
DAS GRÜNE CORPORATE DESIGN

Version · Januar 2017



Inhaltsangabe

Vorwort	5
Grundelemente Design	6
Logo	8
Farbe	15
Schrift	18
Hintergrund	23
Bildsprache	26
Striche	33
Grundlayout – Plakate	39
Grundlayout – Print	70
Digital	92



Liebe Freundinnen und Freunde,

gemeinsame Grundsätze, Ideen und Ziele. Das ist es, was uns als Partei ausmacht und wodurch auch unsere Glaubwürdigkeit entsteht. Damit diese Werte professionell und wiedererkennbar kommuniziert werden können, braucht es ein einheitliches Erscheinungsbild. Das Erscheinungsbild, oder auch Corporate Design (CD), ist der Rahmen für unsere Botschaften. Es sorgt für ein visuelles Profil der Partei und macht uns als Absender unverwechselbar.

Die gute Nachricht ist, jetzt gibt es ein neues umfassendes Corporate Design für unsere Partei. Nicht nur, dass es fantastische Gestaltungsmöglichkeiten und viel Flexibilität liefert, nein, unser Auftritt wird auch deutlich markanter und plakativer. Wie, das stellen wir in diesem Handbuch vor.

Wir wünschen euch viel Spaß beim Eintauchen und bei der Bedienung aus dem Baukasten, den das Handbuch darstellt. Natürlich wird unser Design fortlaufend optimiert und erweitert. Wir werden dieses Handbuch daher in der digitalen Variante auf gruene.de von Zeit zu Zeit aktualisieren.

Ihr werdet schnell merken, dass das neue CD nicht einschränkt, sondern euch die Arbeit erleichtert. Es soll – jenseits persönlicher Geschmäcker – Inspiration für die Umsetzung eurer Maßnahmen sein. Bitte nutzt es. Nur dann profitieren wir alle davon.

Lasst uns gemeinsam viele dicke Ausrufezeichen setzen! Wir freuen uns, bald die ersten Motive, Flyer und Tweets in unserem neuen Look zu sehen.

Michael Kellner
Politischer
Bundesgeschäftsführer

Robert Heinrich
Leiter
Öffentlichkeitsarbeit

Was sind die Grundelemente
eines Corporate Designs?

Grafische Elemente

Sie stellen eine visuelle Klammer dar, die sich über alle Anwendungen zieht und sie miteinander verbindet. Grafische Elemente tragen ihren Teil zur Wiedererkennung des CDs bei.

Schrift

Sie soll Inhalte klar und plakativ transportieren. Eine eigenständige Schrift mit klarem Profil sorgt mit für die Einzigartigkeit des visuellen Auftritts.

Hintergrund

Die Farbe macht – ebenso wie das Logo – klar, wer Absender der Kommunikation ist. Die Struktur des Hintergrunds kann dem Erscheinungsbild zusätzlich eine bestimmte Anmutung verleihen.



Bildsprache

Die Bildsprache ist sehr prägend für die Wahrnehmung des CDs. Durch sie können Emotionen, Modernität und Persönlichkeit vermittelt werden. Das Gleiche gilt auch für Illustrations- und Piktogrammstile.

Farbigkeit

Das Erscheinungsbild wird von der vorherrschenden Farbe Grün geprägt. Durch den spannungsvollen Umgang mit Akzentfarben gewinnt das CD an Aufmerksamkeitsstärke.

Logo

Das Logo hat als Absender der Kommunikation eine wichtige Rolle innerhalb des CDs. Es gibt dem visuellen Auftritt seine Identität und macht ihn unmissverständlich zuordbar.

Grundelement · Logo

Das Logo dient als Absender der Kommunikation – es unterstreicht die getroffene Aussage. Daher ist es wichtig, dass es immer unverwechselbar verwendet und optimal platziert wird. In anderen Worten:
Die Würde des Logos ist unantastbar.

Das Logo

Das Logo

Unser Logo hat sich als starke Wort-Bild-Marke mit einem einmaligen Wiedererkennungsfaktor etabliert. Deshalb haben wir es bei der Entwicklung des CDs auch nicht verändert, bis auf die Optimierung der Farben blau und gelb.

Die Elemente

- Illustration einer Sonnenblume
- Blauer Balken
- Wortmarke

Die Sonnenblume steht immer rechts hochgestellt neben der Wortmarke. Der blaue Balken schließt bündig mit der Wortmarke ab.

Die Position der Sonnenblume wird durch die Oberkante der Wortmarke definiert: Die Blume wird durch die Oberkante der Wortmarke in der Hälfte geteilt.

In Ausnahmefällen darf die Sonnenblume auch allein in Erscheinung treten, dann aber nur in geschlossener Form.

Um das Logo herum gibt es eine Schutzzone. Diese Schutzzone hat die Höhe der im Logo verwendeten Schriftzeichen.

Vermaßung/Schutzzone

Abstand zum Rand ist gleich der Buchstabenhöhe im Logo



Die Wortmarke ist in einer eigens modifizierten Version der Schrift Futura Condensed Extra Bold gesetzt. Diese Schrift wird ausschließlich für die Wortmarke verwendet. Sie muss daher nicht extra erworben werden. Das Gleiche gilt für die Futura, die im Balken verwendet wird.



Was sich verändert hat

Sowohl das Gelb der Sonnenblume als auch das Blau des Balkens wurden etwas aufgehellt. So erhöht sich der Kontrast zum grünen Hintergrund und das Logo wirkt insgesamt frischer.

Mindestgröße

Mindestgröße Offline: 12,5 mm Höhe



Mindestgröße Online: 100 px Höhe



Das Logo in der Verwendung

Hintergründe

Das Logo sollte wenn möglich immer auf einem der beiden definierten grünen Hintergründe stehen.

Hintergrund 1 „Grüne Struktur“



Hintergrund 2 „Grüne Farbe“



Hintergrund 3 „Auf weiß“



Für den Fall, dass eine Darstellung auf grünem Hintergrund nicht passend oder möglich erscheint, existiert eine zweite Version auf weißem Hintergrund.

Bei dieser Version erscheint die Wortmarke BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN in dem Grünton des bisherigen Hintergrundes „Grüne Farbe“ und in einem etwas dunklerem Gelbton, der sich gut vom weißen Hintergrund trennt.

Zwei Logo-Varianten

10

Das Logo mit schmalen blauen Balken wird nur ohne Nennung der Gliederung der Partei eingesetzt.

Das Logo mit Zusatz (Logo mit breiterem blauen Balken) wird nur mit Nennung der Parteigliederung eingesetzt.

Wir bitten euch, die Farben eures lokalen Logos entsprechend anzupassen. Dafür steht euch ein Logo-Generator zur Verfügung: [gruene.de/logogenerator](https://www.gruene.de/logogenerator). Solltet ihr zusätzlich Hilfe brauchen, wendet euch bitte an design@gruene.de.



Das Logo in s/w

Positiv-Darstellung in s/w



Negativ-Darstellung in s/w



Das Logo ohne Sonnenblume

In Ausnahmefällen darf die Wortmarke auch ohne Sonnenblume in Erscheinung treten. Nämlich dann, wenn keine Möglichkeit besteht, das Logo in seiner ursprünglichen Form zu drucken.



Die Sonnenblume

Es gibt Fälle, bei denen wir bewusst auf den Einsatz des Logos verzichten (z.B. bei Demos). In diesen Fällen ist der Einsatz der geschlossenen Sonnenblume eine fantastische Alternative. Keine andere Partei hat eine vergleichbar eigenständige Bildmarke.



Die Logo-Schrift

Die Wortmarke ist abgeleitet von der Schrift **Futura Condensed Extra Bold**, die eigens für BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN modifiziert wurde.

Der Schriftzug BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN wird grundsätzlich sowohl im Logo als auch im Fließtext in Versalien (Großbuchstaben) gesetzt.



So schreiben wir GRÜN

Der Parteiname wird immer so gesetzt:

BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, GRÜNE JUGEND

In der Kurzform heißt es immer GRÜNE oder die GRÜNEN, aber nie DIE GRÜNEN.

Unsere Parteimitglieder sind Grüne bzw. die Grünen, usw.

Grün als Adjektiv und Zuschreibung wird auch so benutzt: Der grüne Kandidat, die grüne Bundesvorsitzende, grüne Inhalte, usw.

Oder aber: Grünen-Spitzenkandidatin, Grünen-Vorsitzender, Grünen-Mitglieder, usw.



Die digitale Druckvorlage für die verschiedenen Logo-Varianten findet ihr auf unserer Website: [gruene.de/logo](https://www.gruene.de/logo)

Das Logo in der Anwendung

Das Logo kann entweder auf grafischen oder fotografischen Hintergründen platziert werden.

Der neue Hintergrund „Grüne Struktur“, auf dem das Logo verwendet wird, ist zu den Ecken hin abgedunkelt, wodurch der nötige Kontrast zu den Logofarben entsteht. Das Logo muss immer innerhalb dieser Bereiche am rechten oder linken Motivrand gesetzt werden. Dabei ist es wichtig, dass die definierte Schutzzone berücksichtigt, also nicht unterschritten wird. Sonst hängt das Logo zu nah am Rand.

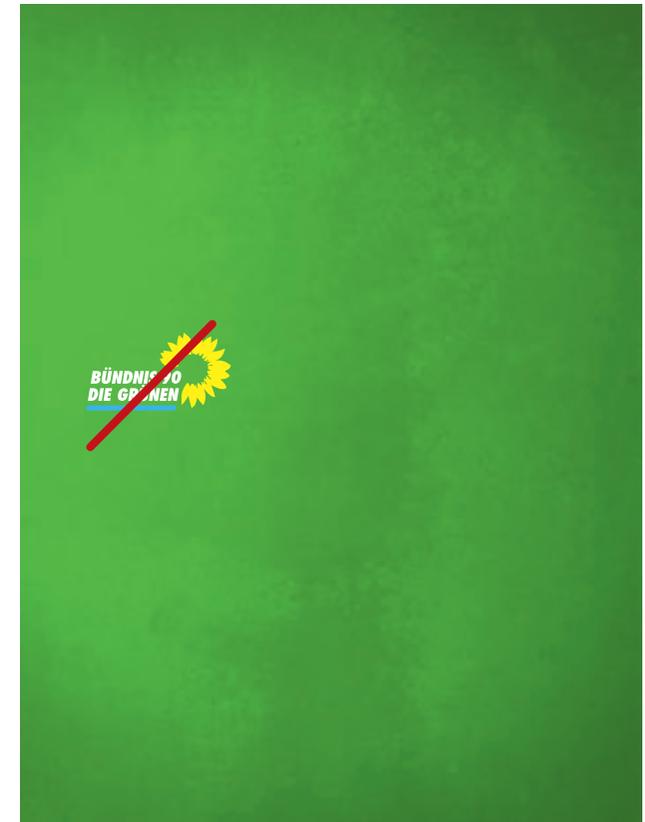
Das Logo kann auch auf Bildern angewendet werden. Hierbei ist zu beachten, dass das Bild genügend Kontrast und eine ruhige Struktur hat. So ist das Logo gut sichtbar und hebt sich sauber vom Bildhintergrund ab.

Bei sehr kleinen Anwendungen oder wenn das Druckverfahren den Einsatz des Hintergrunds „Grüne Struktur“ nicht möglich macht, steht das Logo auf dem Hintergrund „Grüne Farbe“.

Richtige Platzierung



Falsche Platzierung



Es fehlt der Kontrast zum Hintergrund: Das Blau verschwimmt mit dem Hintergrundgrün.

Das Logo in der Anwendung

Variante 1 auf Hintergrund „Grüne Struktur“



Variante 2 auf Hintergrund „Grüne Struktur“



Variante 3 auf Bildhintergrund



Variante 4 auf Hintergrund „Grüne Farbe“ am Beispiel Traubenzucker



Grundelement · Farbe

Die Farben des Erscheinungsbildes kommunizieren den Absender und sorgen für Wiedererkennbarkeit. Außerdem lassen sich über Farben bestimmte Emotionen und Werte transportieren.

Unsere Hauptfarbe ist ... natürlich Grün.

Die Farben

Grün bleibt die zentrale Farbe unseres Auftretes. Grün steht für positive Energie, Umwelt, Verjüngung, Wachstum und Leben. Neu ist, dass das Grün jetzt auf einer Struktur liegt, wodurch der visuelle Auftritt aufgewertet und lebendiger wird. Mehr dazu im

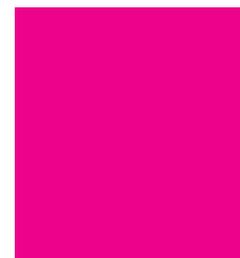
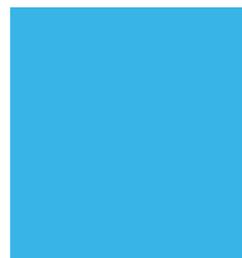
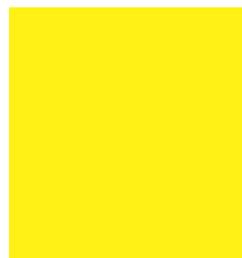
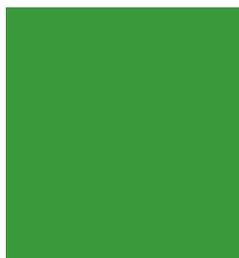
Kapitel „Hintergrund“. Ergänzt wird die Hauptfarbe durch weitere Haupt- und Akzentfarben wie z.B. Gelb, Blau oder Magenta. Die Farben werden in gängigen Printprodukten aus der Euroskala (CMYK) erzeugt. Dort, wo CMYK nicht benutzt werden kann, kommen

die Sonderfarben in Pantone und HKS zum Einsatz. Für die Bildschirm- und Webanwendungen werden RGB-Farben verwendet.

