



**DESIGNGUIDE FÜR DEN
BUNDESTAGSWAHLKAMPF**

2021

Alles Wichtige im Überblick

Für den Bundestagswahlkampf haben wir einen eigenständigen Look. Dieser wird ausschließlich für Grafiken, Aktionen und Werbemittel mit Bezug zur Bundestagswahl genutzt.

Statements zur Lage deines Bundeslandes oder deiner Stadt sollten also nach wie vor in unserem etablierten Corporate Design erstellt werden. Informationen dazu findest du unter:

<https://logogenerator.julis.de/Styleguide.pdf>

Für die Gestaltung des Bundestagswahlkampfes orientieren wir uns grundsätzlich an unserem bestehenden Styleguide (Farben, Typografie, Logo usw.), aber wir interpretieren einige Komponenten aus dem Design neu. **Damit bekommt unser Bundestagswahlkampf 2021 einen sehr eigenen Stil – der Hero der Kampagne wird dabei der aufmerksamkeitsstarke und farbenfrohe Bildstil sein, kombiniert mit typografischer Klarheit.**



Baby, es wird bunt!



Telekom. 66

JUNGELIBERALE Beiträge

jungeliberale

SCHNELLE DIGITALISIERUNG STATT MÜDER KONZEPTE!

ZUKUNFT NUR MIT FREIHEIT!

Gefällt 505 Mal

jungeliberale Hier steht ein Blindtext zum Thema schleppender Bildungspolitik und Digitalisierung... mehr

Kommentar ansehen

18. April

junge liberale
ZUKUNFT NUR MIT FREIHEIT!

EINE MODERNE ARMEE MUSS KEINE SCIENCE FICTION BLEIBEN!

junge liberale 6,586 Tweets

FDP @fdp

Volker Wissing @Wissing

Hermann Otto So... @solms

Hermann Otto So... @solms

Search Twitter

Follow

Follow

Follow

Follow

Show more

Trends for you

Politics - Trending
#LesbianVisibilityDay
21.6K Tweets

Trending in Germany
Privatjet

Trending in Germany
#LaschetVerhindern
3,347 Tweets

Trending in Germany

Gerade in der Pandemie brauchen politische Entscheidungen Transparenz. Deshalb ist es gut, dass das Infektionsschutzgesetz im Bundestag intensiv diskutiert wurde. Die Debatte hat die Bundesregierung bereits zu Verbesserungen gezwungen, für uns ist das nicht genug.

DEUTSCHE VERWALTUNG DIGITALISIEREN. JETZT!

1 5 71

Show this thread

Der Staat hat gerade in der aktuellen Krise Besseres zu tun, als #Cannabis-Konsumenten zu verfolgen. Wir sagen daher: Gebt das Gras frei! #420day

AUTSCH!



Bildsprache – Farbe

Die Bildsprache für das Kampagnendesign wagt viel Farbe. Das gesamte Bild wird in einen zweifarbigen Verlauf getaucht (alle Primärfarben sind kombinierbar) und vollflächig als Motiv eingesetzt. Ein herausgestelltes Detail wird in der dritten Farbe eingefärbt. Die farbliche Komposition ist grundsätzlich frei wählbar.



Bildsprache – 5 Schritte

Die Bildästhetik lässt sich in 5 einfachen Schritten erarbeiten ...



1. Passendes Motiv finden

2. Interessantes Detail freistellen

3. Hintergrundbild mit vertikalem Verlauf überlagern

4. Detail mit der dritten Farbe einfärben

5. Falls nötig: Kontrast drauf – fertig!

Ein ausführliches Tutorial zur Bildbearbeitung ist als Anhang in diesem Manual zu finden. Zusätzlich stellen wir Euch eine Photoshop-Aktion zu Verfügung, um den Prozess zu automatisieren:

<https://cloud.julis.de/index.php/s/Fezp8QPqy5Cyfjb>

Bildauswahl

Jedes Bild muss ein prägnantes Detail enthalten, das durch die Highlight-Farbe hervorgehoben werden kann. Die Bilder sollten ein breites Kontrastspektrum aufweisen – also ganz helle (fast weiße) bis sehr dunkle (fast tiefschwarze) Bereiche. So bekommen die Bilder plus Farbigkeit ihre besondere Ästhetik.



Farben

Die prägenden Hausfarben der JuLis bleiben auch im Bundestagswahlkampf 2021 dem bestehenden Styleguide treu: Magenta, Cyan, Gelb – ergänzt durch Weiß und Schwarz.

