



AUFS RICHTIGE
PFERD SETZEN.

SO GESTALTEN WIR DIE **KOMMUNALWAHLEN 2016** IN NIEDERSACHSEN:

DIE GESTALTUNGS- RICHTLINIEN.



GEMEINSAM AUFS RICHTIGE PFERD SETZEN!

SCHORSCH BROCKMEYER
Landesgeschäftsführer



NIEDERSACHSEN SETZT AUFS RICHTIGE PFERD!

Liebe Genossinnen und Genossen, wir stehen vor drei wichtigen Wahlkämpfen. In diesem Jahr beginnen wir mit den Kommunalwahlen, gefolgt von den Bundes- und Landtagswahlen 2017 und 2018. **Politik in den Kommunen ist immer unmittelbar und für die Bürgerinnen und Bürger schnell spürbar. Hier wird Demokratie unmittelbar erfahrbar.** Wir zeigen immer wieder, dass wir eine bessere Zukunft für alle in unseren Kommunen gestalten können. Diesen Weg setzen wir mit der von uns geführten Landesregierung fort: Wir sind in ganz Niedersachsen als die fortschrittliche Kraft erkennbar. **Wir halten zusammen und setzen aufs richtige Pferd. Inhaltlich wie in unserem Gesamtauftritt.** Damit das klappt, geben wir euch diese Gestaltungstipps mit auf den Weg. Denn im September wollen wir gemeinsam sagen: **Wir haben aufs richtige Pferd gesetzt! In diesem Sinne: Viel Erfolg!**

Euer
SCHORSCH BROCKMEYER
Landesgeschäftsführer

AUFS RICHTIGE DESIGN SETZEN!

Um im Anschluss an die Lektüre der vorliegenden Gestaltungsrichtlinien gleich richtig loslegen zu können, finden sich unter folgendem Link die grundsätzlichen **Gestaltungselemente der SPD Niedersachsen als Download.**

www.spdnnds.de/aufs-richtige-pferd-setzen/zaumzeug

Mit diesen Zugangsdaten können die nachfolgenden Elemente eingesehen und heruntergeladen werden.

Benutzername: **SPDNDS**
Passwort: **Parcours2016**

LOGOPAKET (Druck & Web; mit und ohne Claim)

FREIGESTELLTES WEISSES „LOGO-PFERD“ (Druck & Web)

FREIGESTELLTES ROTES OUTLINE-„LOGO-PFERD“ (Druck & Web)

HINTERGRUNDVERLAUF (Druck & Web - für Typoplakate)

DAS LOGO.

DIE POSITIONIERUNG.

Das SPD-Logo steht selbstbewusst und fest in der Mitte. Es wird ausschließlich horizontal zentriert eingesetzt und wird immer gemeinsam mit dem Claim platziert. Der Abstand zum oberen Rand muss dementsprechend - je nach Formatvorlage - angepasst werden. Nur in Ausnahmefällen (Give Aways/ zu kleine Druckflächen) darf auf den Claim verzichtet werden.

ZUSÄTZLICHE LOGO-PLATZIERUNG.

Sollte der Wunsch auftauchen, neben dem hier beschriebenen Landeslogo noch ein zusätzliches (Ortsverband-)Logo zu platzieren, muss dieses oben rechts (mit gleichem Abstand zum rechten und oberen Rand) in einer in etwa 50%igen Größe (im Verhältnis zum Landeslogo) platziert werden.

FARBIGKEIT & GRAUSTUFEN.

CMYK 0 | 100 | 100 | 0
RGB 227 | 0 | 15
Pantone 185 C/U

Farbe des Logos bei s/w-Druck als Grauwert: 50% Schwarz



Logo-Quadrat

**AUFS RICHTIGE
PFERD SETZEN.**

Claim



Beispielplatzierung
zusätzliches Logo

DIE FARBEN & DIE SCHRIFTEN.