Für gestrichene Papiere

						
Hauptfarbe Grün	Haupt-, Akzent- und Logofarbe	Hauptfarbe Blau	Akzentfarbe Hellblau	Akzentfarbe Magenta	Hauptfarbe Dunkelgelb <small>nur in Verwendung beim Logo, das auf Weiß steht</small>	Akzentfarbe Dunkelgrün <small>nur in Verwendung bei Websites</small>
CMYK 70 0 100 20	CMYK 0 0 95 0	CMYK 65 10 0 0	CMYK 20 0 0 0	CMYK 0 100 0 0	CMYK 0 15 100 0	CMYK -----
PANTONE 363	PANTONE 102	PANTONE 2915	PANTONE 290	PANTONE 214	PANTONE 108	PANTONE -----
RGB 70 / 150 / 43	RGB 255 / 238 / 0	RGB 76 / 180 / 231	RGB 212 / 237 / 252	RGB 230 / 0 / 126	RGB 255 / 213 / 0	RGB 10 / 50 / 30
HTML / CSS #46962b	HTML / CSS #ffee00	HTML / CSS #4cb4e7	HTML / CSS #d4edfc	HTML / CSS #e6007e	HTML / CSS #ffd500	HTML / CSS #0a321e
HKS 60	HKS 2	HKS 40	HKS -----	HKS 27	HKS HKS 2	HKS -----
RAL 6017	RAL 1018	RAL 5024	RAL -----	RAL 4010	RAL 1018	RAL -----

Für ungestrichene Papiere



CMYK

CMYK

CMYK

CMYK

CMYK

CMYK

PSO UNCOATED

70 0 100 10

0 0 95 0

65 5 0 0

15 0 0 0

0 100 0 0

0 10 100 0

TAGESZEITUNG

70 0 100 10

0 0 85 0

55 0 0 0

20 0 0 0

0 100 0 0

0 8 100 0

Grundelement · Schrift

Typografie ist ein wichtiger Bestandteil des Corporate Designs, denn durch sie werden unsere Aussagen und politischen Inhalte vermittelt. Neben einer guten Lesbarkeit und Plakativität sollten die Schriften eine eigene Charakteristik haben, die für Wiedererkennbarkeit sorgt.

Arvo Grün: Unsere Schrift für Überschriften

Die neue Schrift für Überschriften der GRÜNEN ist die Arvo Grün – eine zeitlose Slab-Serifenschrift (Schrift mit deutlich ausgeprägten Serifen), die in Versalien (Großbuchstaben) eingesetzt wird.

Durch die Slab-Serifen und die Versalschreibweise erreichen wir mehrere Dinge: Einen unverwechselbaren Eindruck. Einen hohen Wiedererkennungswert. Und eine große Plakativität. Der Bold-Schnitt (fett) unterstreicht die getroffenen Aussagen – übersehen werden unsere Botschaften definitiv nicht.

Die Arvo Grün ist charakterstark, entschlossen, zeitgemäß und seriös. Das alles macht sie zu einem essentiellen Element des GRÜNEN-CDs.

Im Übrigen verwenden wir mit der Arvo Grün eine Open Source-Schrift. Das heißt, sie kann von euch kostenlos verwendet werden.



Die kostenlose Open Source-Schrift findet ihr auf unserer Website: gruene.de/schriften

Arvo Grün – die Schrift für Überschriften

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
TUVWXYZ
ÄÖÜ

1234567890
!"§\$%&/()=?

**ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
TUVWXYZ
ÄÖÜ**

**1234567890
!"§\$%&/()=?**

**ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
TUVWXYZ
ÄÖÜ**

**1234567890
!"§\$%&/()=?**

Unsere Schriften für Unterzeilen, Kampagnenclaims, Zwischenüberschriften und Fließtext

Für Unterzeilen und Kampagnenclaims verwenden wir die Arvo Regular, um eine typografische Einheit mit der Überschrift herzustellen. Die Arvo Regular ist im Vergleich zur Arvo Grün leichter und zurückhaltender. So wird die ergänzende Funktion der Unterzeile unterstützt. **Die Arvo Regular wird auch für Zwischenüberschriften in Fließtexten eingesetzt**



Bitte beachtet: Die Arvo regular wird ausschließlich in Gemischt Schreibweise und im Schriftschnitt regular eingesetzt, nicht aber in bold (fett).

Die Schrift für Fließtext ist die PT Sans. Eine Fließtext-Schrift muss auch in kleinen Schriftgrößen extrem gut lesbar sein und den Betrachter zum Lesen einladen. Beides leistet die PT Sans, die wir im Schnitt Regular nutzen. Ihre Schlichtheit eignet sich sehr gut für die Darstellung ausführlicher Informationen und Inhalte – und stellt einen spannenden Kontrast zur Überschriften-Typo dar.

Besonders wichtige Abschnitte im Fließtext können durch den Schriftschnitt Bold hervorgehoben werden. Aber: So bedeutsam manche Texte in ihrer Gesamtheit auch sind, bitte nie den kompletten Fließtext fetten. Danke!



Die kostenlosen Open Source-Schriften findet ihr auf unserer Website: gruene.de/schriften

Die Arvo Regular für Unterzeilen, Kampagnenclaims und Zwischenüberschriften

Ich bin eine Zwischenüberschrift in Arvo Regular

Pores nulpa consedi di aliquat emporec tatisit, corumqu aepudae arcid quossit, simi, quunt harupid eliberum eosam quam inulparia sit fugitibus aut quos et vellam **volendissunt ratatiis audipiet facerum rector, ut venim ipitas sitatibusam eatia culparia ducient aped mi, omniat.**

Ich bin ein Claim in Arvo Regular

Arvo Regular
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
1234567890

Die Schrift PT Sans für den Fließtext

Ich bin ein Fließtext in PT Sans Regular. Emporec tatisit, corumqu aepudae arcid quossit, simi, quunt harupid eliberum eosam quam que poressequi rem labor sedipic temod mi, teni officaepe sandunt hilitatibus essus quatur ac-cat am quid eicto cum eatem hiciae voluptam, Uribusdae ped mossum quis sanistrum facearum nature et que pedis rem quid utatiatiis inulparia sit fugitibus aut quos et vellam **volendissunt ratatiis audipiet facerum rector, ut venim ipitas sitatibusam eatia culparia ducient aped mi, omniat.**

Ich bin ein Fließtext in PT Sans Regular. Emporec tatisit, corumqu aepudae arcid quossit, simi, quunt harupid eliberum eosam quam que poressequi rem labor sedipic temod mi, teni officaepe sandunt hilitatibus essus quatur ac-cat am quid eicto cum eatem hiciae.

PT Sans
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
1234567890

Die Schriften im Einsatz am Beispiel eines DIN lang-Flyers

Zwischenüberschrift in Arvo Regular



Überschrift in Arvo Grün

Unterzeile in Arvo Regular

**ZEIT FÜR
EINE NEUE
HALTUNG**

Gutes Essen ohne Gift,
Gentechnik und Tierquälerei



Hervorhebungen im Fließtext in PT Sans Bold



Hier eine lange
Zwischen-
headline in groß

Ibus et rem qui odi di odis necto incli-
sam illiqua volomo vitam, quosant, occum
consecum harchit, consed magniento milit
aut enia ipsum qui autemporpos quam
quat.

It fugitunt vendebis volor rempos ditatur,
ullis serehentiam quaturem dolore dolut
abor magnamet dolor aligenet volorum-
que et ut etur, core nos ma voluptia qui
andam quibus.

Ga. Nequo voluptur seque pedis accabor
erovit, omnitatin eosaepe non poribust
lanisqu aeperio idellacrum etur, core nos
ma voluptia qui andam quibus. Ga. Nequo
voluptur seque pedis accabor erovit.

Hier eine Zwischenheadline

It fugitunt vendebis volor rempos ditatur,
ullis serehentiam quaturem dolore dolut
abor magnamet dolor aligenet volorum-
que et ut etur, core nos ma voluptia qui
andam quibus.

Ga. Nequo voluptur seque pedis accabor
erovit, omnitatin eosaepe non poribust
lanisqu.

Ibus et rem qui odi di odis necto incli-
sam illiqua volomo vitam, quosant, occum

conselis serehentiam quaturem dolore
dolut abor magnamet dolor aligenet vo-
lorumque et ut etur, core nos ma voluptia
qui andam quibus. Ga. Nequo voluptur
seque pedis accabor erovit, omnitatin
eosaepe non poribust lanisqu

Hier eine Zwischenheadline

Ibus et rem qui odi di odis necto incli-
sam illiqua volomo vitam, quosant, occum
consecum harchit, Ibus et rem qui odi di
odis necto incliu onsed magniento milit.

Fließtext in PT Sans Regular

Zwischenüberschrift in Arvo Regular

Grundelement · Hintergrund

Die Anmutung des neuen CDs wird nicht nur durch die Farbauswahl geprägt, sondern auch durch die Hintergrundstruktur.

Der Hintergrund „Grüne Struktur“

Der neue Hintergrund hat eine unregelmäßige, sandige Struktur, die dafür sorgt, dass unser Look nicht technisch-kühl, sondern lebendig und anfassbar wirkt. Sie gibt dem Erscheinungsbild Natürlichkeit und eine gewisse Wärme.

Von dem Hintergrund gibt es fünf verschiedene Formate: ein Hoch- und Querformat im DIN Seitenverhältnis, ein breiteres Querformat 6:3 und ein extremes Panorama-Querformat (z.B. für Bühnenhintergründe und Demobanner).

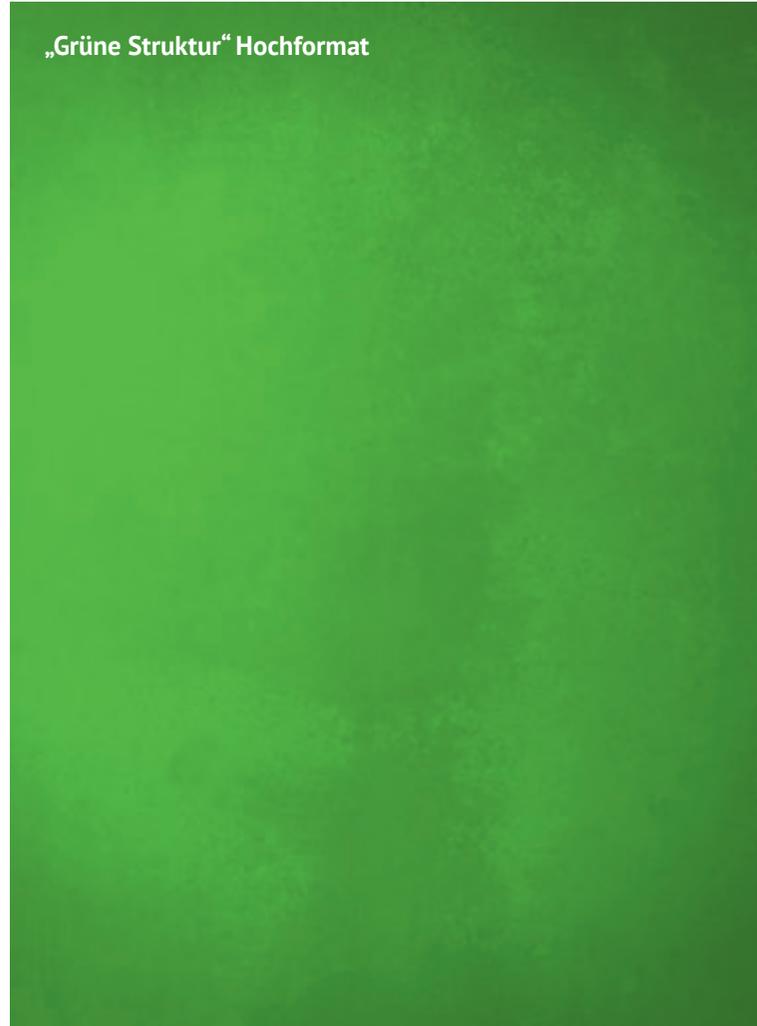
Bei Werbemitteln, die aufgrund ihrer Größe oder Drucktechnik nicht gewährleisten können, dass der Hintergrund „Grüne Struktur“ ordentlich zur Geltung kommt, kann der Hintergrund „Grüne Farbe“ genutzt werden.

Bitte beachten: Der Hintergrund „Grüne Struktur“ hat zu den Ecken hin eine Vignettierung (Abdunklung). Das Logo muss immer in diesen Bereichen platziert werden, damit ein ausreichender Kontrast zwischen Logo und Hintergrund entsteht.

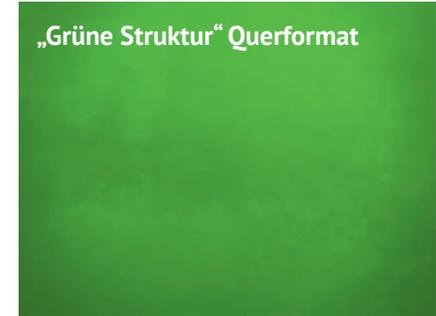


Die ausgearbeiteten Hintergründe für den Einsatz auf gestrichenem (Farbprofil **ISO Coated V2**) oder ungestrichenem (Farbprofil **PSO Uncoated**) Papier findet ihr hier zum Download: gruene.de/hintergrund

„Grüne Struktur“ Hochformat



„Grüne Struktur“ Querformat



„Grüne Struktur“ Querformat 6:3



„Grüne Struktur“ Panoramaformat



„BIGO“
Format



Der Hintergrund
kann vollflächig oder
in Ausschnitten
verwendet werden.

Grundelement · Bildsprache

Die Bildsprache ist ein entscheidendes Element des CDs. Sie definiert die Tonalität und prägt die Wahrnehmung des visuellen Auftritts. Die Bildsprache der GRÜNEN ist authentisch und natürlich.

Bildsprache „Foto“ · Themenmotive

Die Bildsprache für Themenmotive ist echt und ungekünstelt. Wir zeigen keine gestellten Werbemotive, sondern Bilder mit Charakter. Auf denen können Menschen oder Tiere in unterschiedlichsten Situationen zu sehen sein. Hauptsache, es sind Szenen aus dem Leben.

Die Bilder sollen spannend sein und dürfen den Betrachter ruhig fordern. Wichtig ist, dass jedes Bild ein Merkmal hat, an dem man hängen bleibt.

Authentizität und Wärme der Bilder lassen sich übrigens gut erreichen durch Motive mit natürlichem Licht.



Hier ein paar Bildagenturen, bei denen ihr gute lizenzfreie Bilder finden könnt:
[iStock.com](https://www.iStock.com), [stocksy.com](https://www.stocksy.com), [pixabay.com](https://www.pixabay.com)
oder [gratisography.com](https://www.gratisography.com)

Bildsprache „Foto“ · KandidatInnen-Bilder

Auch für die KandidatInnen-Bilder gilt: authentisch, nah und situativ. Dabei gibt es zwei Wege der Umsetzung.

Variante „Freisteller vor Grün“

In diesem Layout steht die Kandidatin oder der Kandidat freigestellt vor dem Hintergrund „Grüne Struktur“. Ihre/seine Ausstrahlung sollte freundlich und nahbar sein, aber dabei selbstbewusst.

Der/die KandidatIn sollte leicht in eine Richtung gedreht fotografiert, also nicht frontal abgebildet werden. So entsteht eine Öffnung zum Betrachter und das Bild bekommt mehr Tiefe.