CYAN

CMYK 100/0/0/0
RGB 0/159/227
Hex #009EE3

YELLOW

CMYK 0/0/100/0
RGB 255/237/0
Hex #FFED00

MAGENTA

CMYK 0/100/0/0
RGB 229/0/125
Hex #E5007D

WEISS

CMYK 0/100/0/0
RGB 229/0/125
Hex #E5007D

SCHWARZ

CMYK 0/0/0/100
RGB 0/0/0
Hex #000000

Typografie – Headlines

MONTSERRAT BLACK ITALIC



FÜR ALLE HEADLINES

Für die Kampagne bleiben wir auch der Schriftfamilie Montserrat treu, allerdings setzen wir für die Headlines den Schnitt **Montserrat Black Italic** ein – ausschließlich in Versalien. Die Headlines werden wie bisher auf „Balken“ platziert, damit sie auf den farbigen Bildern lesbar sind und im Vordergrund stehen. Es gibt allerdings drei wichtige Unterschiede:

- Der **Neigungswinkel** der Balken wird der Neigung der Typografie angepasst: **11,5°** (statt 15°).
- Die **Balken** sind immer **weiß**.
- Die **Farbe** der Headline ist entweder **magenta** oder **cyan** (wobei die zweite Farbe als Akzent genutzt werden kann).

Headlines – der Balken



Für das Verhältnis zwischen Schriftgröße und der Größe des Balkens sind klare Proportionen definiert: Die Schriftgröße H definiert die Maße des darunterliegenden Balkens rundum.

Für die Schriftgröße gibt es keine verbindliche Vorgabe, sie wird passend zum Bild und Format gewählt und unterliegt dem Auge des Gestalters.

Headlines – Abstände Balken

ZWISCHEN

DEN BALKEN

ABSTAND HALTEN

H



0,2 × H

Ein ästhetisch wichtiges Detail: Im Unterschied zur bestehenden Guide-line wird zwischen jeder Zeile (= jedem Balken) ein kleiner Zwischenraum gelassen.

Damit wird die Headline luftiger und weniger wuchtig. Auch hier ist die Höhe H der Headline das Maß der Dinge.

Typografie – Fließtexte

Merriweather

Regular, *Italic*, **Black**

Auch die **Merriweather** wird als Schrift für Fließtexte in der Kampagne zum Einsatz kommen, bspw. in Flyern oder diesem Manual.

Neben dem Schnitt Regular für lesefreundliche Texte können die beiden Schnitte *Italic* und **Black** zur Auszeichnung in den Texten benutzt werden.

Absender – Logo oder Signet

Das Logo (Name plus Signet) sollte platziert werden, wenn das Format es zulässt und der Absender nicht aus dem Medium oder Kontext heraus sowieso deutlich ist (z. B. auf Social-Media-Kanälen). Auch der Kampagnenclaim sollte dann dabeistehen.

Wenn der Absender klar ist, sollte das Signet als Branding verwendet werden – wo es möglich ist auch mit dem Kampagnenclaim.

Das Logo bzw. das Signet wird in eine der Ecken des Formates direkt auf das Bild platziert. Ecke und Größe stehen dem Gestalter frei, die Komposition muss ausgewogen sein, das Logo/Signet darf das Motiv nicht dominieren. Zusätzlich muss auf den Kontrast bzw. die „Lesbarkeit“ des Logos/Signets geachtet werden.



Plakatmotiv mit Logo +
Kampagnenclaim



Instagram-Post mit Signet +
Kampagnenclaim

Kampagnenclaim

Der Kampagnenclaim **ZUKUNFT NUR MIT FREIHEIT** steht beim Logo bzw. beim Signet – es sei denn, er wird bspw. zur Headline in einem Motiv befördert. Er wird ausschließlich in der **Montserrat Black Italic** gesetzt.

Die Proportionen zum Logo bzw. Signet sind fest definiert. In Kombination mit dem Logo steht der Claim immer unter dem Logo. Steht der Claim zusammen mit dem Signet, kann er links oder rechts positioniert werden, abhängig wo beides im Motiv stehen soll.



Der FDP-wählen-Button

Als Call-to-Action kann im Rahmen der Kampagne der „FDP-wählen-Button“ als Störer eingesetzt werden. Der Button ist konzipiert, um auf Bildern oder farbigen Hintergründen zu (be-)stehen und existiert in zwei Farbgebungen.



Typo und Illustration

Es gibt Themen, für die findet sich kein passendes Bildmaterial oder Fotografie ist nicht das geeignete Stilmittel. In diesen Fällen kann auf einfache Illustrationen zurückgegriffen werden – in der Kommunikation der JuLis auch heute schon ein gewohnter Begleiter.



Köpfe und Persönlichkeiten



Um Personen und Persönlichkeiten im Rahmen der Kampagne visuell in Szene zu setzen, wird die Bildsprache modifiziert. Die Person im Motiv wird freigestellt, aber NICHT eingefärbt, sondern in realen Farben abgebildet.