DIE SCHRIFT: **THESANS.**

Bei der überregionalen SPD-Schrift handelt es sich um **TheSans**. In Anlehnung an das Corporate Design der Bundes-SPD werden wir mit folgenden Schriftschnitten arbeiten.

| | |
|-----------------------|---|
| HEADLINES/URL: | THESANS EXTRA BOLD (fett) |
| SUBLINES: | <i>THESANS PLAIN ITALIC</i> (kursiv) |
| STÖRER: | THESANS PLAIN bzw. THESANS EXTRA BOLD |
| FLIESSTEXTE: | TheSans Plain (bei Hervorhebungen TheSans Extra Bold) |

Die Schrift kann über den **Landesverband und/oder den Parteivorstand** bezogen werden.
Schreib ganz einfach eine Mail an: aufsatteln@spd.de

DIE FARBEN: **ROT & PURPUR.**

| | | | |
|----------------|-------------------|-----|-----------------|
| ROT: | | | |
| CMYK | 0 100 100 0 | RGB | 227 0 15 |
| PURPUR: | | | |
| CMYK | 28 100 0 25 | RGB | 152 2 103 |
| WEISS: | | | |
| CMYK | 0 0 0 0 | RGB | 255 255 255 |

Logo



Headline

Subline

Störer

URL

CMYK
28 | 100 | 0 | 25

CMYK
0 | 100 | 100 | 0

CMYK
0 | 0 | 0 | 0

DIE BILDER & DIE FOTOS.

WAS MUSS BEI DER AUSWAHL VON BILDERN BEACHTET WERDEN?

| | |
|----------------------------|--|
| QUALITÄT/AUFLÖSUNG: | 300 dpi |
| FARBPROFIL: | CMYK (nicht RGB!) |
| NUTZUNGSRECHTE: | uneingeschränkt / alle abgebildeten Personen müssen mit der Veröffentlichung einverstanden sein |
| BILDSPRACHE: | Eine moderne/frische Bildsprache ist einer klassischen „Porträt-Fotografie“ vorzuziehen. Verschiedenste Bildeffekte (Weichzeichner etc.) sollten möglichst verhindert werden, um die Authentizität zu bewahren. Bei der späteren Gestaltung durch die Platzierung von Balken und Texten muss dezidiert darauf geachtet werden, dass die Bildausschnitte nicht bzw. so wenig wie möglich verdeckt werden. |

Beispielübersicht Piktogramme
(übernommen vom bundesweiten SPD-Corporate Design). Diese stehen in Weiß auf einem SPD-roten Quadrat.



TEXT-/BALKENPLATZIERUNG & SYMBOLIK.

Grundsätzlich stehen zwei Möglichkeiten zur Text-/Balkenplatzierung bei Plakatsujets etc. zur Auswahl. Bei Kopfplakaten (siehe bspw. Variante 1 rechts) arbeiten wir mit den Elementen Headline, Subline und Störer. Die Headline wird - wenn ein Vor- und ein Nachname in der Headline platziert wird - zweiteilig gesetzt. Ein weißer Balken mit rot gesetztem Vornamen, ein roter (größerer) „Haupt-Headline-Balken“ mit weiß platziertem Nachnamen. Darunter können ein bis zwei purpurne Balken als Subline mit einem konkreten Thema eingebaut werden. Außerdem findet sich Platz für einen weiteren roten Störer (leicht nach unten versetzt), der mit Hinweisen auf Kommunnennamen, Listenplätzen etc. befüllt werden kann. Die Anordnung der Texte ist dabei immer linksbündig und in Weiß (außer der Vorname) umzusetzen. Die Balken müssen von der horizontalen Mitte des Sujets ausgehend nach unten platziert werden.

Sollte ein Name bzw. eine Subline nicht benötigt werden, wird die Headline auf einen roten und einen purpurnen Balken aufgeteilt. Auch hier gilt die Devise: Es dürfen maximal drei große Balken (mit der gleichen Höhe) auf einem Sujet eingesetzt werden. Der etwaige dritte Balken muss dabei ebenso in Purpur platziert werden. Die Breite der Balken muss jeweils an das verwendete Wording angepasst werden (Schriftgröße je nach Headline variabel). Dabei muss darauf geachtet werden, dass die Balken das verwendete Bild nicht zu sehr „verdecken“. **Das Bild soll nämlich immer im Vordergrund stehen!**

Bildausschnitt Text-/Balkenplatzierung Variante 1



Bildausschnitt Text-/Balkenplatzierung Variante 2



ANWENDUNGSBEISPIEL

VISITENKARTE.