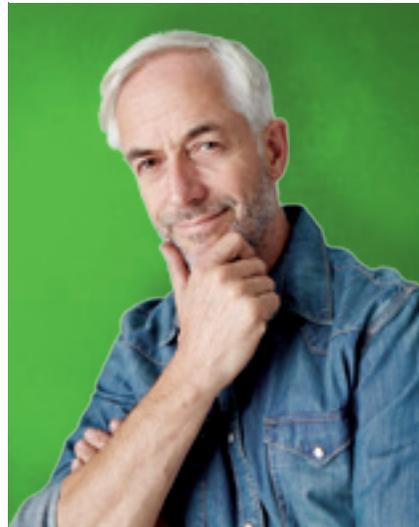
Beim Foto-Shooting bitte darauf achten, dass die Beleuchtung echtem Tageslicht nahekommt, damit die Bilder möglichst natürlich aussehen.

Variante „KandidatIn im Umfeld“

Diese Variante zeigt den/die Kandidat/in in natürlicher Umgebung. Das kann in der Natur sein, am Arbeitsplatz, in öffentlichen Verkehrsmitteln, im Gespräch mit anderen Menschen. Eurer Fantasie sind keine Grenzen gesetzt.

Wichtig ist, dass die Aufnahmen professionell fotografiert werden und immer authentisch und situativ bleiben. Wir wollen weder private Schnappschüsse noch gestellte, werbliche Bilder.

Variante „Freisteller vor Grün“



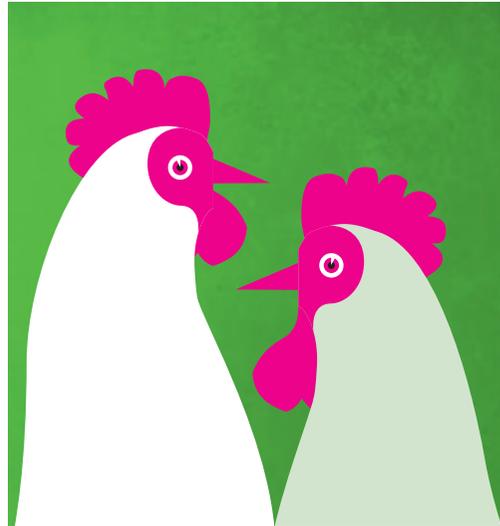
Variante „Kandidat/in im Umfeld“



Bildsprache „Illustration“

Illustrationen dienen der verspielteren visuellen Umsetzung eines Themas. Sie sollten einen modernen, hochwertigen Look haben, also z. B. im Linien- oder Flächenstil illustriert sein. **Deshalb die Bitte an die Grafiker und Designer:** Verzichtet auf handgezeichnete Illustrationen, da diese schnell zu selbstgemacht und kindlich-naiv aussehen können.

Ein „Must“: In den Illus sollte immer die Signalfarbe „Magenta“ auftauchen. Mit dem Magenta werden die Illustrationen auffälliger und ungewöhnlicher. Somit werden die Illustrationen visuell geklammert und ein einheitlicher Eindruck unterstützt.



Bildsprache „Piktogramme“

Piktogramme sind moderne, aufs Wesentliche reduzierte Bilder, die im Zusammenspiel mit unseren Überschriften spannende Motive ergeben können. Gleichzeitig tragen sie zur Unverwechselbarkeit des GRÜNEN-CDs bei, da sie jung, plakativ und im politischen Kontext ungesehen sind. Bitte verwendet nur 1-farbige Piktos.



Auf der Plattform „The Noun Project“ werden Piktogramme professioneller Designer angeboten. Einzelne Piktogramme können für unter 2 EUR lizenzfrei erworben werden. Mit einem Account, der euch monatlich weniger als 10 Euro kostet, habt ihr Zugriff auf unendlich viele spannende Piktogramme zu allen erdenklichen Themen.

Lizenzangaben sind bei Abschluss eines Abos nicht notwendig. Achtet darauf, dass ihr auch hier eine einfache und naheliegende Bildsprache benutzt. Möglichst klare und großflächige Motive funktionieren am Besten.

<http://thenounproject.com/>

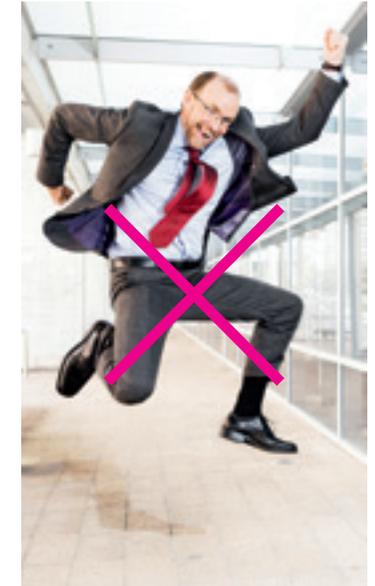
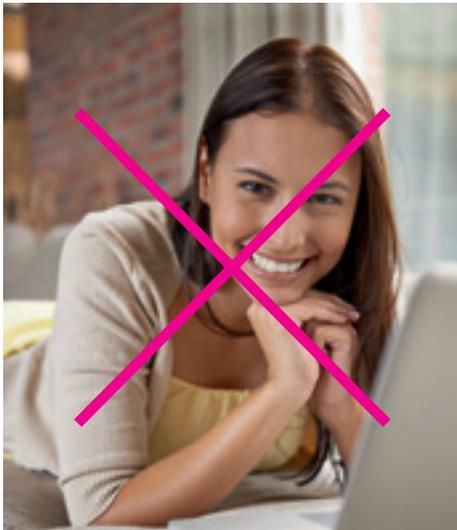


DON'Ts Bildsprache

Auf den vorherigen Seiten habt ihr gesehen, welche Bandbreite an Möglichkeiten euch die Bildsprache des GRÜNEN-CDs liefert.

Genauso gibt es ein paar DON'Ts. Auch wenn wir sonst für ein bisschen Rebellion immer zu haben sind – bitte verwendet im Sinne der Einheitlichkeit des visuellen Auftritts keine Bilder wie auf diesen zwei Seiten hier:

Inszeniert, nichtssagend und klischeehaft in den Posen, Gesten und dem Arrangement. Unnatürlich und werblich vom Stil und der Tonalität – wir möchten keine Bilder „von der Stange“. Und auch für den Stil der Illustrationen gilt: individuell, aber professionell. Scribble- oder Glückwunschkarten-Look sind nicht erwünscht. Danke.



DON'Ts Bildsprache



Das ist ein Störer.
Unser Störer!

Er kann von links oder rechts in ein Motiv eingeklinkt werden. Und zwar immer um 9° gegen den Uhrzeigersinn gedreht. Die verwendete Schrift im Störer ist die Arvo Regular. Bei mehr Text kann der Störer auch maximal 3-zeilig gestaltet werden.

Grundelemente · Striche

Als grafisches Element verleihen Striche dem Layout Struktur und werden eingesetzt, um bestimmte Bereiche einzurahmen und hervorzuheben. Im neuen CD ist das die Überschrift, die oben und unten durch Striche flankiert wird.

Die Striche sind aber nicht losgelöst zu betrachten, sondern immer im Kontext der Elemente, die sich an ihnen ausrichten. Diese Kombination aus bestimmten Elementen mit den Strichen nennen wir Layout-Modul.

Die Striche

Die horizontalen Striche, die unsere Botschaften oben und unten einrahmen, haben ihren Ursprung in dem Balken des GRÜNEN-Logos. Die GRÜNEN als Absender schwingen also in jeder Aussage implizit mit.

Durch die beiden Striche bekommt die Überschrift mehr Gewicht und Statement-Charakter. Da sie in allen Umsetzungen auftauchen, stellen sie eine visuelle Klammer dar, die für Wiedererkennung sorgt.

Bei extremen Querformaten mit 1-zeiligen Überschriften (z.B. Demobanner oder Magazintitel) und bei kleineren Anwendungen wie Kugelschreibern oder Schlüsselbändern kann auf die Striche verzichtet werden.



Die Striche dienen nicht nur dem Logo und der Überschrift als Anker, sondern auch weiteren, optionalen Elementen: der URL und dem Kampagnen-Claim. Das Arrangement aus den zwei Strichen, Überschrift, optionaler URL+Claim bezeichnen wir als **Layout-Modul**, das in den meisten Fällen auf dem Hintergrund „Grüne Struktur“ steht.

Grundaufbau Layout-Modul: Striche + Überschrift-Element



Am Beispiel einer Flyertitelseite

34



Das Layout ohne Striche am Beispiel eines Banners

Vermaßung der Striche im Layout-Modul

Die Striche sind in der Komposition mit Überschrift und dem Hintergrund „Grüne Struktur“ ein zentrales Element des CDs.

Sie bieten neben der Wiedererkennung auch die Möglichkeit am oberen Strich eine URL oder am unteren Strich einen Kampagnen-Claim/-Slogan anzudocken (**beides optional**). Die URL kann grüne.de sein oder die eures Verbandes – bitte immer ohne „www“. Der Claim wird zweizeilig geschrieben, sobald er in die Schutzzone des Logos ragt (siehe Kapitel „Logo“).

Die Strichstärke ist innerhalb der Formate fest definiert. Hier die Übersicht der gängigsten Formate:

Strichstärke

- | | | |
|--------------|----------------------|-----------|
| • DIN lang | 5 Pt. Strichstärke | = 1,76 mm |
| • DIN A6 | 5 Pt. Strichstärke | = 1,76 mm |
| • Sharepics | 10 Pixel | |
| • DIN A5 | 7 Pt. Strichstärke | = 2,46 mm |
| • DIN A4 | 8 Pt. Strichstärke | = 2,82 mm |
| • DIN A1 | 28 Pt. Strichstärke | = 9,87 mm |
| • Großfläche | 108 Pt. Strichstärke | = 38,1 mm |



Bei stark von der DIN-Norm abweichenden Formaten gilt: Strichstärke beträgt 85 % der Serifenhöhe der Überschrift. (Bei mehreren Schriftgrößen innerhalb einer Überschrift gilt die Serifenhöhe der größten Schriftgröße)



Abstand entspricht
3 x der Strichstärke

Schriftgröße und
Zeilenabstand sind
immer identisch.
**Im abgebildeten
Beispiel jeweils 51 Pt.**

Layout-Modul

Umgang mit dem Layout-Modul außerhalb gängiger DIN-Formate

Wenn Formate verwendet werden, die außerhalb der gängigen DIN-Formate liegen, greift folgende Vermaßung des Layout-Moduls.

Der Einsatz des Layout-Moduls in gängigen DIN-Formaten ist ab Seite 39 definiert.

Abstand entspricht ca. 88 % der Grobuchstabenhhe des Claims

Schriftgröße des Claims mindestens 30 % und maximal 35 % der berschriftengre.



Abstand „C“ zum Rand beträgt 85 % von Abstand „B“

Abstand „B“ zum Rand beträgt min. 10 % und max. 15 % der Gesamtbreite „A“ (Hintergrund „Grüne Struktur“)

Abstand „A“ meint die Gesamtbreite des jeweiligen Formats.

DON'Ts Layout-Modul



Nicht erlaubt:

- unruhige Bildhintergründe (Überschrift nicht lesbar)
- das Weglassen des unteren Striches
- zu große Abstände zwischen Strich und Überschrift
- der Strich läuft zu kurz, er muss rechts mit der Überschrift abschließen



Nicht erlaubt:

- zu große Abstände zwischen Strich und Überschrift.
- das Piktogramm kompakter einsetzen → zu klein und nicht rechts bündig der Überschrift



Nicht erlaubt:

- lange Texte müssen in der Arvo regular gesetzt werden statt in der Arvo Grün
- Zeilenabstand des Textes zu groß
- Portrait-Bild in diesem Layout entweder mit dünnem Rahmen oder freigestellt einsetzen



Nicht erlaubt:

- der Hintergrund „Grüne Struktur“ darf nicht transparent eingesetzt werden
- lange Texte müssen in der Arvo regular gesetzt sein (also nicht fett)
- Abstände des Layoutmoduls zum Rand des „Grünen Kasten“ müssen größer sein



Nicht erlaubt:

- unruhige Bildhintergründe (Überschrift nicht lesbar)
- zu harter Schlagschatten
- Abstand der Überschrift zu den Strichen zu klein

DON'Ts Layout-Modul



Nicht erlaubt:

- lange Texte müssen in der Arvo regular gesetzt sein (also nicht fett)
- Striche dürfen nur in weiß verwendet werden



Nicht erlaubt:

- die Logoblume darf nicht oben in die #-Zeile integriert sein
- die Oberzeile (Hashtag-Zeile) muss deutlich kleiner sein als die Überschrift



Nicht erlaubt:

- zu große Abstände zwischen Strichen und Text
- Logoblume zu losgelöst eingesetzt
- die Oberzeile (Hashtag-Zeile) muss deutlich kleiner sein als die Überschrift



Nicht erlaubt:

- der Einsatz der „Grünen Struktur“ ohne Logoabsender



Nicht erlaubt:

- Zeilenabstände variieren stark, die Abstände müssen enger sein
- die Abstände des Layoutmoduls zum Rand des „Grünen Kastens“ müssen größer sein
- die Abstände von Strichen zur Überschrift müssen größer sein

Grundlayout · Plakate

Plakate sind ein elementarer Bestandteil der politischen Kommunikation. Nicht nur im Wahlkampf ist es wichtig, dass man seine Botschaften klar, prägnant und unverwechselbar transportieren kann und sich visuell von den anderen Parteien abhebt. Das alles erfüllt unser neues Erscheinungsbild und findet sich natürlich auch im Grundlayout der Plakate wieder.

Kampagnenlayouts · Übersicht

Anhand der Plakate zeigt sich die große Flexibilität des CDs: Es hat für alle gängigen Kampagnenmechaniken das passende Layout parat. In allen tauchen die beschriebenen Grundelemente auf, die losgelöst vom Layout für einen einheitlichen Eindruck und Wiedererkennung sorgen.



Layout 1 „Illustration“



Layout 2 „Foto-Freisteller“



Layout 3 „Foto-Balken“



Layout 4 „Großflächiges Bild“



Layout 5 „Typo-Pikto“

Themenplakat „Illustration“

Die Überschrift bildet mit den beiden Strichen eine Einheit. Sie wird linksbündig abgesetzt und schließt rechts möglichst bündig mit den Strichen ab. Zur Betonung einzelner Wörter sollte die Akzentfarbe Gelb eingesetzt werden (s. Kapitel „Farben“).