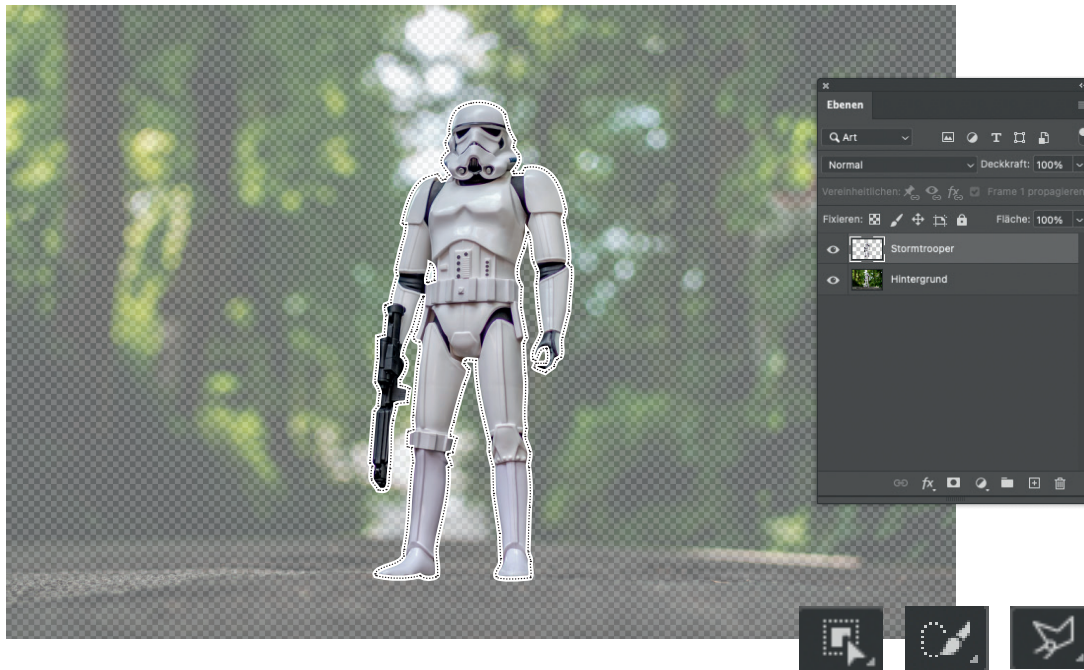
Gleichzeitig wird der überlagernde Verlauf im Hintergrund dreifarbig (s.o.)



BILDBEARBEITUNG

ZWEIFARBIGER VERLAUF

01 – Detail freistellen



Wer Hilfe beim Benutzen der Tools braucht, kann die Tool-Tipps aus Photoshop direkt benutzen oder sollte Google und YouTube konsultieren.

Das Freistellen ist der größte Arbeitsaufwand im gesamten Prozess, alle weiteren Steps gehen dann verhältnismäßig schnell. Die geforderte Detailgenauigkeit des Freistellers hängt immer vom Motiv und der Abbildungsgröße des Mediums ab. Ein Social Media Teaser kann weniger detailliert bearbeitet werden als ein Großflächenplakat. Die Arbeitsschritte:

1. Genaue Auswahl des Details im Bild erstellen (in diesem Beispiel wurde zunächst das Objektauswahlwerkzeug benutzt und die Auswahl dann mit dem Polygon-Lasso und Schnellauswahlwerkzeug weiter verfeinert)
2. Neue Ebene aus Auswahl durch Kopieren erstellen (cmd-J oder Menü: Ebene > Neu > Ebene durch Kopieren)

02 – Ausschnitt wählen



Es ist es wichtig, vor der weiteren Bildbearbeitung den finalen Ausschnitt eines Bildes zu kennen, der später dann auch zu sehen sein wird. Warum? Die Bildästhetik funktioniert nicht, wenn der Verlauf außerhalb des Bildausschnittes beginnt und/oder endet.