FORMAT:

55 x 85 mm (hoch), 1-seitig

ANLEITUNG:

NAME:

THESANS EXTRA BOLD, 12 pt

AKAD. TITEL:

TheSans Plain Italic, 8pt

FUNKTION/ABTEILUNG:

TheSans Plain Italic, 9pt

RESTLICHE INFOS:

TheSans Plain, 8pt

GRUNDSÄTZLICHES:

oberes Drittel für eine weiße Fläche aussparen
Logo horizontal zentriert einsetzen
weiße Schrift auf rotem Grund
schmaler weißer Rahmen rundherum
weißes Pferd als zusätzliches Gestaltungselement



Wird in weiterer Folge auch via
Online-Druckportal angeboten!

ANWENDUNGSBEISPIEL

BRIEFBLATT.

FORMAT:

A4 (hoch), 1-seitig

ANLEITUNG:

- EMP./TEXT/ANLAGEN/DATUM:** TheSans Plain, 11 pt
- ABSENDER:** **THESANS EXTRA BOLD** bzw. **ITALIC**, 8,5 pt
- BETREFF:** **TheSans Extra Bold**, 12 pt
- ABSENDERADRESSE:** TheSans Plain, 8,5 pt
- MITARBEITER/FUNKTION/**
- ABTEILUNG/KONTAKTDATEN:** TheSans Plain, 8pt
- RESTLICHE INFOS:** **TheSans Plain**, 8pt, Farbe: Weiß
- GRUNDSÄTZLICHES:** Logo im oberen Abschnitt horizontal zentriert einsetzen
weißes Pferd als zusätzliches Gestaltungselement
roter Balken am Dokumentende

Logo



Absender & Adresse

SOZIALDEMOKRATISCHE PARTEI DEUTSCHLANDS
LANDESVERBAND NIEDERSACHSEN

SPD-Landesverband Niedersachsen, Odeonstraße 15

Empfänger

Musterfirma
Anrede
Akad. Grad, Name
Straße /Hausnummer/Postfach
PLZ/Ort
(Land)

Max Mustermann
Abteilung
Referat

Fon: 010 12345-300
Mobil: 0177 12345678
mustermann@spd.de
www.spdnds.de

Mitarbeiter,
Funktion,
Abteilung &
Kontaktdaten

Betreff

Betreffzeile

00.00.2016

Datum

Fließtext

Sehr geehrte Frau Muster,

Mit freundlichen Grüßen

Anlagen

Max Mustermann
SPD-Parteivorstand

Anlagen- und Verteilvermerk

restliche Infos

SPD-Landesverband
Niedersachsen
Odeonstraße 15/16
30159 Hannover

Platzhalter für
Telefon/Mail/
Fax oder Web

Platzhalter für
Bankverbindung
oder sonstige Infos



Wird in weiterer Folge auch via
Online-Druckportal angeboten!

ANWENDUNGSBEISPIEL

BILDPLAKATE.

FORMAT:

A0/A1 (Bsp. Hochformat)

ANLEITUNG:

NACHNAME BZW. HEADLINE:

THESANS EXTRA BOLD

VORNAME BZW. HEADLINE:

THESANS EXTRA BOLD

THEMA BZW. SUBLINE:

THESANS PLAIN ITALIC

URL:

THESANS EXTRA BOLD

STÖRER:

TheSans Extra Bold bzw. **The Sans Plain**

GRUNDSÄTZLICHES:

Die Schriftgrößen müssen von Fall zu Fall an das jeweilige Endformat angepasst werden.

Die Schriftfarbe ist, sobald der Text in die rot/purpurnen Balken integriert wird, immer Weiß.

Im weißen Balken ändert sich die Schriftfarbe auf Rot.

Bei der URL muss die Schriftfarbe je nach Hintergrund angepasst werden. Sprich: Schwarz oder Weiß (je nach besserer Lesbarkeit).

Logo wiederum horizontal zentriert platzieren und den weißen Rahmen beachten.

Wird in weiterer Folge auch via
Online-Druckportal angeboten!

Logo

Headline

Subline

Störer

URL



ANWENDUNGSBEISPIEL

TYPOPLAKATE.

FORMAT:

A0/A1 (Bsp. Hochformat)

ANLEITUNG:

HEADLINE:

THESANS EXTRA BOLD

SUBLINE:

THESANS PLAIN ITALIC

OVERHEAD:

TheSans Extra Bold bzw. *TheSans Plain*

URL:

THESANS EXTRA BOLD

GRUNDSÄTZLICHES:

Beim reinen Typoplakat arbeiten wir im Hintergrund mit einem CD-konformen Rot-Verlauf. Als zusätzliches Gestaltungselement fungiert unser Logo-Pferd (von der rechten Seite ausgehend platziert) im Hintergrund. Diese Elemente können (wie auf Seite 2 beschrieben) heruntergeladen werden.