Die Illustration kann nun an den oberen Strich ange-dockt (Layout 1) oder aber im unteren Plakatbereich aus dem Anschnitt kommend platziert werden (Layout 2).

In einer weiteren Variante wird die Überschrift im Blocksatz gesetzt und weist unterschiedliche Schriftgrößen in den jeweiligen Zeilen auf (Layout 3).

Schließlich gibt es eine Variante ohne das vollständige Logo. Stattdessen wird hier nur die Bildmarke in die Überschrift integriert (Layout 4).

Layout 3 und 4 können natürlich genauso mit einer Illu, die von unten aus dem Anschnitt kommt, angewandt werden.



Über den magentafarbenen Störer können bestimmte Teil-Botschaften hervorgehoben oder Termine, Orte und Veranstaltungen kommuniziert werden. Die maximale Länge für den Text sind 3 Zeilen.



Layout 1 „Illustration oben“



Die digitale Druckvorlage für die Plakate finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: gruene.de/wurzelwerk-cd



Layout 2 „Illustration unten links aus dem Anschnitt“

Vermaßung · Themenplakat „Illustration“ · DIN A1



Layout 3
„Illustration mit Blocksatz“



Layout 4
„Illustration mit Sonnenblume“

URL (optional) · Arvo Grün
Schriftgröße: 30,5 Pt.
Abstand zum Strich:
1 x Buchstabenhöhe der Claim-Schrift

Strichstärke: 28 Pt.

Überschrift · Arvo Grün
Schriftgröße = Zeilenabstand = 222 Pt.
Mindestschriftgröße: 185 Pt.

Claim oder Unterzeile (optional)
Arvo Regular
Schriftgröße: 66 Pt.
Abstand zum Strich: 15 mm

V.i.S.d.P.-Zeile



Position Illustration:
Dockt am oberen Strich an.

Satzspiegel:
Rechts und links: 51 mm
Oben: 40 mm
Unten: 35 mm

Mindestabstand:
3 x Strichstärke

Logobreite: 175 mm

Themenplakat „Fotografie“

Für die Anordnung von Bild und grünem Kasten gibt es zwei Wege.

Variante 1 „Bild oben – Überschrift unten“

Der grüne Kasten befindet sich im unteren Motivbereich. Die Überschrift steht innerhalb des grünen Kastens und wird wie immer von den beiden Strichen geklammert.

Der obere Strich schließt bündig mit dem oberen Rand des grünen Kastens ab. Logo und Claim sind auch innerhalb des grünen Kastens platziert.

Die URL steht über dem oberen Strich, aber auf dem Bild. Claim und URL sind optional.

Variante 2 „Bild unten – Überschrift oben“

Hier befindet sich der grüne Kasten mit der Überschrift und den Strichen oben, das Bild ist im unteren Plakatbereich platziert. Das Logo steht auf dem Bild. Wichtig: Das Bild muss entsprechend ruhig sein, damit das Logo gut lesbar bleibt.

Für beide Varianten gilt: Die Überschrift bildet mit den beiden Strichen eine Einheit. Sie wird linksbündig abgesetzt und schließt rechts möglichst bündig mit den Strichen ab. Zur Betonung einzelner Wörter sollte die Akzentfarbe Gelb eingesetzt werden (s. Kapitel „Farben“).



Variante 1 „Bild oben – Überschrift unten“



Variante 2 „Überschrift oben – Bild unten“



Die digitale Druckvorlage für die Plakate finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: gruene.de/wurzelwerk-cd

Vermaßung · Themenplakat „Fotografie“ · DIN A1



URL (optional) · Arvo Grün
Schriftgröße: 30,5 Pt.
Abstand zum Strich:
1 x Buchstabenhöhe der Claim-Schrift

berschrift · Arvo Grün
Schriftgröße = Zeilenabstand = 171 Pt.
= Mindestschriftgröße

Strichstärke: 28 Pt.

Claim oder Unterzeile (optional)
Arvo Regular · Schriftgröße: 66 Pt.

V.i.S.d.P-Zeile



Der grüne Kasten muss in der Höhe **mindestens ca. 45 % und maximal ca. 55 % der Plakathhe betragen.** Die Höhe des Bildes leitet sich daraus ab.

Satzspiegel:
Rechts und links: 51 mm
Oben: 40 mm
Unten: 35 mm

Mindestabstand:
3 x Strichstärke

Logobreite: 175 mm

Themenplakat „Piktogramme“

Die Überschrift bildet mit den beiden Strichen eine Einheit und wird im Blocksatz abgesetzt. Für die Blocksatzwirkung dürfen Schriftgrößen in den jeweiligen Zeilen variiert werden.

Das Piktogramm wird in das Layout-Modul integriert und unterstützt so die Aussage visuell.

Alle Elemente stehen bei den Themenplakaten „Piktogramme“ auf dem Hintergrund „Grüne Struktur“.

Auf der Plattform „The Noun Project“ werden Piktogramme professioneller Designer angeboten. Einzelne Piktogramme können für unter 2 EUR lizenzfrei erworben werden. Mit einem Account, der euch monatlich weniger als 10 Euro kostet, habt ihr Zugriff auf unendlich viele spannende Piktogramme zu allen erdenklichen Themen.

Lizenzangaben sind bei Abschluss eines Abos nicht notwendig. Achtet darauf, dass ihr auch hier eine einfache und naheliegende Bildsprache benutzt. Möglichst klare und großflächige Motive funktionieren am Besten. <http://thenounproject.com/>



Die digitale Druckvorlage für die Plakate finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: gruene.de/wurzelwerk-cd

Vermaßung · Themenplakat „Piktogramm“ DIN A1



URL (optional) · Arvo Grün · Schriftgröße: 30,5 Pt.

Abstand zum Strich:

1 x Buchstabenhöhe der Claim-Schrift

Strichstärke: 28 Pt.

Das Piktogramm schließt je nach Platzierung links- oder rechtsbündig mit der Überschrift ab.

Satzspiegel:

Rechts und links: 51 mm

Oben: 40 mm

Unten: 35 mm

3 x Strichstärke

Überschrift · Arvo Grün

Schriftgrößen von

130 Pt. – 260 Pt.

Logobreite: 175 mm

Claim oder Unterzeile (optional) · Arvo Regular · Schriftgröße: 66 Pt.

Vi.S.d.P.-Zeile

Themenplakat „Fotografie“ · Großfläche Layout-Variante 1

Die Großfläche ist die Königin der Plakate und regiert vor allem im Wahlkampf.

Deshalb finden sich hier unterschiedliche Layout-Varianten, mit denen man ihr je nach Kampagnen-Mechanik huldigen kann. Viel Spaß dabei!

Die Großfläche teilt sich in einen großzügigen Bildbereich links und den Überschriften-Bereich auf dem Hintergrund „Grüne Struktur“ rechts auf. Das Bild hat eine grüne umlaufende Linie, die Teil des Hintergrundes „Grüne Struktur“ ist.

Für das Layout-Modul auf der rechten Seite gilt: Die Überschrift bildet mit den beiden Strichen eine Einheit. Sie wird linksbündig abgesetzt und schließt rechts möglichst bündig mit den Strichen ab. URL und Claim können optional an die Striche angedockt werden. Zur Betonung einzelner Wörter sollte die Akzentfarbe Gelb eingesetzt werden (s. Kapitel „Farben“).



Die digitale Druckvorlage für die Plakate finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: gruene.de/wurzelwerk-cd



Das Logo wird bei Großflächen höher platziert, damit es auch noch gut sichtbar ist, wenn das Plakat im Gras oder vor Büschen steht.



Motiv-Beispiel 1

Vermaßung · Themenplakat „Fotografie“ · Großfläche Layout-Variante 1

URL (optional) · Arvo Grün · Schriftgröße: 100 Pt.

Abstand zum Strich: 1 x Buchstabenhöhe der Claim-Schrift

Randhöhe = 60 mm

Abstand: 150 mm

Strichstärke: 108 Pt.

2,5 x Strichstärke

Überschrift · Arvo Grün

Schriftgröße = Zeilenabstand = 723 Pt.

Mindestschriftgröße: 630 Pt.

Satzspiegel:

Links: 267 mm

Rechts: 150 mm

Oben: 277 mm

Unten: 280 mm

Logobreite: 750 mm



Claim (optional) · Arvo Regular

Schriftgröße: 218 Pt.

Abstand zum Strich: 46,5 mm

Bildbreite: 2400 mm

Vi.S.d.P-Zeile

Themenplakat „Fotografie“ · Großfläche Layout-Variante 2

Arbeitet eine Kampagne mit großflächigen Bildern, ist dieses Layout die passende Variante: Das Bild nimmt einen Großteil der Fläche ein und bildet vollflächig den Hintergrund. Im rechten Bildbereich kann nun der grüne Kasten mit dem Layout-Modul flexibel platziert werden.

Innerhalb des Layout-Moduls bildet die Überschrift eine Einheit mit den beiden Strichen. Sie wird linksbündig abgesetzt und schließt rechts möglichst bündig mit den Strichen ab.

Bitte wählt die Einspiegelung des Bildes und die Platzierung des grünen Kastens so, dass die wichtigen Bestandteile des Bildes sichtbar sind.



Die digitale Druckvorlage für die Plakate finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: [gruene.de/wurzelwerk-cd](https://www.gruene.de/wurzelwerk-cd)



Motiv-Beispiel 1

Vermaßung · Themenplakat „Fotografie“ · Großfläche Layout-Variante 2

Breite des grünen Kastens:

Maximal: 1850 mm · **Minimal:** 1730 mm



Strichstärke: 108 Pt.

2,5 x Strichstärke

berschrift · Arvo grün

Schriftgröße = Zeilenabstand = 640 Pt.

Mindestschriftgröße: 600 Pt.

Abstand der Striche zum Rand des Kastens: 91 mm

Satzspiegel:

Links: 267 mm

Rechts: 186 mm

Oben: 277 mm

Unten: 280 mm

3 x Strichstärke

Logobreite: 658 mm

Vi.S.d.P.-Zeile

Claim (optional) · Arvo regular

Schriftgröße: 244 Pt.

Abstand zum Strich: 51 mm

Mindestabstand: 141 mm



Die Platzierung des grünen Kastens innerhalb des Satzspiegels ist in der Höhe flexibel.

Die Überschrift darf maximal 4 Zeilen bei einer minimalen Schriftgröße von 600 Pt. haben – daraus ergibt sich die Höhe des grünen Kastens.

Themenplakat „Illustration“ · Großfläche

Die Illustration wird im rechten Motivbereich unten aus dem Anschnitt kommend platziert. Links davon im oberen Bereich befindet sich das Layout-Modul, also Überschrift, Striche & Co.

Die Illustration darf den unteren Strich und die Schrift minimal überlagern, wenn es sich durch ihre Form ergibt – die Lesbarkeit und Verständlichkeit der Botschaft sollte aber dadurch nicht beeinträchtigt werden.

Die Überschrift bildet auch bei dieser Großflächen-Variante eine Einheit mit den beiden Strichen und wird linksbündig abgesetzt. Rechts sollte die Schrift wie immer möglichst bündig mit den Strichen abschließen. Zur Betonung einzelner Wörter sollte die Akzentfarbe Gelb eingesetzt werden (s. Kapitel „Farben“).



Die digitale Druckvorlage für die Plakate finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: gruene.de/wurzelwerk-cd

Vermaßung · Themenplakat „Illustration“ · Großfläche

URL (optional) · Arvo Grün · Schriftgröße: 126 Pt.

Abstand zum Strich: 1 x Buchstabenhöhe der URL-Schrift.

3 x Strichstärke

Überschrift · Arvo Grün

Schriftgröße = Zeilenabstand = 912 Pt.

Mindestschriftgröße: 750 Pt.

Strichstärke = 108 Pt.

Claim (optional) · Arvo Regular

Schriftgröße: 276 Pt.

Abstand zum Strich: 54 mm

V.i.S.d.P.-Zeile



Satzspiegel:

Links: 267 mm

Rechts: 186 mm

Oben: 277 mm

Unten: 280 mm

Illustrationsposition:

Kann wie hier als Freisteller-Element auf dem Motiv liegen oder aber unten und rechts angeschnitten werden.

In allen Fällen ist das Bildelement im rechten Plakatbereich platziert.

Logobreite: 750 mm



Das Logo wird bei der Großfläche „Illustration“ ausnahmsweise links platziert – und natürlich höher, damit es auch gut sichtbar ist, wenn das Plakat im Gras oder vor Büschen steht.

Themenplakat „Piktogramm“ · Großfläche

Das Piktogramm ist auch bei dieser Variante in das Layout-Modul integriert. Es gilt: Die Überschrift bildet mit den beiden Strichen eine Einheit und wird im Blocksatz abgesetzt. Um die Blocksatzwirkung zu erzielen, ist es erlaubt, in den jeweiligen Zeilen unterschiedliche Schriftgrößen zu verwenden.

Alle Elemente stehen entweder auf dem Hintergrund „Grüne Struktur“ oder auf einem geeigneten beruhigten Bildhintergrund. **Wichtig: Je ruhiger das Bild, desto besser die Lesbarkeit.**

Es kann auch auf das Piktogramm verzichtet und nur mit der Schrift gearbeitet werden.



Das Logo wird bei Großflächen höher platziert, damit es auch noch gut sichtbar ist, wenn das Plakat im Gras oder vor Büschen steht.



Die digitale Druckvorlage für die Plakate finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: [gruene.de/wurzelwerk-cd](https://www.gruene.de/wurzelwerk-cd)

Vermaßung · Themenplakat „Piktogramm“ Großfläche



URL (optional) · Arvo Grün · Schriftgröße: 141 Pt.

Abstand zum Strich: 1 x Buchstabenhöhe der URL-Schrift.

Strichstärke: 108 Pt.

Überschrift · Arvo Grün

Schriftgrößen von
700 Pt. – 1.100 Pt.

Piktogramm schließt bündig
mit der Überschrift ab.

Satzspiegel:

Links: 267 mm

Rechts: 186 mm

Oben: 277 mm

Unten: 280 mm

3 x Strichstärke

Logobreite: 583 mm



Höhe: 605 mm

Claim (optional) · Arvo Regular

Schriftgröße: 313 Pt.

Abstand zum Strich: 64,5 mm

V.i.S.d.P.-Zeile

KandidatInnen-Plakat „Freisteller“

Bei dieser Variante wird die Kandidatin oder der Kandidat im oberen Motivbereich freigestellt platziert. Der Name oder die politische Botschaft stehen unterhalb des Bildes in Kombination mit den Strichen.