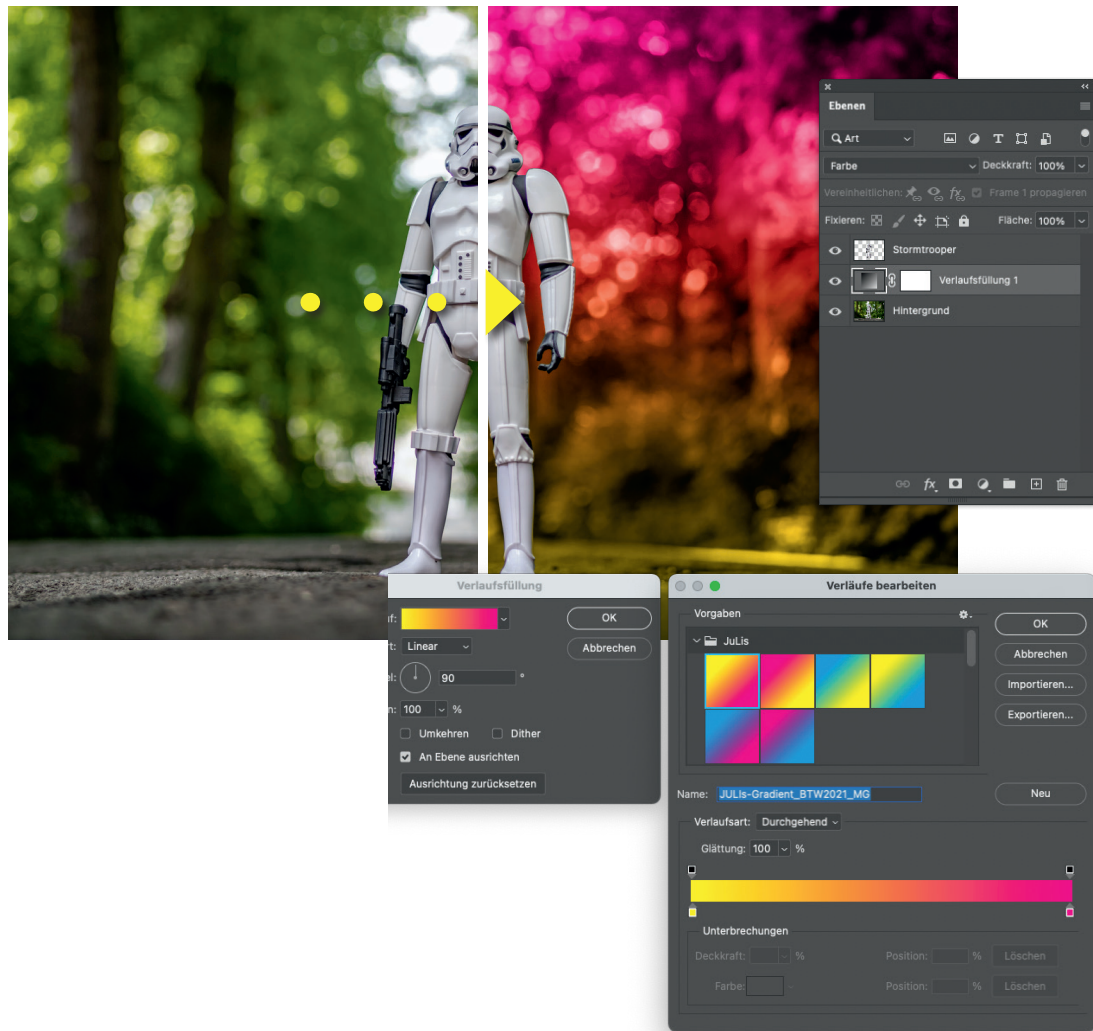


Nicht gut – im Ausschnitt ist jetzt nur der rot-orangene Teil des Verlaufs zu sehen