Neben der weißen Umrahmung wird hier am unteren Ende des Sujets ein purpurner Balken als „Begrenzung“ eingezeichnet.

Wird in weiterer Folge auch via
Online-Druckportal angeboten!

Logo



Overhead

Aufs **richtige** Pferd setzen:

Headline

**30 NEUE
KITAPLÄTZE
FÜR MEPPEN.**

Subline

URL

SPDNDS.DE

ANWENDUNGSBEISPIEL

INSERATE.

FORMAT:

Beispiel Hochformat

ANLEITUNG:

NAME BZW. HEADLINE:

THESANS EXTRA BOLD

VORNAME BZW. HEADLINE:

THESANS EXTRA BOLD

THEMA BZW. SUBLINE:

THESANS PLAIN ITALIC

COPYTEXT:

TheSans Plain bzw. **TheSans Extra Bold** (bei Hervorhebungen)

STÖRER:

THESANS EXTRA BOLD bzw. **THE SANS PLAIN**

URL:

THESANS EXTRA BOLD

GRUNDSÄTZLICHES:

Die Minimal-Schriftgröße bei der Platzierung des Copytextes sollte 8pt keinesfalls unterschreiten. Optimal wäre 10 - 11,5pt.

Restliche Inputs siehe Gestaltungsrichtlinien für *Bildplakate* (Seite 9).

Logo



Headline

MICHAEL
MUSTERKANDIDAT

Subline

*WIRTSCHAFT. DA SITZEN
WIR FEST IM SATTEL.*

Störer

FÜR BARSINGHAUSEN!

Copytext

Da wo es gute Arbeit gibt, geht es den Menschen besser. Langenhagen braucht in den nächsten Jahren 100 neue Arbeitsplätze. Die SPD ist laufend um Gespräche über Betriebsansiedelungen bemüht. Denn eine positive Zukunft unserer engsten Heimat kann nur durch neue Arbeitsplätze gesichert werden. Gute Arbeit ist unser bestes Pferd im Stall. Dafür lohnt es sich, jede Hürde zu nehmen. **Das packen wir an, das müssen wir schaffen!**

URL

SPDNDS.DE

ANWENDUNGSBEISPIEL FOLDER/PROGRAMME.

Beispielseite
KandidatInnen-Vorstellung
Wordrap

FORMAT:

Empfehlung: zwischen 14x14 und 16x16 cm (quadratisch) -
je nach geplante Postversand; in diesem Fall: Wickelfalz-Folder, 8-teilig

ANLEITUNG:

Beispielhafte Gestaltung eines quadratischen Folders mit Bild- und Text-Elementen. Die Farbwahl der Seitenhintergründe kann variabel (entweder Rot oder Weiß) umgesetzt werden.

Komplementär dazu muss mit der jeweils anderen Schriftfarbe weitergearbeitet werden.

Auch hier gelten die grundsätzlichen Richtlinien hinsichtlich Schriftverwendung wie auf Seite 4 beschrieben.

Die Headline wird hier auf der jeweiligen Seite zwischen zwei Balken platziert, um deren Position hervorzuheben.

Wird in weiterer Folge auch via
Online-Druckportal angeboten!



Beispielseite Einführung/Thema (Bild/Text)

AUFS RICHTIGE PFERD SETZEN.



Das ist ein Blindtext. Das Entwerfen, die Hauptaufgabe des Grafik-Designers, ist in erster Linie eine gedankliche Tätigkeit. Es ist das Entwickeln von Problemlösungen und das Visualisieren dieser Lösung. Das primäre Kennzeichen des Grafik-Designers ist seine Fähigkeit, eine ihm gestellte Aufgabe genötigt zu durchdringen und durch das Finden zweckentsprechender, sachlich und künstlerisch hochwertiger Lösungen zu bewältigen. Das Wesen seiner Tätigkeit ist also die „geistige Lösung“ und erst in zweiter Linie die manuelle Fertigkeit.

Die Form des Entwurfes ist also abhängig von dem Inhalt der zu übermittelnden Nachricht.

