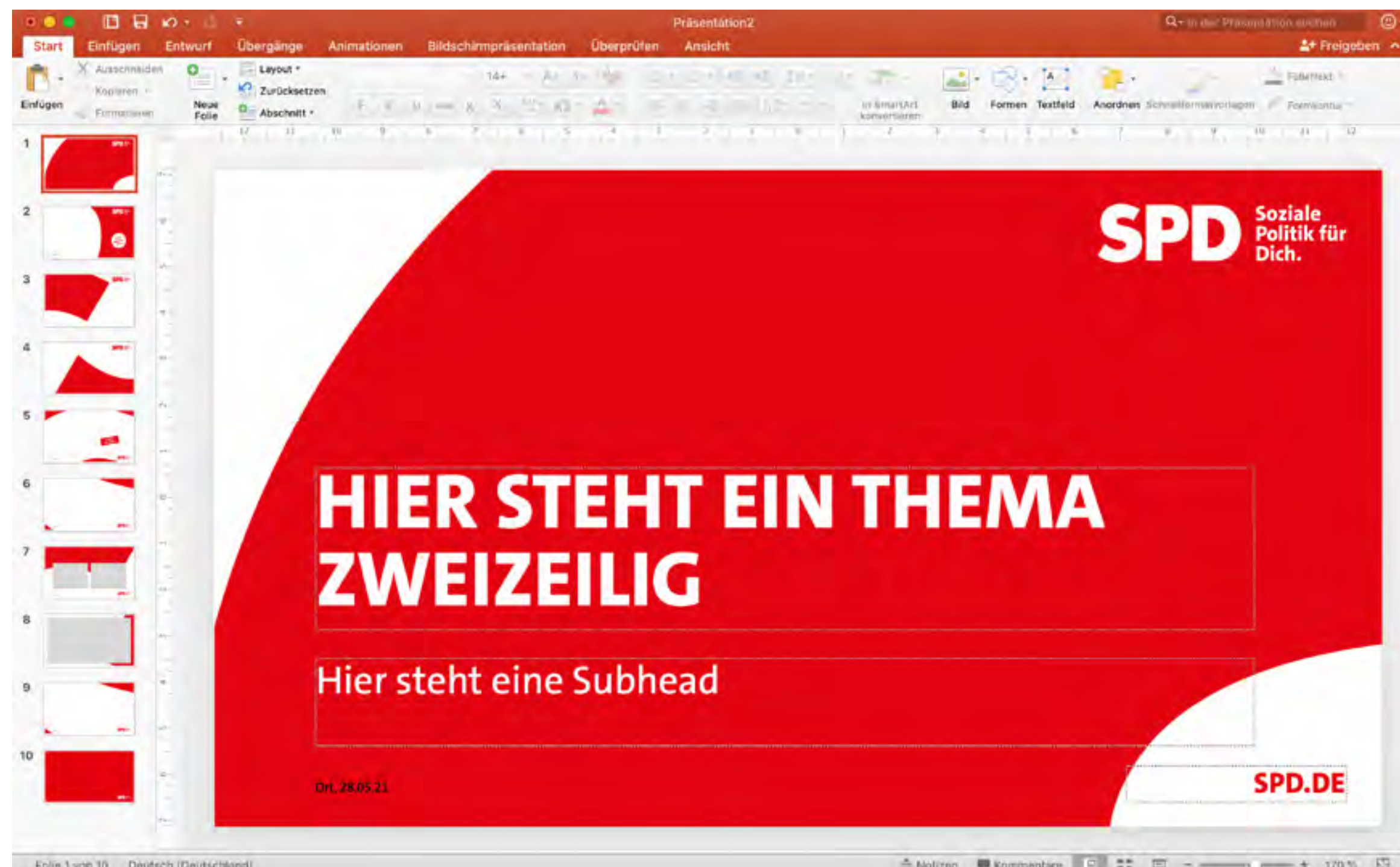
ANWENDUNGEN

OFFICE

ANWENDUNGEN

OFFICE-MATERIALIEN

Kampagnendesign für Deinen Arbeitsalltag –
Vorlagen für Präsentationen, Texte und Deine E-Mail-Signatur



PowerPoint-Vorlage



Word-Vorlage

GUT ZU WISSEN

Die abgebildete PowerPoint- und Word-Vorlage sowie die E-Mail-Signatur findest Du zum Download unter [KAMPAGNE.SPD.DE](https://www.spd.de/kampagne)



Vorname Name
Referat xxxx
Abteilung xxx

SPD-Parteivorstand
Willy-Brandt-Haus
Wilhelmstraße 141
10963 Berlin

Telefon: +49 (0)30 25991-xxx
Mobil: +49 (0)17x xxxxxx
E-Mail: vorname.name@spd.de

SPD.DE

Hinweis

Die E-Mail-Signatur kannst Du per Copy & Paste aus der Word-Datei in Deine Signaturen-Vorlage des E-Mail-Programms kopieren und mit Deinen eigenen Kontaktdaten versehen.

KONTAKT & DOWNLOADS

[KAMPAGNE.SP.DE](https://www.spd.de/kampagne)

Hier finden SPD-Mitglieder die SPD-Schrift, Piktogramme und Templates für Print- und digitale Anwendungen.

SUPPORT

Kandidierendenbetreuung Wahlkampfesupport

Kandidierenden-Hotline 030 25991-500
kandidierende@spd.de

Werbemittel – Printprodukte bestellen

Alle Produkte können bestellt werden über
[SHOP.SP.DE](https://www.spd.de/shop)
info@spd-shop.de

Fragen zum Gestaltungsportal und Materialkatalog

btw-werbemittel@spd.de

Fragen zum Corporate Design

artdirektion@spd.de

Fragen zu Großflächen

extern_M-wilkendorf@spd.de

Herausgeber:

SPD-Parteivorstand
Wilhelmstr. 141
10963 Berlin
parteivorstand@spd.de

HINWEIS

Das CD-Manual zum Bundestagswahlkampf 2021 wird regelmäßig aktualisiert und erweitert. Zeitlich begrenzte Kampagnen können Varianten in den Gestaltungsparametern mit sich bringen und werden gegebenenfalls in einem gesonderten Manual behandelt.