Viel besser – der Verlauf ist voll zu sehen, von Magenta nach Gelb

03 – Hintergrund einfärben

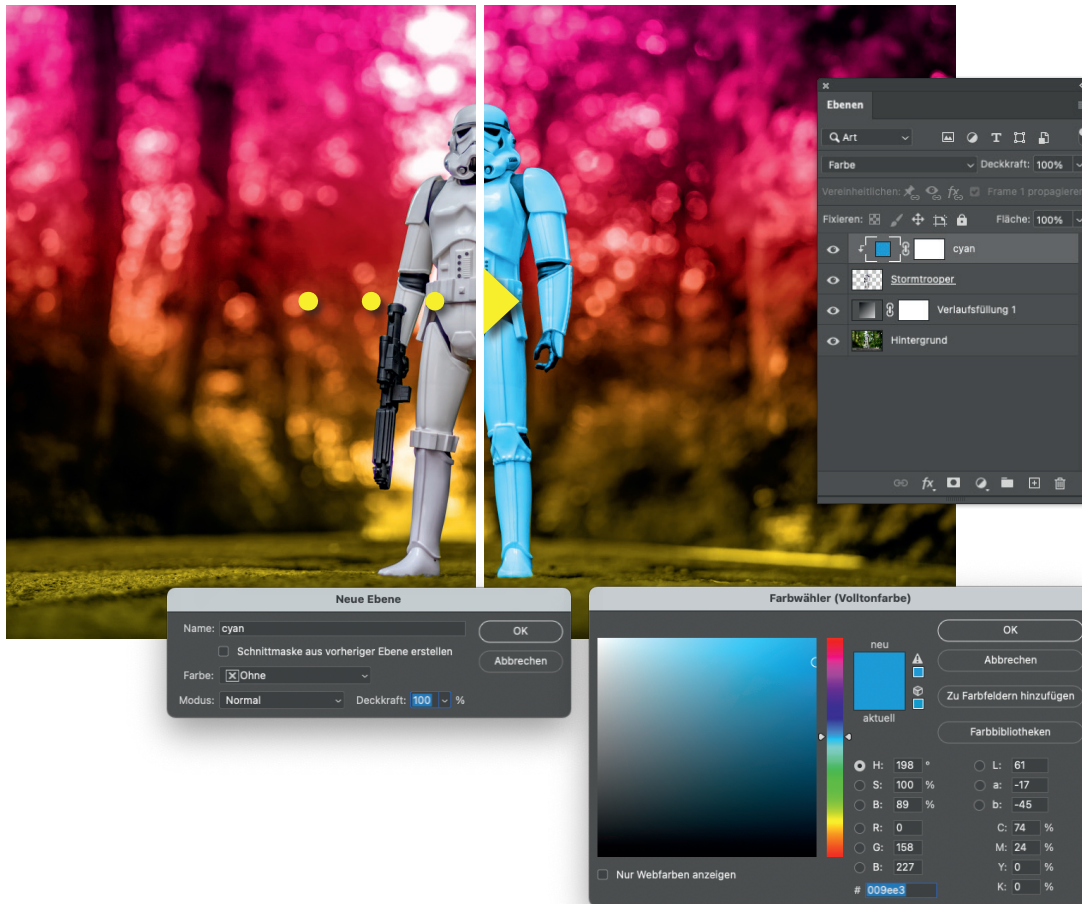


Zum Einfärben des Hintergrundes sind alle 3 Farbkombinationen zulässig: blau-gelb, blau-rot, gelb-rot. Welche Farben im Verlauf sind und welche Farbe oben bzw. unten beginnt, legt der Gestalter fest. Die Arbeitsschritte:

1. Hintergrundebene auswählen
2. Neue Füllebene erstellen (Menü: Ebene > neue Füllebene > Verlauf)
3. Verlauf einstellen: die Farben als RGB- oder Hex-Wert einstellen, weitere Einstellungen > siehe Screenshots
4. Mischmodus der Ebene einstellen: Farbe (zu finden im Dialog-Fenster „Ebenen“ ODER unter Menü: Ebene > Ebenenstil > Fülloptionen)

Die Verläufe mit den richtigen Farbwerten können als Farb-bibliothek aus der Cloud heruntergeladen werden:
<https://cloud.julis.de/index.php/s/rtEcQ4ffdXawEnG>

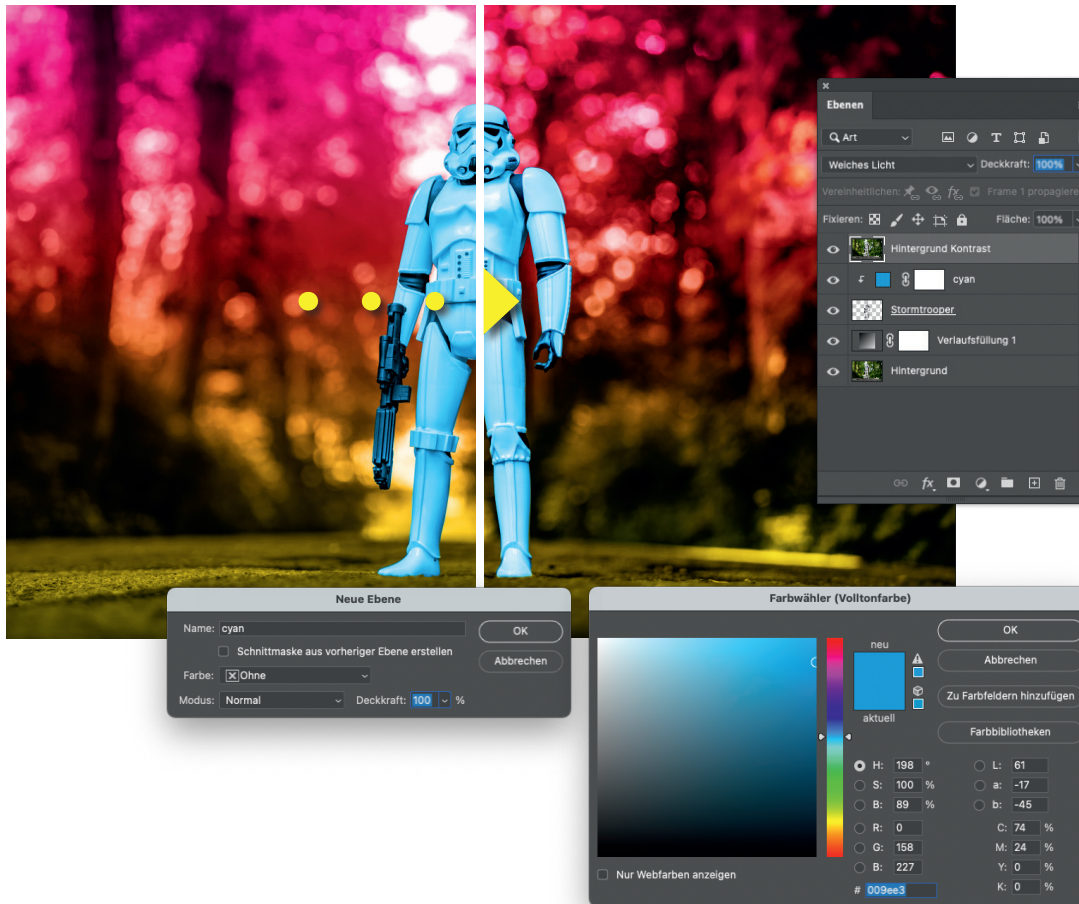
04 – Detail einfärben



Das Detail wird mit der dritten Farbe aus dem JuLi-Design gefärbt, die Arbeitsschritte:

1. Ebene mit freigestelltem Detail auswählen
2. Neue Füllebene erstellen (Menü: Ebene > neue Füllebene > Farbfläche)
3. Ebene benennen + Farbwert einstellen
4. Schnittmaske mit darunterliegender Ebene erstellen (alt-cmd-G ODER Menü: Ebene > Schnittmaske erstellen ODER das Menü im Dialogfenster benutzen)
5. Mischmodus einstellen > Farbe

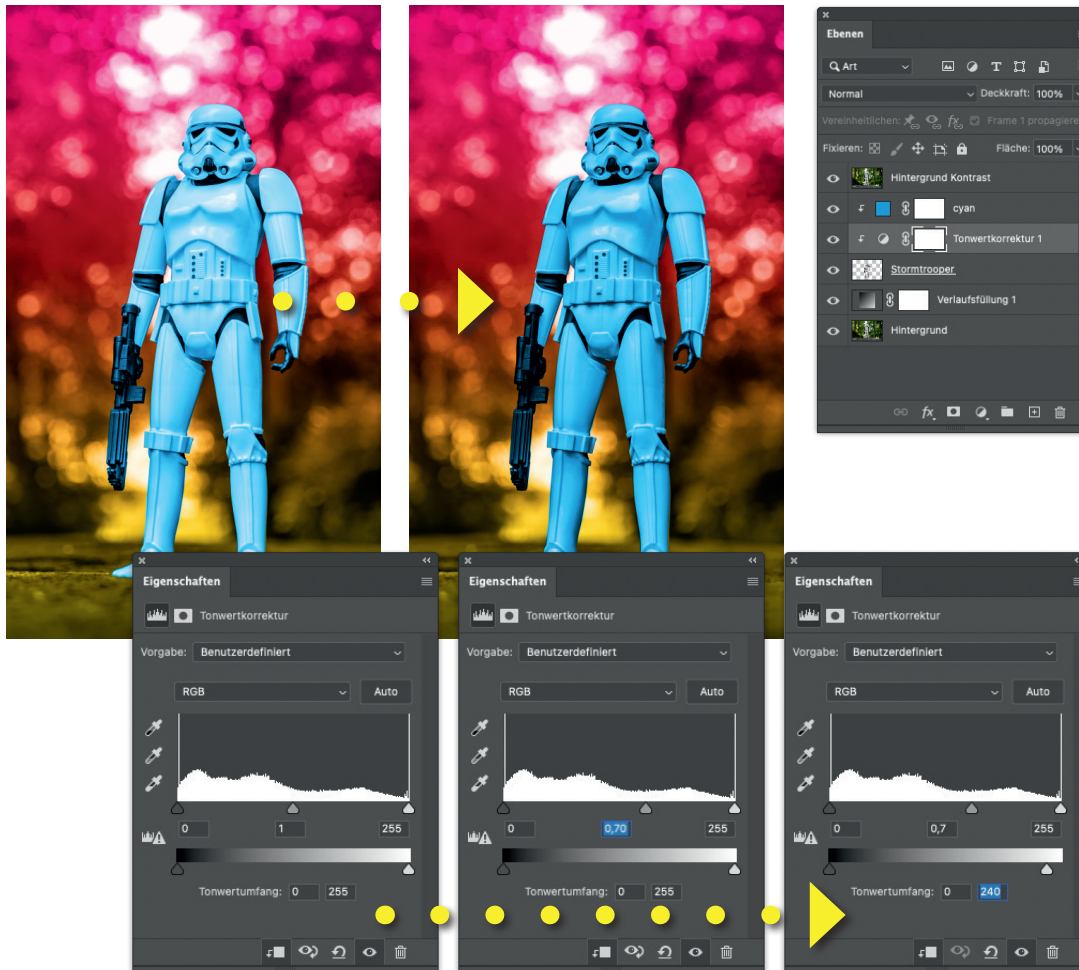
05 – Kontrast



Je nach Motiv muss jetzt noch der Kontrast erhöht werden, die Arbeitsschritte:

1. Hintergrundebene duplizieren
(Menü: Ebene > Ebene duplizieren)
2. Ebene in der Ebenenreihenfolge ganz nach oben bewegen
3. Ebene in ein Schwarzweiß-Bild umwandeln
(Menü: Bild > Korrekturen > Schwarzweiss)
4. Mischmodus einstellen > weiches Licht
5. Stärke des Kontrasts nachregulieren über Deckkraft der Ebene