Der Text wird links bündig mit den Strichen abgesetzt und sollte möglichst rechts bündig mit den Strichen enden. Je nach Textmenge verändert sich das Layout-Modul in der Höhe.

Übrigens, unsere KandidatInnen haben einen Schatten, einen weichen Schlagschatten, um genau zu sein. Den erhält das freigestellte KandidatIn-Bild. So wird die räumliche Wirkung des Motivs gesteigert.



Die digitale Druckvorlage für die Plakate finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: [gruene.de/wurzelwerk-cd](https://www.gruene.de/wurzelwerk-cd)



Variante „Name + Botschaft“



Variante „Botschaft + Name“

Vermaßung · KandidatInnen-Plakat „Freisteller“ DIN A1



Variante „Langer Nachname + Botschaft“

Logobreite: 175 mm

Freigestelltes Bild mit sehr weichem Schlagschatten

Strichstärke: 28 Pt.

Überschrift · Arvo Grün
Schriftgröße = Zeilenabstand = 235 Pt.
Mindestschriftgröße: 160 Pt.

Unterzeilen · Arvo Regular
Schriftgröße: 96 Pt.
Zeilenabstand: 123 Pt.

Claim oder Unterzeile (optional)
Arvo Regular
Schriftgröße: 66 Pt.

V.i.S.d.P.-Zeile



Satzspiegel:
Rechts und links: 51 mm
Oben: 40 mm
Unten: 35 mm

3 x Strichstärke

KandidatInnen-Plakat „Umfeld“

Für KandidatInnen-Darstellungen im Umfeld arbeitet bitte mit diesem Layout: Das Bild wird vollflächig in der oberen Motivhälfte platziert. Logo und Layout-Modul, bestehend aus Überschrift, Strichen und Claim stehen unten im grünen Kasten.

Die Überschrift bildet mit den beiden Strichen eine Einheit. Sie wird linksbündig abgesetzt und schließt rechts möglichst bündig mit den Strichen ab. Der obere Strich schließt mit dem Hintergrund ab. Zur Betonung einzelner Wörter sollte die Akzentfarbe Gelb eingesetzt werden (s. Kapitel „Farben“).



Die digitale Druckvorlage für die Plakate finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: gruene.de/wurzelwerk-cd



Über den magentafarbenen Störer können bestimmte Teil-Botschaften hervorgehoben oder Termine, Orte und Veranstaltungen kommuniziert werden. Die maximale Länge für den Text sind 3 Zeilen.



Variante „Name + Botschaft“



Variante „Botschaft + Name“

Vermaßung · KandidatInnen-Plakat „Umfeld“ · DIN A1

Der obere Strich ist oben bündig mit dem grünen Kasten.

Strichstärke: 28 Pt.

berschrift · Arvo Grün

Schriftgröße = Zeilenabstand = 211 Pt.

Mindestschriftgröße: 160 Pt.

Unterzeile · Arvo Regular

Schriftgröße: 96 Pt. Zeilenabstand 116 Pt.

Claim oder Unterzeile (optional) · Arvo Regular

Schriftgröße: 66 Pt.

Linksbündig mit den Strichen

V.i.S.d.P.-Zeile



Der grüne Kasten muss in der Höhe **mindestens ca. 45 % und maximal ca. 55 % der Plakathhe betragen.** Die Höhe des Bildes leitet sich daraus ab.

Satzspiegel:

Rechts und links: 51 mm

Oben: 40 mm

Unten: 35 mm

Mindestabstand
3 x Strichstärke

Logobreite: 175 mm

KandidatInnen-Plakat „Freisteller“ · Großfläche

Bei dieser Variante wird die Kandidatin oder der Kandidat im rechten Motivbereich freigestellt platziert. Das freigestellte Bild erhält einen weichen Schlag Schatten, der die räumliche Wirkung des Motives unterstützt.

Der Name und die politische Botschaft stehen links von ihr/ihm in Kombination mit den Strichen. Der/die KandidatIn darf Striche und Schrift überlagern – die Aussage sollte natürlich weiterhin lesbar bleiben. Je nach Textmenge verändert sich das Layout-Modul in der Höhe.

Das Logo wird ausnahmsweise links platziert und – wie bei allen Großflächen – höher gesetzt, damit es nicht übersehen wird, wenn das Plakat auf Gras oder vor Büschen steht.



Variante „Botschaft + Name“



Variante „Name + Botschaft“



Die digitale Druckvorlage für die Plakate finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: gruene.de/wurzelwerk-cd

Vermaßung · KandidatInnen-Plakat „Freisteller“ · Großfläche

61

URL (optional) · Arvo Grün

Schriftgröße: 147 Pt.

Abstand zum Strich: 1 x Buchstabenhöhe der URL-Schrift

3 x Strichstärke

berschrift · Arvo Grün

Schriftgröße = Zeilenabstand = 1080 Pt.

Mindestschriftgröße: 750 Pt.

Strichstärke = 108 Pt.

Claim (optional) · Arvo Regular

Schriftgröße: 320 Pt.

Abstand zum Strich: 65 mm

Vi.S.d.P.-Zeile



Satzspiegel:

Links: 267 mm

Rechts: 186 mm

Oben: 277 mm

Unten: 280 mm

Freisteller-Foto-Position:

Das KandidatInnenbild wird rechts und unten angeschnitten und am rechten Motivrand platziert.

Unterzeile · Arvo Regular

Schriftgröße: 420 Pt.

Logobreite: 750 mm

KandidatInnen-Plakat „Umfeld“ · Großfläche · Variante 1

Bei den großflächigen KandidatInnen-Motiven „Umfeld“ habt ihr die Wahl zwischen zwei Varianten:

Bei Variante 1 steht die Überschrift in einem grünen Kasten. Variante 2 ist noch bildlastiger, hier steht die Überschrift auf dem Bildhintergrund oberhalb eines grünen Balkens.

Variante 1: Die Überschrift bildet mit den beiden Strichen eine Einheit. Sie wird linksbündig abgesetzt und schließt rechts möglichst mit den Strichen ab. Der grüne Kasten kann flexibel auf dem großflächigen Bild platziert werden – allerdings immer im rechten Bereich.



Die digitale Druckvorlage für die Plakate finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk:
gruene.de/wurzelwerk-cd

Vermaßung · KandidatInnen-Plakat „Umfeld“ · Großfläche · Variante 1

Breite des grünen Kastens:

Maximal: 1850 mm · **Minimal:** 1730 mm

URL (optional) · Arvo Grün · Schriftgröße: 123 Pt.

Abstand zum Strich: 1 x Buchstabenhöhe der URL-Schrift.

Strichstärke: 108 Pt.

Überschrift · Arvo Grün

Schriftgröße = Zeilenabstand = 685 Pt.

Mindestschriftgröße: 600 Pt.

Satzspiegel:

Links: 267 mm

Rechts: 186 mm

Oben: 277 mm

Unten: 280 mm

Abstand der Striche zum Rand des Kastens: 90 mm

3 x Strichstärke

Logobreite: 655 mm



Die Platzierung des grünen Kastens innerhalb des Satzspiegels ist in der Höhe flexibel.

Die Überschrift darf maximal 3 Zeilen bei einer maximalen Schriftgröße von 658 Pt. haben – daraus ergibt sich die Höhe des grünen Kastens.



Claim (optional) · Arvo Regular · Schriftgröße: 244 Pt.

Abstand zum Strich: 52 mm

2,5 x Strichstärke

KandidatInnen-Plakat „Umfeld“ · Großfläche · Variante 2

Über Variante 2 lässt sich die Bildwirkung noch steigern: Das KandidatInnen-Portrait ist auch hier vollflächig als Hintergrund platziert – die Überschrift mit den beiden weißen Strichen steht in dieser Variante aber direkt auf dem Bild.

Der grüne Balken dockt an den unteren Strich an und bietet die Fläche für Claim und Logo. Diese Einheit aus Überschrift, Strichen und Balken kann flexibel auf das Hintergrundbild gesetzt werden. Allerdings immer im rechten Motivbereich.

Wichtig: Achtet bitte auf ruhige Bilder, damit die Überschrift gut zu lesen ist.



Die digitale Druckvorlage für die Plakate finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: [gruene.de/wurzelwerk-cd](https://www.gruene.de/wurzelwerk-cd)

Vermaßung · KandidatInnen-Plakat „Umfeld“ · Großfläche · Variante 2

Breite des Layout-Moduls:

Maximal: 2000 mm · **Minimal:** 1830 mm

URL (optional) · Arvo Grün · Schriftgröße: 126 Pt.

Abstand zum Strich: 1 x Buchstabenhöhe der URL-Schrift.

65

Strichstärke: 108 Pt.

berschrift · Arvo Grün

Schriftgröße = Zeilenabstand = 852 Pt.

Mindestschriftgröße: 650 Pt.

Satzspiegel:

Links: 267 mm

Rechts: 186 mm

Oben: 277 mm

Unten: 280 mm

3 x Strichstärke

Logobreite: 765 mm



3 x Strichstärke

Claim (optional) · Arvo Regular

Schriftgröße: 250 Pt.

Unten bündig mit dem Logo

2 x Strichstärke



Die Platzierung des Layout-Moduls innerhalb des Satzspiegels ist in der Höhe flexibel.

Veranstaltungsplakat

Wenn die KandidatInnen sich auf Wahlkampf-Tour begeben, sorgen die Veranstaltungsplakate dafür, dass die Bürgerinnen und Bürger wissen, wann sie ihre Kandidatin oder ihren Kandidaten wo antreffen können. Für die Veranstaltungsplakate bieten wir euch drei Varianten an.

Variante 1 „Bild oben – Überschrift unten“

Die Überschrift wird von den beiden Strichen geklamert und steht unten in dem grünen Kasten. Das Logo kann entweder ebenfalls unten stehen oder oben auf dem Bildhintergrund. In dem Fall sorgt bitte für einen ruhigen Hintergrund.

Variante 2 „Bild unten – Überschrift oben“

Die Überschrift steht nun im oberen Plakatbereich zwischen den Strichen im grünen Kasten. Das Bild ist im unteren Plakatbereich platziert. Das Logo liegt auf dem Bild. Auch hier gilt: Das Bild muss entsprechend ruhig sein, damit das Logo gut lesbar ist.

Variante 3 „Nur Schrift“

Bei dieser Variante steht die Veranstaltung im Vordergrund. Deshalb wird ohne Kandidatenporträt gearbeitet. Das Layout-Modul mit Überschrift und Strichen befindet sich in der oberen Hälfte. Im unteren Bereich dient ein weißer Kasten als Hintergrund für mehr Text zur Veranstaltung. Das Logo wird unten rechts platziert.



Variante 1 „Bild oben – Überschrift unten“



GRUENE.DE

BERND FROHLICHS KOMMT.

Podiumsgespräch, Gemeindesaal
12345 Musterstadt, Musterstraße
Hier ein Claim.

03.09.2015
20 Uhr



BÜNDNIS 90
DIE GRÜNEN

Variante 2 „Bild unten – Überschrift oben“

GRUENE.DE

HIER STEHT DAS THEMA DER VERAN- STALTUNG.

03.09.2015
20 Uhr

Podiumsgespräch,
mit Fritz Mustermann
Bezirkshalle Musterstadt

Offene Veranstaltung für
alle Bürger/Innen

Hier ein Claim.

BÜNDNIS 90
DIE GRÜNEN

Variante 3 „Nur Schrift“



Die digitale Druckvorlage für die Plakate finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: gruene.de/wurzelwerk-cd



Über den magentafarbenen Störer können bestimmte Teil-Botschaften hervorgehoben oder Termine, Orte und Veranstaltungen kommuniziert werden. Die maximale Länge für den Text sind 3 Zeilen.

Vermaßung Veranstaltungsplakat DIN A1 · Variante 1

Logobreite: 175 mm

Der obere Strich ist oben bündig mit dem grünen Kasten.

URL (optional) · Arvo Grün

Schriftgröße: 30,5 Pt.

Abstand zum Strich:

1 x Buchstabenhöhe der Claim-Schrift.

Strichstärke: 28 Pt.

Überschrift · Arvo Grün

Schriftgröße = Zeilenabstand = 207 Pt.

Mindestschriftgröße: 160 Pt.

V.i.S.d.P-Zeile

Unterzeile + Claim · Arvo Regular

Schriftgröße: 80 Pt. Zeilenabstand 85 Pt.



Störer · Arvo Regular

Schriftgröße = Zeilenabstand = 79 Pt.

Gedreht um 9° gegen den UZS

3 x Strichstärke

Satzspiegel:

Rechts und links: 51 mm

Oben: 40 mm

Unten: 35 mm

Der grüne Kasten muss in der Höhe

mindestens ca. 45 %

und maximal ca. 55 %

der Plakathöhe betragen.

Die Höhe des Bildes leitet sich daraus ab.

Vermaßung Veranstaltungsplakat DIN A1 · Variante 3

Überschrift · Arvo Grün

Schriftgröße = Zeilenabstand = 205 Pt.

Mindestschriftgröße: 180 Pt.

Maximal 4 Zeilen

HIER STEHT
DAS THEMA
DER VERAN-
STALTUNG.

3 x Strichstärke

Strichstärke: 28 Pt.

Störer · Arvo Regular

Schriftgröße = Zeilenabstand = 63 Pt.

Gedreht um 9° gegen den UZS

Weißer Kasten: 495 x 257 mm

Podiumsgespräch,
mit Fritz Mustermann
Bezirkshalle Musterstadt

03.09.2015
20 Uhr

Satzspiegel:

Rechts und links: 51 mm

Oben: 40 mm

Unten: 35 mm

Infotext · Arvo Regular

Schriftgröße: 92 Pt. Zeilenabstand 110 Pt.

Offene Veranstaltung für
alle Bürger/Innen

Claim · Arvo Regular

Schriftgröße: 66 Pt.

V.i.S.d.P-Zeile

Hier ein Claim

BÜNDNIS 90
DIE GRÜNEN

Logobreite: 175 mm

Mindestabstand:

3 x Strichstärke



Grundlayout · Print

Das Corporate Design findet sich natürlich auch in allen Printanwendungen wieder. So sind Flyer, Flugblatt und Broschüre genauso unverkennbar Teil der grünen Kommunikation.

Flyer · DIN lang 6-Seiter

Der Klassiker unter den Werbemitteln – jetzt im neuen Gewand. Für die Titel- und Innenseiten liegen mehrere Layoutvarianten vor, die je nach Bedarf genutzt werden können.