Beispielseite
Wahlaufruf

HEADLINE FÜR DIE ERKLÄRUNG DES WAHLVORGANGS



Das ist ein Blindtext. Das Entwerfen, die Hauptaufgabe des Grafik-Designers, ist in erster Linie eine gedankliche Tätigkeit. Es ist das Entwickeln von Problemlösungen und das Visualisieren dieser Lösung. Das primäre Kennzeichen des Grafik-Designers ist seine Fähigkeit, eine ihm gestellte Aufgabe genötigt zu durchdringen und durch das Finden zweckentsprechender, sachlich und künstlerisch hochwertiger Lösungen zu bewältigen.

**DIE BESTEN KANDIDATINNEN UND KANDIDATEN
FÜR BARSINGHAUSEN!**



Beispielseiten
weitere KandidatInnen
mit **Porträt und Kurzbeschreibung**
(kann bspw. bis zu 33 KandidatInnen enthalten)

Beispielseite **Kurzprogramm (Themen)**

**AUFS RICHTIGE PFERD SETZEN –
UNSERE ZIELE, UNSERE THEMEN.**

- 

**1. 1.000 NEUE ARBEITSPLÄTZE.
UNSER BESTES PFERD IM STALL.**

 - Das ist ein Blindtext. Das Entwerfen,
 - die Hauptaufgabe des Grafik-Designers,
 - ist in erster Linie
- 

**2. STABILE FINANZEN.
DA SITZEN WIR FEST IM SATTEL.**

 - eine gedankliche Tätigkeit.
 - Es ist das Entwickeln
 - von Problemlösungen
- 

**3. BESSERE KINDERBETREUUNG.
DAS SETZEN WIR IM GALOPP UM.**

 - und das Visualisieren dieser Lösung.
 - Das primäre Kennzeichen
 - des Grafik-Designers ist seine Fähigkeit,
- 

**4. LEBENSWERTES NIEDERSACHSEN.
EIN LAND ZUM PFERDESTEHLEN.**

 - eine ihm gestellte Aufgabe
 - geistig zu durchdringen
 - und durch das Finden

Beispielseite **U4/Thema (Bild/Text)**



Beispielseite **U1 mit KandidatInnen-Präsentation**



Beispielseite
**alternative U1 für
Gesamtteams in einer
Typolösung**

WEITERE ANWENDUNGS- BEISPIELE.

Onlinebanner (Beispielformat: 940x270px; mit reiner Bild-/Headline-Platzierung - Empfehlung für den Einsatz auf SPD-eigenen Websites bzw. Facebook-Seiten; der weiße Rahmen kann hier aus Platzgründen vernachlässigt werden)



Onlinebanner (Beispielformat: 660x413px; mit reiner Bild-/Headline-Platzierung inkl. Logo - Empfehlung für den Einsatz bei Onlinemedien etc.; der weiße Rahmen kann hier aus Platzgründen vernachlässigt werden)



Onlinebanner (Beispielformat: 1900x300px; mit Text/Symbolbild-Platzierung samt Copytext; Rückgriff auf den weißen Rahmen sowie den purpurnen Gestaltungselementen, zB Balken/Button)



Präsentationsvorlage (Titelfolie/Textfolie)
Format A4 quer (kein klassisches PowerPoint-Format - kann im PowerPoint dementsprechend eingestellt werden)



WIE GEHT'S WEITER?

MIT INPUTS ZU UNSEREM „PFERDESTARKEN“ KOMMUNALWAHL-PAKET!

Im Rahmen des Kommunalpolitischen Kongresses Ende Februar starten wir mit einem Kommunalwahl-Paket, das aufs richtige Pferd setzt. Plakatsujets, Folder und KandidatInnen-Materialien - alles aus einer Hand, alles ganz einfach über unser Online-Druckportal abwickelbar. Sei Teil unseres gemeinsamen Kampagnenauftritts und starten wir im Galopp in ein erfolgreiches Wahljahr 2016.

Mehr Infos dazu finden sich in unserem „Handbuch für die Kommunalwahlen 2016“.

Handbuch für die Kommunalwahlen 2016 (Beispiel-Coveransicht)





AUFS RICHTIGE
PFERD SETZEN.

**BEI WEITEREN
RÜCKFRAGEN**
wende dich bitte an den
SPD-Landesverband
Niedersachsen:
AUFSATTELN@SPD.DE