Advanced – Tonwerte



Das Motiv Stormtrooper offenbart eine Baustelle, die je nach Bildmotiv optimierbar ist: der Tonwert des freigestellten Objektes (oder anderer Bildbereiche):

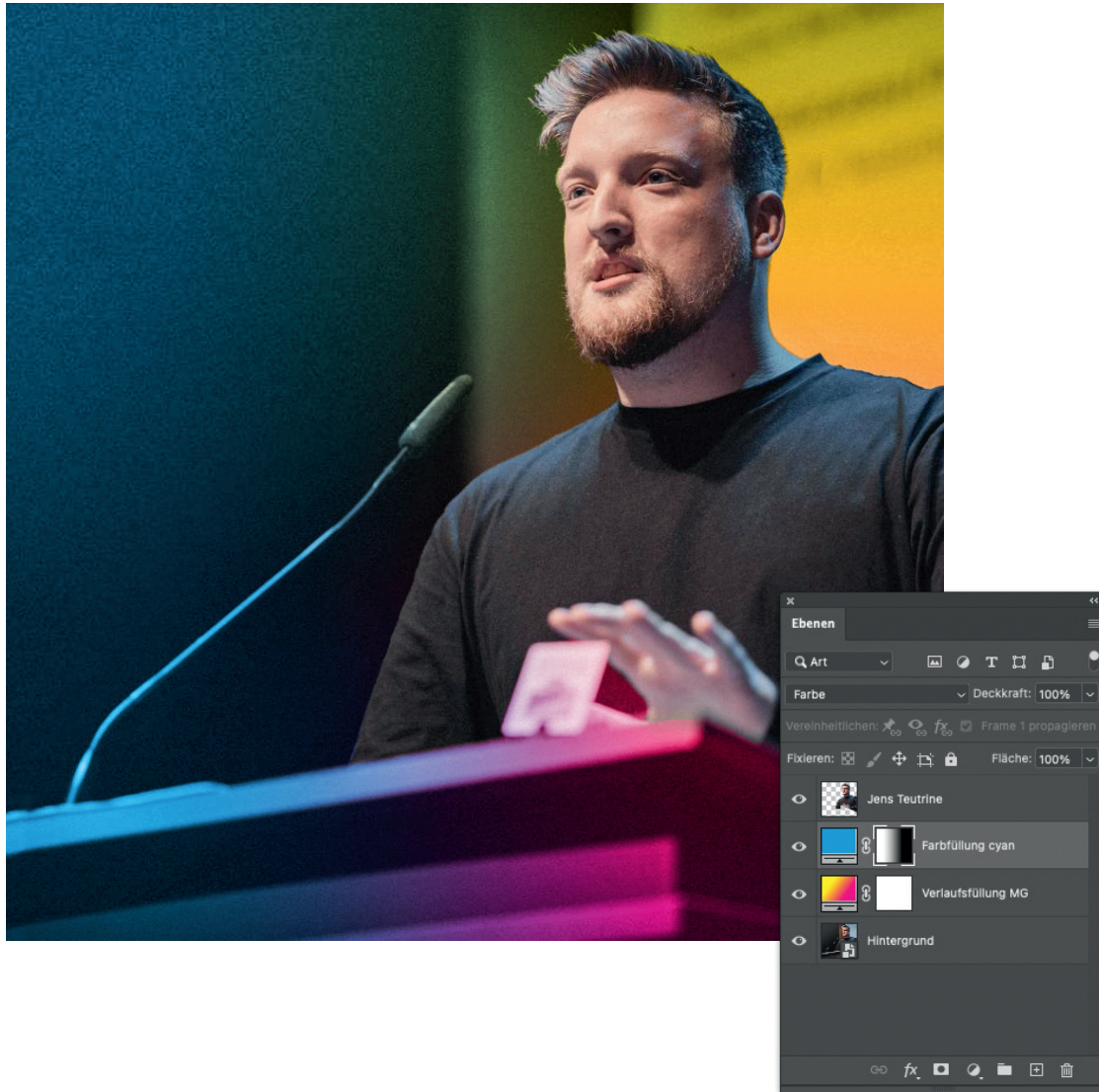
1. Ebene Detail auswählen (Stormtrooper)
2. Neue Einstellungsebene Tonwertkorrektur erstellen (Menü: Ebene > Neue Einstellungsebene > Tonwertkorrektur)
3. Mitteltöne dunkler stellen (mittleren Regler ziehen oder numerische Eingabe)
4. helle Tonwerte reduzieren (unterer Regler oder numerische Eingabe)

A man with a beard and short hair is speaking at a podium. He is wearing a dark blue long-sleeved shirt. A microphone is positioned in front of him. The background is a mix of dark blue and yellow. The text is overlaid on the image in two white boxes with pink and blue text.