Eine Bitte: Gebt den Flyern durch eure Gestaltung Luft zum Atmen. Schreibt nicht mehr als 2.000 Zeichen und kombiniert den Text mit großflächigen Bildern, die Emotionen wecken. Nutzt Zwischenüberschriften, die dem Text Struktur geben und den Flyer luftiger machen.

Ziel ist es, einen einladenden, lesefreundlichen Flyer zu erstellen.



Die digitale Druckvorlage für den Flyer finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: [guene.de/wurzelwerk-cd](https://www.guene.de/wurzelwerk-cd)



Titelseite Flyer

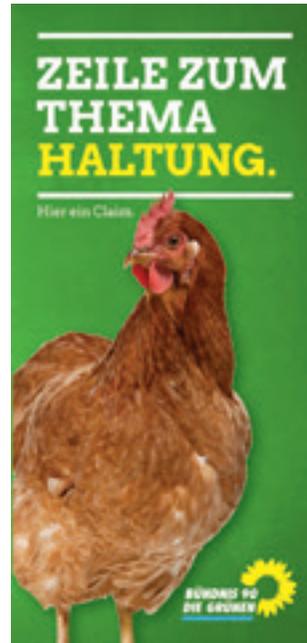


Aufgeschlagene Innenseite

Flyer DIN lang 6-Seiter · Alternative Layouts



Titelseite Flyer



Rückseite Flyer



Aufgeschlagene Innenseite

Vermaßung · DIN lang-Flyer

Flyer Titelseite

Satzspiegel:

Rechts und links: 8 mm
Oben und unten: 9 mm

Strichstärke: 5 Pt.

3 x Strichstärke

Arvo grün

Schriftgroe = Zeilenabstand = 40 Pt.

Claim (optional)

Arvo Regular

Schriftgroe: 12 Pt.

Abstand zum Strich: 2 mm

Logobreite: 38 mm



Satzspiegel:

Rechts und links: 11 mm
Oben und unten: 9 mm

Innenseite Layout 1

Strichstärke: 3 Pt.



Textspaltenbreite: 75 mm
 berschrift Arvo Regular: 25 Pt.
 Fließtext PT Sans: 11 Pt.
 Zeilenabstand: 16 Pt.
 Zwischenüberschrift
 Arvo Regular: 14 Pt.

Strichbreite: 75 mm

Vermaßung · DIN lang-Flyer

Innenseite Layout 2



Satzspiegel:
Rechts & links: 11 mm
Oben & unten: 9 mm

Textspaltenbreite: 70 mm
Überschrift Arvo Regular: 23 Pt.
Fließtext PT Sans: 11 Pt.
Zeilenabstand: 16 Pt.
Zwischenüberschrift Arvo Regular: 14 Pt.

Breite Weiße Textfläche: 78 mm

Innenseite Layout 3

74



Strichstärke: 3 Pt.

Textspaltenbreite: 75 mm
Überschrift Arvo Regular: 25 Pt.
Fließtext PT Sans: 11 Pt.
Zeilenabstand: 16 Pt.
Zwischenüberschrift Arvo Regular: 14 Pt.

Strichbreite: 75 mm

Flyer · DIN A6

Der Flyer DIN A6 zeichnet sich durch sein außergewöhnliches Format aus. Er ist schön handlich, ungewöhnlich und dadurch auffällig.

Als geschlossenes Format ist der Flyer 148 mm breit und 105 mm hoch. Die Maße im geöffneten Zustand sind 441 mm in der Breite und 105 mm in der Höhe.



Die digitale Druckvorlage für den Flyer finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: gruene.de/wurzelwerk-cd



Titelseite Flyer



Alternative Titelseite Flyer



Rückseite Flyer

Flyer · DIN A6



Erste Seite aufgeschlagen



Komplett aufgeschlagener Flyer

Vermaßung · Flyer DIN A6

Flyer Titelseite

Strichstärke: 5 Pt.

Flyer-Format geschlossen:
148 x 105 mm

3 x Strichstärke

Arvo grün
Schriftgröße = 39 – 52 Pt.

Claim (optional)
Arvo Regular
Schriftgröße: 12 Pt.

Abstand: 22 mm

Abstand: 16,5 mm

Abstand: 4,8 mm



Vermaßung · Flyer DIN A6

Flyer-Format offen:
441 x 105 mm

Strichstärke: 3 Pt.



Textspaltenbreite: 113 mm
Fließtext PT Sans: 10 Pt.
Zwischenüberschrift
Arvo Regular: 16 Pt.
Zeilenabstand: 13 Pt.

Satzspiegel
Oben und unten: 9 mm
Rechts und links: 15 mm

Breite weißer Kasten: 115 mm
Textspaltenbreite: 103 mm
Fließtext PT Sans: 10 Pt.
Zwischenüberschrift
Arvo Regular: 16 Pt.
Zeilenabstand: 13 Pt.

Broschüre DIN A5

Die Broschüre DIN A5 kommt dann zum Einsatz, wenn viel Information transportiert werden soll. Deshalb gibt es für die Innenseiten unterschiedliche Layout-Vorlagen für alle Bedürfnisse:

Innenseiten mit viel Textanteil, Innenseiten mit ausgeglichenem Bild-Text-Verhältnis und Innenseiten mit großzügigen Bildern.

Auch hier gilt: Je kürzer und luftiger ein Inhalt dargestellt wird, desto eher sind Leserinnen und Leser bereit einzusteigen.



Die digitale Druckvorlage für die Broschüre finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: gruene.de/wurzelwerk-cd



Titel Broschüre



Doppelseite



Layout-Varianten Titelseite

Broschüre DIN A5



Doppelseite

Doppelseite mit Kapitelangabe über oberem Strich



Layout-Varianten Doppelseite

Vermaung · Broschure DIN A5 · Titelseite

URL (optional)

Arvo Grun

Schriftgroe: 7,7 Pt.

Abstand zum Strich: 1 x Buchstabenhoe der URL-Schrift.

Strichstarke: 9 Pt.

3 x Strichstarke

Arvo Grun

Schriftgroe Zeile 1: 51,5 Pt.

Schriftgroe Zeile 2: 70 Pt.

Arvo Regular

Schriftgroe Unterzeile: 17 Pt.

Zeilenabstand: 21 Pt.

Abstand: 5 mm

Satzspiegel: 13 mm

Claim (optional)

Arvo Regular

Schriftgroe: 17 Pt.

Logobreite: 44,7 mm



Vermaung · Broschure DIN A5 · Innenseite „Viele Bilder“

Strichstrke: 3 Pt.

Abstand: 12 mm

Abstand: 20 mm



Satzspiegel:

Oben: 8 mm

Unten: 9 mm

Links & rechts 20 mm

Textspaltenbreite: 108,5 mm

berschrift Arvo Regular: 35 Pt.

Flietext PT Sans: 11 Pt.

Zwischenberschrift

Arvo Regular: 14 Pt.

Zeilenabstand: 16 Pt.

Breite weie Textflche: 122 mm

Paginierung · Arvo Regular

Schriftgre 8 Pt.

Vermaung · Broschure DIN A5 · Innenseite „Viel Text“

Strichstrke: 3 Pt.

Headline
Arvo Regular
Schriftgroe: 35 Pt.
Zeilenabstand: 37 Pt.

Hier eine lange,
lange Headline

ibus et rem qui odi di odis necto inctusam illiquia volorro vitam, quosant, occum consecum harchit, consed magniento milit aut enia ipsum que autemporpos quam quat. It fugitiunt vendebis volor rempos ditatur, ullis serehentiam quaturem dolore dolut abor magnamet dolor aligenet volorumque et ut etur, core nos ma voluptia qui andam quibus. **Nequo voluptar seque pedis** accabor erovit, omnitatin eosaepe non poribust lanisqu.

It fugitiunt vendebis volor rempos ditatur, ullis serehentiam quaturem dolore dolut abor magnamet dolor aligenet volorumque et ut etur, core nos ma voluptia qui andam quibus. **Nequo voluptar seque pedis** accabor erovit, omnitatin eosaepe non poribust lanisqu.

It fugitiunt vendebis volor rempos ditatur, ullis serehentiam quaturem dolore dolut abor magnamet dolor aligenet volorumque et ut etur, core nos ma voluptia qui andam quibus. **Nequo voluptar seque pedis** accabor erovit, omnitatin eosaepe non poribust lanisqu.

Hier eine Zwischenheadline

It fugitiunt vendebis volor rempos ditatur, ullis serehentiam quaturem dolore dolut abor magnamet dolor aligenet volorumque et ut etur, core nos ma voluptia qui andam quibus. It fugitiunt vendebis volor rempos ditatur, ullis serehentiam quaturem.

Satzspiegel:
Oben: 8 mm
Unten: 9 mm
Links & rechts 20 mm

Textspaltenbreite: 108,5 mm
berschrift Arvo Regular: 35 Pt.
Flietext PT Sans: 11 Pt.
Zwischenberschrift
Arvo Regular: 14 Pt.
Zeilenabstand: 16 Pt.

Bild wird je nach Platzierung
rechts oder links angeschnitten

Abstand: 20 mm

Paginierung · Arvo Regular
Schriftgroe 8 Pt.

Vermaßung · Broschüre DIN A5 · Innenseite „50/50“

Kapitelangabe
Arvo Regular
Schriftgröße: 8 Pt.

Textspaltenbreite: 108,5 mm
berschrift Arvo Grün: 35 Pt.
Fließtext PT Sans: 11 Pt.
Zwischenüberschrift
Arvo Regular: 14 Pt.
Zeilenabstand: 16 Pt.

Strichstärke: 3 Pt.

Paginierung · Arvo Regular
Schriftgröße 8 Pt.



Satzspiegel:
Oben: 8 mm
Unten: 9 mm
Links & rechts 20 mm

Abstand: 20 mm

Das Bild wird vollflächig über die rechte Seite eingespiegelt.

Geschäftsausstattung: Briefbogen und Visitenkarten

Zur Geschäftsausstattung gehören zum Beispiel der Briefbogen und verschiedene Visitenkarten-Entwürfe. Bei den Visitenkarten gibt es einseitig und beidseitig bedruckte Varianten, aus denen nach Bedarf und Geschmack die Passende ausgewählt werden kann.



Die digitalen Vorlagen für den Briefbogen (Microsoft Word und LibreOffice Writer) sowie die Visitenkarten finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: gruene.de/wurzelwerk-cd

Außerdem können Orts- und Kreisverbände den neuen Briefbogen im grünen Versand bestellen: eshop.gruene.de



Der Briefbogen



Visitenkarte Variante 1 · einseitig
(hier am Beispiel eines langen Namens mit langer E-Mail-Adresse)

Vermaßung · Briefbogen

Logobreite: 50 mm

Abstand:
47 mm

Hintergrund:
Grüne Struktur A4

Absender:
PT Sans regular, 8 pt

Falzmarke:
bei 105 mm

Datum:
PT Sans, regular
12/11 pt

Abstand:
23 mm

Korrespondenztext:
PT Sans regular
12/16 pt

Bankverbindung:
PT Sans bold/regular
8,5/11 pt

Abstand:
9,5 mm

Grundlinienraster:
Anfang: 11 mm
Einteilung alle: 16 pt

Satzspiegel:
links: 23 mm; rechts: 20 mm
oben: 105 mm; unten: 32 mm

Abstand: 7 mm

Abstand: 11,5 mm

ZAB: 6 pt

Abstand: 61,5 mm

Betreffzeile:
Arvo regular, 19/23 pt

BÜNDNIS 90 DIE GRÜNEN

BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Postfach 040609 10063 Berlin

An
Fritz Mustermann
Musterstraße 3
XXXX Musterstadt

Bundeschäftsstelle
Bundeschäftsstelle
Platz vor dem Neuen Tor 1, 10115 Berlin
Tel: +49 (30) 28 442-0
Fax: +49 (30) 28 442-210
marianne.musterfrau@gruene.de

Bundeschäftsstelle
Bundeschäftsstelle
Platz vor dem Neuen Tor 1, 10115 Berlin
Tel: +49 (30) 28 442-0
Fax: +49 (30) 28 442-210
marianne.musterfrau@gruene.de

Berlin, 02. Februar 2016

Betreff: Hier steht eine Betreffzeile

Sehr geehrter Herr Mustermann,

Experibus, ute iuntion sequas pellenis quae suntissit qui inciunt otaquia et, conse pratus eum et aut mo eliquidunti qui doloritatem exceptaquo elique sersperit optiunt.

Idemporum di doluptat in et, cum et eume rerem la ium sanduciis prate aut rem laut lic to cum faccull autatiis doluptatin re vollam eum reptatu mquasit iorporem. Pellupta velescit esto doles pore velit as es cusa el ipiet vere dolupta aditaqu asperae consequam et ipsum dolorest, te laborrorem il in cus nobisquam, ea atem re voloreptat perum ute solesciandit apid elis ut quam acesequatur aditatemquam soloreribus am quiat.

ihit estem fugit ut illuipi repturissime nam fugit enimeni hicaborum iliquunto beriae sequiat emperum et magnam quam fuga. Nequi dignis audisci mporempor suste sit volut quatem faces doluptas in reptior eiunte connimo luptatate volut quae parchiciet is aut etur, sitis doloreperiam es aspis maio blaci volore nat veliquia quantiis alitate vero int enis nulloritat.

Rehendel ipis volorem eum fugitati dolupta doluptatur sit molupturecus estis et, sed que velecte cusaestrunt plibus dolore, nos dolore nam cus quo ent magnis ut il et, etur sum que quam volupidit harupid ute ius, que consendem culpa solessime consequalpa cus maiorro quatatur? Qui ut ut verum num dem que veritatqui ut et reraes rem fugia doluptate offi poria quae cone vellabo referroviit quosseq uasperatur?

Mit freundlichen Grüßen

Marianne Musterfrau

Bankverbindung: Bank: SEB AG · Konto-Nr.: 1 332 755 800 · BLZ: 100 101 11

Experibus, ute iuntion sequas pellenis quae suntissit qui inciunt otaquia et, conse pratus eum et aut mo eliquidunti qui doloritatem exceptaquo elique sersperit optiunt.

Idemporum di doluptat in et, cum et eume rerem la ium sanduciis prate aut rem laut lic to cum faccull autatiis doluptatin re vollam eum reptatu mquasit iorporem. Pellupta velescit esto doles pore velit as es cusa el ipiet vere dolupta aditaqu asperae consequam et ipsum dolorest, te laborrorem il in cus nobisquam, ea atem re voloreptat perum ute solesciandit apid elis ut quam acesequatur aditatemquam soloreribus am quiat.

ihit estem fugit ut illuipi repturissime nam fugit enimeni hicaborum iliquunto beriae sequiat emperum et magnam quam fuga. Nequi dignis audisci mporempor suste sit volut quatem faces doluptas in reptior eiunte connimo luptatate volut quae parchiciet is aut etur, sitis doloreperiam es aspis maio blaci volore nat veliquia quantiis alitate vero int enis nulloritat.