BILDBEARBEITUNG

DREIFARBIGER VERLAUF

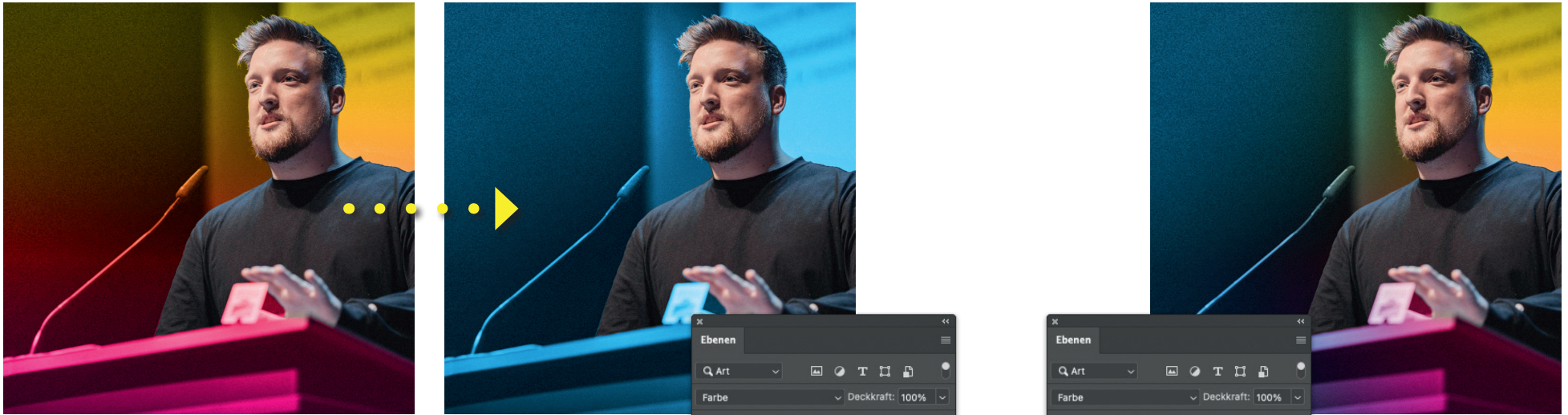
Was ist anders?



Die Bildbearbeitung für Personen und Persönlichkeiten folgt grundsätzlich denselben Schritten und Regeln wie bei den anderen Motiven: Ausschnitt festlegen, Detail (=Person) freistellen, Hintergrund einfärben, Kontrast und Tonwerte einstellen.

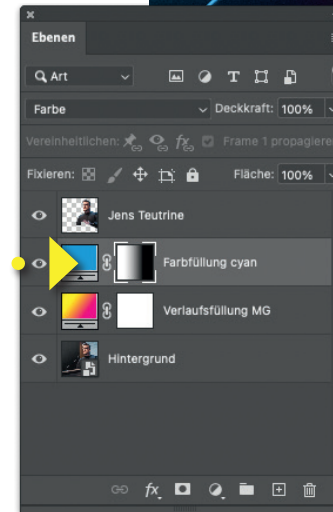
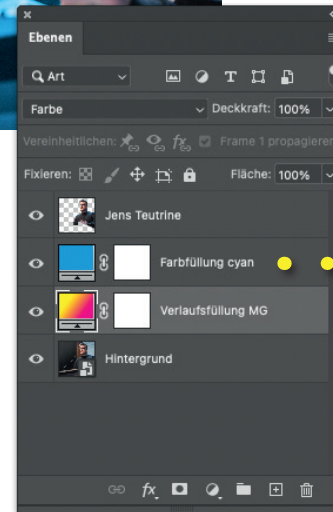
Der Unterschied ist, dass die Person nicht eingefärbt wird und die dritte Farbe damit im Hintergrund in den Verlauf integriert wird.

Dritte Farbe integrieren



Um die dritte Farbe in den Verlauf zu integrieren, bieten sich folgende Arbeitsschritte an:

1. Neue Füllebene erstellen (Menü: Ebene > neue Füllebene > Farbfläche)
2. Mischmodus einstellen > Farbe
3. Sichtbarkeit der Füllebene über die Ebenenmaske zurücknehmen (im Beispiel wurde ein linearer Verlauf benutzt, je nach Motiv kann auch ein radialer Verlauf sinnvoll sein oder eine individuellere Maske mittels des Pinselwerkzeuges)



Impressum

VERANTWORTLICH

Junge Liberale e. V.
Reinhardtstraße 14
10117 Berlin

VERTRETEN DURCH

Jens Teutrine (Bundesvorsitzender)

KONTAKT

Telefon +49 (0)30 – 68078550
Telefax +49 (0)30 – 680785522
E-Mail info@julis.de

DEINE ANSPRECHPARTNERIN

Laura Schieritz (Pressesprecherin und Kampagnenleiterin)
schieritz@julis.de