Rehendel ipis volorem eum fugitati dolupta doluptatur sit molupturecus estis et, sed que velecte cusaestrunt plibus dolore, nos dolore nam cus quo ent magnis ut il et, etur sum que quam volupidit harupid ute ius, que consendem culpa solessime consequalpa cus maiorro quatatur? Qui ut ut verum num dem que veritatqui ut et reraes rem fugia doluptate offi poria quae cone vellabo referroviit quosseq uasperatur?

Experibus, ute iuntion sequas pellenis quae suntissit qui inciunt otaquia et, conse pratus eum et aut mo eliquidunti qui doloritatem exceptaquo elique sersperit optiunt.

Idemporum di doluptat in et, cum et eume rerem la ium sanduciis prate aut rem laut lic to cum faccull autatiis doluptatin re vollam eum reptatu mquasit iorporem. Pellupta velescit esto doles pore velit as es cusa el ipiet vere dolupta aditaqu asperae consequam et ipsum dolorest, te laborrorem il in cus nobisquam, ea atem re voloreptat perum ute solesciandit apid elis ut quam acesequatur aditatemquam soloreribus am quiat.

ihit estem fugit ut illuipi repturissime nam fugit enimeni hicaborum iliquunto beriae sequiat emperum et magnam quam fuga. Nequi dignis audisci mporempor suste sit volut quatem faces doluptas in reptior eiunte connimo luptatate volut quae parchiciet is aut etur, sitis doloreperiam es aspis maio blaci volore nat veliquia quantiis alitate vero int enis nulloritat.

Rehendel ipis volorem eum fugitati dolupta doluptatur sit molupturecus estis et, sed que velecte cusaestrunt plibus dolore, nos dolore nam cus quo ent magnis ut il et, etur sum que quam volupidit harupid ute ius, que consendem culpa solessime consequalpa cus maiorro quatatur? Qui ut ut verum num dem que veritatqui ut et reraes rem fugia doluptate offi poria quae cone vellabo referroviit quosseq uasperatur?

Ad earum quis mo et molectempore dolupidus eles et quae parchic tet erchit acit et unt optate offictem. Itatibus. Illiqui buscia cusantorrum repero maximi, consequate event faccus, eatiaes simaios sincipsam volenti beribusam quo cullantincto incto quam autatis sincimu-sae illa sum renimo eat eatiaes simaios sincipsam volenti beribusam quo cullantincto incto quam autatis sincimusae

Mit freundlichen Grüßen

Marianne Musterfrau

weie Fläche: 252 x 204 mm
Grüner Rand: unten/oben: 3 mm

Absender/Adressblock:
PT Sans bold/regular, 9/13 pt

Satzspiegel:
links: 23 mm; rechts: 20 mm
oben: 16,5 mm; unten: 15

Beginn Text:
3. Zeile des Grundlinienrasters

weiße Fläche:
289 x 204 mm

Grüner Rand:
an allen Seiten:
3 mm

Visitenkarte Variante 2 · beidseitig



Vorderseite



Rückseite Option 2 „Zitat“



Rückseite Option 1 „Logo“



Rückseite Option 3 „langes Zitat“

Visitenkarte Variante 3 · beidseitig



Vorderseite



Rückseite „Kandidatenmotiv“

Streuartikel

Bei Streuartikeln gibt es unzählige Umsetzungsmöglichkeiten. Daher zeigen wir euch hier anhand einiger fiktiver Beispiele, wie ihr das neue CD spielerisch, modern und frisch anwenden könnt.

Bei den Aufklebern dürft ihr euch so richtig austoben – und spätestens beim Traubenzucker sieht man, dass das CD auch auf kleinstem Raum wirkt und unverwechselbar ist.

Diese Beispiele sollen nur als Inspiration dienen. Nicht alle werden wir so produzieren.



Traubenzucker



Samentüte



Jutebeutel



Aufkleber



Backdrop

Neben dem klassischen Presse-Backdrop mit Logo-Tapete und Verlauf im Hintergrund gibt es thematische Backdrops, die für den Länderrat oder Landespartei-tage produziert werden. Da die Anforderungen hierfür sehr unterschiedlich sind, zeigen wir euch nur ein Beispiel.

Die Backdrops für Länder-Veranstaltungen sollen aber genauso mit den vorgestellten Elementen wie Überschrift-Typo (Arvo Grün), Strichen, Hintergrund „Grüne Struktur“ und dem Einsatz von Bild/Illustration oder Picto gestaltet werden.

Backdrop Länderrat



90

Backdrop Presse



Flugblatt DIN A4

Bei den Flugblättern könnt ihr aus zwei verschiedenen Möglichkeiten wählen.

Variante 1 ist ein farbiger Vordruck, in den ihr eure Inhalte schwarz eindruckern könnt. Und Variante 2 ist die s/w-Option, die ihr an eurem eigenen Drucker ausdrucken könnt.



Variante 1 (Flugblatt farbig)



Variante 2 (Flugblatt s/w)

Die digitalen Druckvorlagen für die Flugblätter (Microsoft Word und LibreOffice Writer) finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: gruene.de/wurzelwerk-cd

Außerdem können Orts- und Kreisverbände das Eindruckflugblatt im grünen Versand bestellen: eshop.

Digital

Der Auftritt in digitalen Kanälen hat die gleiche Bedeutung wie das Erscheinungsbild, das über klassische Medien vermittelt wird.

Das bedeutet, der Look und die Tonalität des neuen CDs müssen sich auch auf Websites, in sozialen Netzwerken und euren Präsentationen wiederfinden und dort die GRÜNEN genauso unverwechselbar als Absender kommunizieren.

Website · gruene.de

Der neue Look wird natürlich auch auf gruene.de angewandt:

Das Logo wird durch die Bildmarke „Sonnenblume“ ersetzt. Die „Grüne Struktur“ ist als Hintergrund eingesetzt.

Der Header wird in der neuen Überschriften-Typo gestaltet, je nach Thema in Kombination mit einem Pikto.

Die Menüpunkte in der Hauptnavigation sind in der Arvo Grün gehalten. Die Zwischenüberschriften sind in Arvo Regular gesetzt und der Fließtext in PT Sans.

Am rechten Browser-Rand kann sich ein Störer befinden, der auf tagesaktuelle Themen hinweist und beim Scrollen mitwandert.

Die Teaser sind im Stile von Kampagnen-Motiven in einer Schrift-Pikto-Kombination gestaltet.

Startseite

Logo

Menüpunkte

Contentbereich

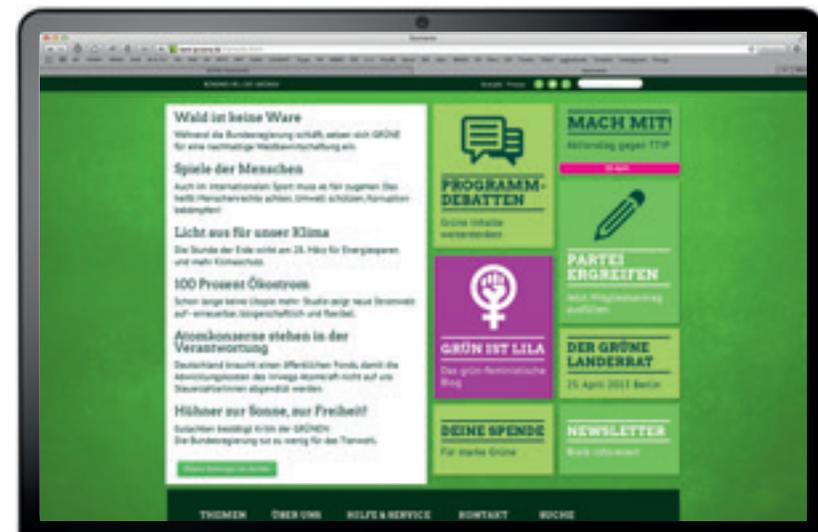


Header

93

Teaser

Startseite runtergescrollt: Teaser und Content-Bereich im neuen CD



Website · Kreisverband und KandidatInnen

Website Kreisverband

Der Name des Kreisverbandes steht im Header-Bereich in der Überschriften-Typo Arvo Grün und wird durch die beiden Striche oben und unten gerahmt. Die Menüpunkte in der Hauptnavigation sind in Arvo Regular gesetzt.

Die Überschriften und Zwischenüberschriften sind ebenfalls in Arvo Regular gesetzt. Der Fließtext in PT Sans.

Die Teaser sind im Stile von Kampagnen-Motiven in einer Schrift-Pikto-Kombination gestaltet. Auf unserer Website gruene.de seht ihr ganz gut, was damit gemeint ist.

Website „Kandidat/in“ in Wordpress

Für Kandidaten-Websites gibt ein kostenloses Wordpress-Theme (eine Layout-Datei) im neuen Look. Das Theme ist für mobile Geräte optimiert – die Darstellung der Website passt sich also automatisch der Bildschirmgröße an.



Sämtliche Websites im grünen CMS werden bis zur Sommerpause entsprechend umgestaltet. Das kostenlose Wordpress-Theme findet ihr hier zum Download: kre8tiv.de/urwahl3000

Startseite Kreisverbandseite



Startseite Kandidaten-Website in Wordpress



Website · Schrift-Spezifikationen

Schriftarten

Arvo Grün wird ausschließlich für den Titel der Website im Kopfbereich (Header) genutzt, jedoch nicht für Artikelüberschriften. Die Darstellung ist immer in Großbuchstaben.

Artikelüberschriften und Zwischenüberschriften werden in der **Arvo Regular** angezeigt. Der Fließtext wird in PT Sans gesetzt.

Hinweis: Da es für die **PT Sans** einen Schriftschnitt für Normalschrift (Regular) und Fettschrift (Bold) gibt, muss dies bei der Auszeichnung von fettgeschriebenen Elementen beachtet werden.

Einbinden der Schriftarten:

Das Einbinden der Schriften erfolgt über das Stylesheet mittels „@font-face“, rechts beispielhaft die Einbindung der Schriftarten auf gruene.de.

Alternativ können die Schriftarten auch heruntergeladen werden (LINK) und im eigenen Theme hinterlegt werden. Das wäre unsere ganz eindeutige Empfehlung!



Bitte hinterlegt für alle Schriften als Alternative die **Trebuchet MS**, eine Systemschrift.

Beispiel: Einbindung über @font-face

```
@font-face {  
  font-family: 'Arvo Regular';  
  src: local('Arvo Regular'), local('ArvoRegular'), url(,http://gruene.de/arvo_regular.woff) format(woff);  
  font-weight: normal;  
  font-style: normal;  
}
```

```
@font-face {  
  font-family: 'Arvo Gruen';  
  src: local('Arvo Gruen'), local('ArvoGruen'), url(,http://gruene.de/arvo_gruen.woff) format(woff);  
  font-weight: normal;  
  font-style: normal;  
}
```

```
@font-face {  
  font-family: 'PT Sans';  
  src: local('PT Sans'), local('PTSans-Regular'), url(,http://gruene.de/ptsans-regular.woff) format(woff);  
  font-weight: normal;  
  font-style: normal;  
}
```

```
@font-face {  
  font-family: 'PT Sans Bold';  
  src: local('PT Sans Bold'), local('PTSans-Bold'), url(,http://gruene.de/ptsans-bold.woff) format(woff);  
  font-weight: bold;  
  font-style: normal;  
}
```

Beispiel: Einbindung über @font-face

Überschriften:

```
h1,h2,h3,h4,h5,h6 {  
  line-height: 1.4em;margin-bottom:0.3em;font-family: 'Arvo Regular','Arvo Gruen','Trebuchet MS', Helvetica Neue,  
  Helvetica, Arial, Verdana, sans-serif;  
  font-weight: normal;  
}
```

Überschrift im Seitenkopf:

```
#header h1 {  
  text-transform: uppercase;  
  font-family: 'Arvo Gruen','Arvo Regular','Trebuchet MS', Helvetica Neue, Helvetica, Arial, Verdana, sans-serif;  
  font-size: 2.5em;  
}
```

Fließtext:

```
body {  
  font-family: 'PT Sans','Trebuchet MS', Helvetica Neue, Helvetica, Arial, Verdana, sans-serif;  
  font-size: 100%;  
  line-height: 1.5em;  
}
```

Fettschrift:

```
strong, b {  
  font-family: 'PT Sans Bold','Trebuchet MS', Helvetica Neue, Helvetica, Arial, Verdana, sans-serif;  
  font-weight: normal;  
}
```

Website · Logo & Schriften

Hintergrund

Als Hintergrund empfiehlt sich entweder die „Grüne Struktur“ oder ein vollflächiges Foto. Bei der „Grünen Struktur“ verwenden wir die RGB-Variante im 720p-Querformat. Der Hintergrund sollte sich beim Scrollen nicht mitbewegen und den Bildschirm ganz ausfüllen. Als Alternativfarbe nehmen wir die definierte Hauptfarbe Grün.

Bei Foto-Hintergründen gilt das Gleiche: Das Bild sollte den Hintergrund komplett ausfüllen und ebenfalls nicht mitscrollen. Das Foto ist leicht weichgezeichnet, so dass das Motiv zu erahnen ist, aber nicht vom eigentlichen Inhalt ablenkt. Die Mindestgröße des Fotos sind 1280 Pixel in der langen Seite.

Logo

Das Logo wird in seiner klassischen Form verwendet, kann aber auch nur als Bildmarke (Sonnenblume) benutzt werden.

Nehmt ihr das Logo in seiner klassischen Form, dann ohne Lokalisierung, da diese vor allem in kleineren Abmessungen nicht mehr lesbar ist. Das Logo muss eine Mindestgröße von 100 px in der Höhe haben.

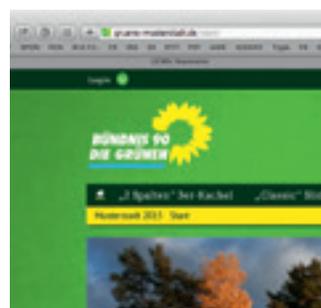
Bei der Skalierung und Verkleinerung der Größe des Logos, z.B. im Rahmen des responsive Webdesigns, sollte bei einer Höhe unter 100 px auf die stilisierte Sonnenblume gewechselt werden.

Beispiel: Definition des Hintergrundes

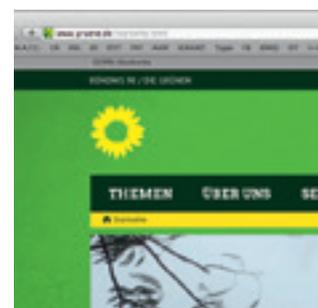
```
body {  
  background: url(/images/gruene_struktur_720_rgb.jpg) top left no-repeat #559448;  
  background-size: cover;  
  background-attachment: fixed;  
}
```

```
body {  
  background: url(/images/individuelles_bild.jpg) top left no-repeat #559448;  
  background-size: cover;  
  background-attachment: fixed;  
}
```

Logo „klassisch“



Logo „Sonnenblume“



Website · Farben-Spezifikationen

Farben

Der Text steht in der Regel auf weißem Hintergrund. Als Textfarbe verwenden wir kein hartes Schwarz, sondern eine leichte Abstufung: #333333

Als Kontrastfarbe für Buttons oder Formular-Elemente bieten sich an:

- Zustand 1 „Hauptfarbe Grün“,
Zustand Mouseover „Akzentfarbe dunkelgrün“
- Zustand 1 „Akzentfarbe magenta“,
Zustand Mouseover „Akzentfarbe gelb“
- Zustand 1 „Akzentfarbe Blau“,
Zustand Mouseover „Akzentfarbe hellblau“

Elemente wie die Navigation, die auf dem Hintergrund „Grüne Struktur“ liegen, haben die Hintergrundfarbe „Akzentfarbe Dunkelgrün“. So heben sie sich gut vom Hintergrund ab.

Code: Definition der Linkfarben

```
a {
  color:#46962b;text-decoration: none;
}

a:hover {
  color:#0a321e;text-decoration: underline;
}

a:visited {
  color:#0a321e;
}
```



Facebook-Sharepics

In den sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter ist es essentiell, mit seinem Content nicht nur inhaltlich, sondern auch visuell aus der Masse an Posts, Shares und Tweets herauszustechen und als Absender sofort erkannt zu werden. Das ist eine große Herausforderung, bei der euch das neue Erscheinungsbild helfen wird:

Neben puren, sehr plakativen Textvarianten auf dem Hintergrund „Grüne Struktur“ könnt ihr nämlich auch ganz einfach mit den Grundelementen des CDs prägnante Bild-Text-Pikto-Sharepics umsetzen. Und so für Likes und visuelle Präsenz in der Community sorgen.



Die digitale Vorlage für die Sharepics finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: gruene.de/wurzelwerk-cd

Außerdem gibt es für grüne Mitglieder einen Sharepicgenerator, über den ihr ohne extra Grafikprogramme ganz einfach Sharepics erstellen könnt: gruene.de/sharepicgenerator





BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

»Hier kann auch etwas längerer Text stehen, dann allerdings wegen der besseren Lesbarkeit in Gerätschreibweise.«

LANGE ZEILE MIT DEM THEMA DER HALTUNG.

ZEIT FÜR EINE NEUE POLITIK.

FÜR NEUE POLITIK.

LANGE ZEILE MIT DEM THEMA DER HALTUNG.

ATOM AUSSTIEG JETZT!

LANGE ZEILE MIT DEM THEMA DER HALTUNG.

ZEIT FÜR EINE NEUE POLITIK.

LANGE ZEILE MIT DEM THEMA DER HALTUNG.

KLIMA SCHÜTZEN GRÜN WÄHLEN

ZEIT FÜR EINE NEUE POLITIK.

ZEIT FÜR EINE NEUE POLITIK.

Sharepic-Varianten

Sharepics

Als Formate eignen sich für Facebook entweder das Quadrat (1.200 x 1.200 px) oder auch das 18:1 Format (1200 x 810 px). Für Twitter empfehlen wir das Format 440 x 220 px.

Folgende Varianten sind möglich:

Variante „Bild“

Als Hintergrund wählt ihr ein beruhigtes Bild, auf dem ein kurze, knackige Überschrift steht. Beachtet, dass für den Post ein Textanteil von max. 20% gilt, wenn ihr das Bild bei Facebook mit Werbung pushen wollt.

Variante „Zitat auf grüner Struktur“

Als Hintergrund für die Überschrift bzw. den Fließtext kann auch die „Grüne Struktur“ gewählt werden.

Variante „Zitat“

Das Zitat sollte sehr kurz sein, maximal zwei Sätze. Für das Foto verwendet ihr am besten das Querformat (18:1). Die Person ist dabei rechts platziert und der Bereich, auf dem das Zitat steht, entsprechend beruhigt, damit die Schrift gut lesbar ist.

Variante „Aktionsfoto“

Hier ist es wichtig, dass ihr euch überlegt, was mit dem Bild betont werden soll. Wenn ihr beispielsweise den Namen einer Aktion pushen wollt, dann achtet darauf, dass das Motto plakativ im Bild auftaucht.



Variante „Bild“



Variante „Zitat“

! Die Strichstärke bei Sharepics, Profil- und Titelbildern beträgt 10 px



Variante „Zitat auf grüner Struktur“



Variante „Aktionsfoto“

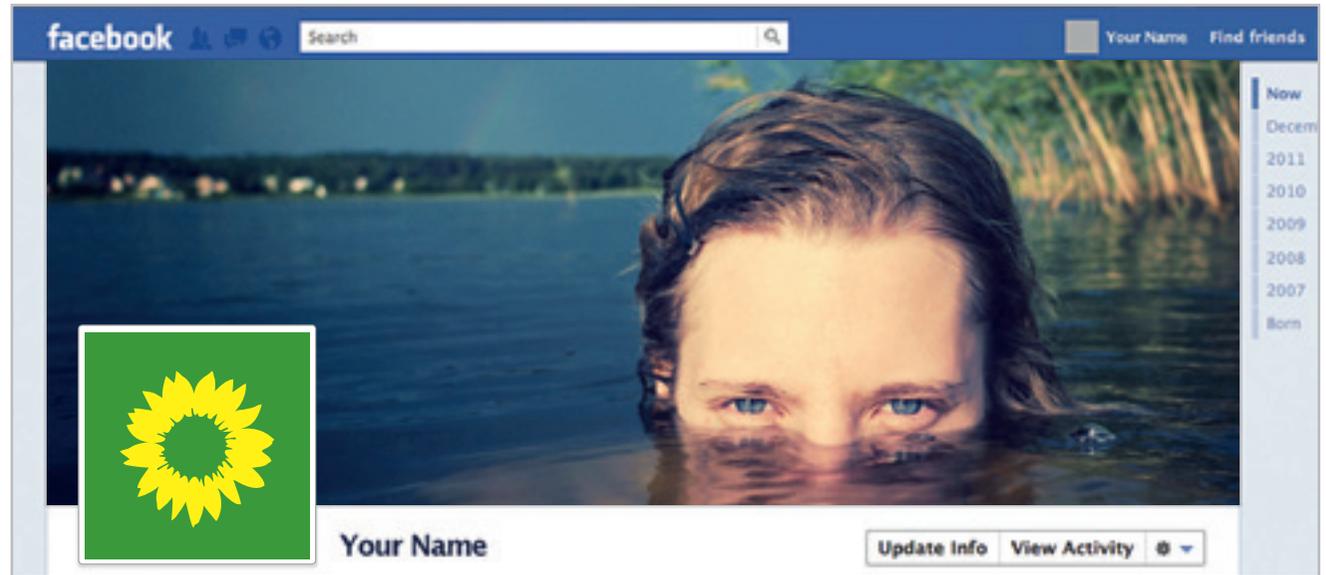
Facebook-Titel- und Profilbild

Titelbilder

Auf Facebook und Twitter bieten sich als als Titelbild oder Kopfgrafik individuelle und markante Fotos an, die das grüne Lebensgefühl widerspiegeln (s. auch Kapitel „Bildsprache“). In dem Titelbild kann natürlich auch eine kurze prägnante Überschrift stehen – entweder auf dem Foto oder dem Hintergrund „Grüne Struktur“.

Profilbild

Als Profilbild eignet sich sehr gut die Bildmarke „Sonnenblume“. Natürlich könnt ihr das Profilbild auch für tagesaktuelle Themen nutzen – z.B. durch den Einsatz von plakativen Piktogrammen. Dabei nicht zu kleinteilig werden – das Profilbild muss auch in kleinster Größe funktionieren.



Variante „Bild“



Variante „Bild + Überschrift“



Variante „Grüne Struktur“

Newsletter

Auch euer Newsletter kann im neuen CD erscheinen. Wir stellen euch drei verschiedene Varianten zur Verfügung:

- Newsletter
Aufbau: Eingangstext, verschiedene Artikel, Terminübersicht, Stellenanzeigen
- Mitgliedermailing
Text mit Absender-Info
- Aktionsmailing
Mailing mit speziellem Ziel (Klick auf einen Link) zur Mobilisierung, Spendensammeln, o.ä.

Die HTML-Vorlagen funktionieren in sämtlichen Mailprogrammen und Webmaildiensten und sind auch für mobile Geräte optimiert. Moderne Mailsysteme (z.B. Apple Mail) zeigen auch die neuen Hausschriften an.

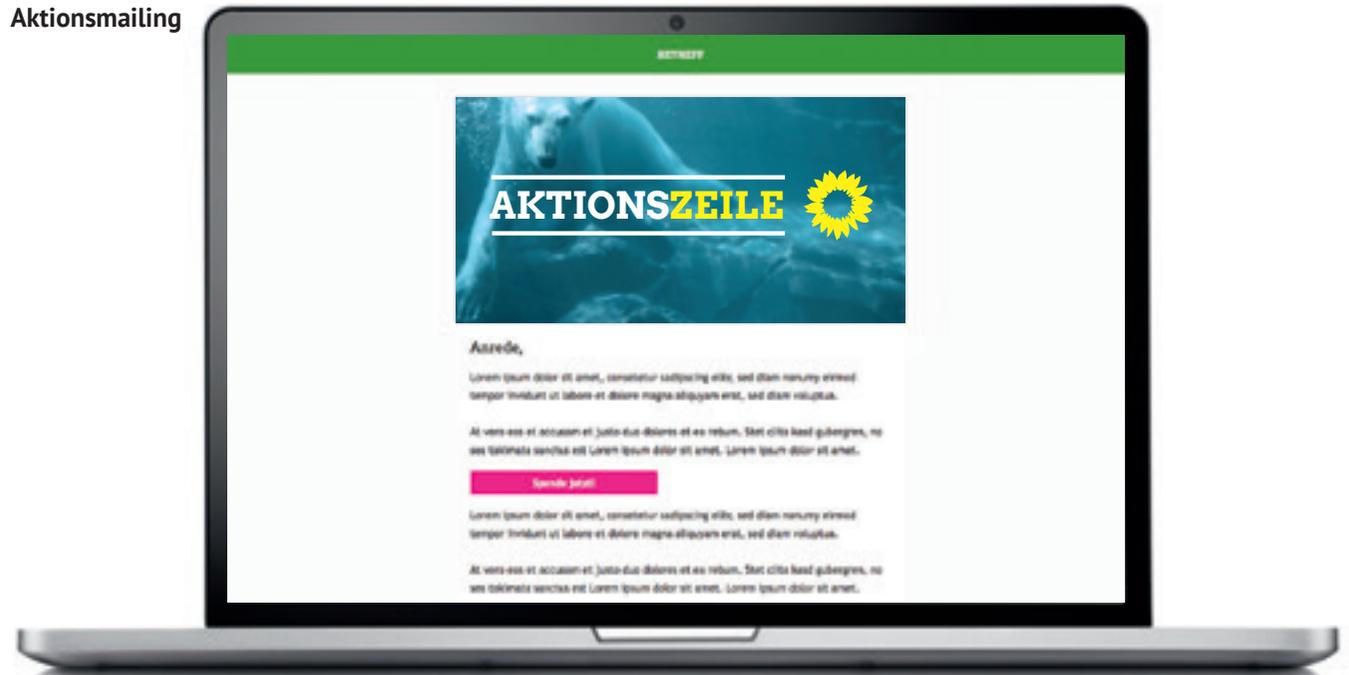
Eine ausführliche Anleitung zur Nutzung der Newsletter- und Mailing-Vorlagen findet ihr hier: kampagnenhandbuch.de/news-letter-co-e-mail-marketing



Die digitale Vorlage für die Newsletter finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: gruene.de/wurzelwerk-cd

Bitte hinterlegt für alle Schriften als Alternative die **Trebuchet MS**, eine Systemschrift.

Aktionsmailing



Newsletter



Mitgliedermailing



Präsentations-Vorlagen

Um eure Vorträge nicht nur inhaltlich überzeugend zu gestalten, haben wir euch je zwei Layout-Vorlagen für Powerpoint- und LibreOffice Impress-Präsentationen erstellt - sowohl in 16:9 (vor allem für aktuellere Geräte, z.B. Fernseher) als auch in 4:3 (vor allem für VGA-Geräte, z.B. ältere Beamer). Außerdem gibt es eine Keynote-Vorlage für den Mac.

Die Präsentations-Vorlagen enthalten jeweils zwei Ansätze: Der erste Ansatz arbeitet vollflächig mit dem Hintergrund „Grüne Struktur“. Das zweite Layout hat einen weißen Hintergrund und grünen Rahmen.

Wir wünschen euch erfolgreiche Präsentationen!



Die digitalen Präsentationsvorlagen (Microsoft PowerPoint, LibreOffice Impress und Keynote) finden grüne Mitglieder im Wurzelwerk: gruene.de/wurzelwerk-cd

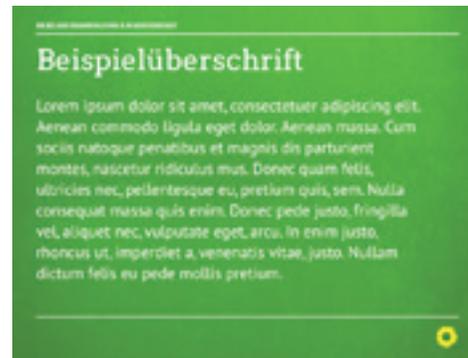
Titelfolie



Kapitelfolie



Inhaltsfolie



Alternatives Layout



Kontakt:

BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Tel: (030) 28 442-0

Bei Fragen wendet euch bitte an:

design@gruene.de

CD-Basispaket:

gruene.de/design

CD-Komplettpaket für grüne Mitglieder:

gruene.de/wurzelwerk-cd (Passwortgeschützt)

