

# Corporate Identity – Manual

Der einheitliche Auftritt der FDP.Die Liberalen Schweiz

## 1. Generelles

FDP.Die Liberalen ist eine Marke, welche durch einen einheitlichen und sich über die ganze Schweiz erstreckenden Auftritt an Kraft und Gewicht gewinnt. Der einheitliche Auftritt ermöglicht es dem Wähler schnell und einfach zu erkennen, wer und für was die FDP einsteht.

Die kantonalen Parteipräsidenten haben 2014 mehrmals entschieden, am einheitlichen Auftritt der Partei festzuhalten und das Corporate Design nicht zu ändern. Die Kantonal- und Ortsparteien und die Kandidierenden sind daher aufgefordert, sich an die Auftrittsvorgaben der FDP zu halten.

Im Folgenden sind alle Vorgaben an den einheitlichen Auftritt zusammen gefasst.

## 2. Namensverwendung

- › Bei der erstmaligen Verwendung des Begriffs in einem Text muss FDP.Die Liberalen ganz ausgeschrieben werden und erst danach soll die Abkürzung FDP verwendet werden. Das heisst:
  - › im Titel: FDP.Die Liberalen muss ganz ausgeschrieben werden, ausser die Textlänge lässt dies nicht zu.
  - › im Leadtext: FDP.Die Liberalen muss bei der ersten Verwendung zwingend (nochmals) ausgeschrieben werden (unabhängig von der Verwendung im Titel).
  - › im Lauftext: FDP.Die Liberalen muss bei der ersten Verwendung zwingend (nochmals) ausgeschrieben werden (unabhängig von der Verwendung im Titel und Lead). Danach immer die Abkürzung FDP verwenden (wobei aus stilistischen Gründen die erneute Verwendung von FDP.Die Liberalen zulässig ist).
- › Niemals Verwendung eines Artikels „die FDP.Die Liberalen“.
- › FDP.Die Liberalen ist ein Singular, sprich „FDP.Die Liberalen macht“, nicht „FDP.Die Liberalen machen“
- › FDP.Die Liberalen ist weiblich, es heisst z.B. „FDP.Die Liberalen hat ein Positionspapier verabschiedet. Sie will damit zum Ausdruck bringen...“

## 3. Logo

Das Logo existiert ausschliesslich in einer positiven Version, farbig oder schwarz-weiss. Es darf nicht negativ verwendet werden.



### 3.1. Platzierung

Das Logo ist jeweils auf der ersten Seite oben links zu platzieren. Dies gilt für alle Arten der Publikationen.

### 3.2. Hintergrund und Abstand

Das Logo muss zwingend auf einem weissen Hintergrund abgebildet werden. Steht das Logo auf einem farbigen Hintergrund, muss der weisse Hintergrund auf jeden Fall respektiert werden. Damit das Logo seiner repräsentativen Aufgabe gerecht werden kann, braucht es einen klar definierten Freiraum. Hier dürfen keine anderen Objekte, wie z.B. Texte oder Sublogos platziert werden. Der Freiraum ergibt sich aus der Höhe der Buchstaben «FDP» (in der jeweiligen Grösse des Logos).

### 3.3. Mindestgrösse

Das Logo darf uneingeschränkt vergrössert werden. Beim Verkleinern ist jedoch Vorsicht geboten, da ab einem gewissen Verkleinerungsgrad die Leserlichkeit nicht mehr gewährleistet ist. Aus diesem Grund darf das Logo nicht kleiner als 2cm in der Breite verwendet werden.

#### 4. Stempel

Der Stempel „Das liberale Original“ kann, muss aber nicht verwendet werden. Er kann frei auf den Unterlagen platziert werden, steht aber optimaler Weise rechts oben auf der gleichen Höhe wie das Logo.  
Das alte, dreidimensionale Kreuz darf nicht mehr verwendet werden.



#### 5. Fotos und Bilder

Bei Personenbildern für Plakate, Flyer oder sonstigen Drucksachen sind die Köpfe auf weissem Hintergrund darzustellen. Ein farbiger Hintergrund ist ebenso wie Szenerien oder Landschaften im Hintergrund zu vermeiden. Die Personen werden farblich dargestellt. Die Personen sollen jeweils bis zum Brustkorb dargestellt werden. Ebenfalls möglich sind Bilder des gesamten Oberkörpers.

Weiter ist bei Personenbildern folgendes zu beachten:

##### 5.1. Freigestellt:

Fotos müssen auf einem weissen Hintergrund erstellt werden. 0% Ton

##### 5.2. Auflösung:

Verwenden Sie eine Auflösung von 5000x5000 Pixel um eine optimale Bildqualität zu gewährleisten.

##### 5.3. Farbskala:

Bitte verwenden Sie CYMK oder RGB als Farbskala.

#### 6. Grafische Elemente

Die Drucksachen der FDP weisen eine klare Matrix der Grösse der verschiedenen Elemente auf.

##### 6.1. Konstruktion der Matrix

Für alle A- und F-Hochformate (z.B. A3 und F4) gelten folgende Regeln zur Berechnung der Elemente / Abstände:

Die Randabstände ergeben sich, indem man die Dokumentbreite durch 20 teilt.

Beispiel:

A4: 210 mm Breite geteilt durch Faktor 20 = 10.5 mm

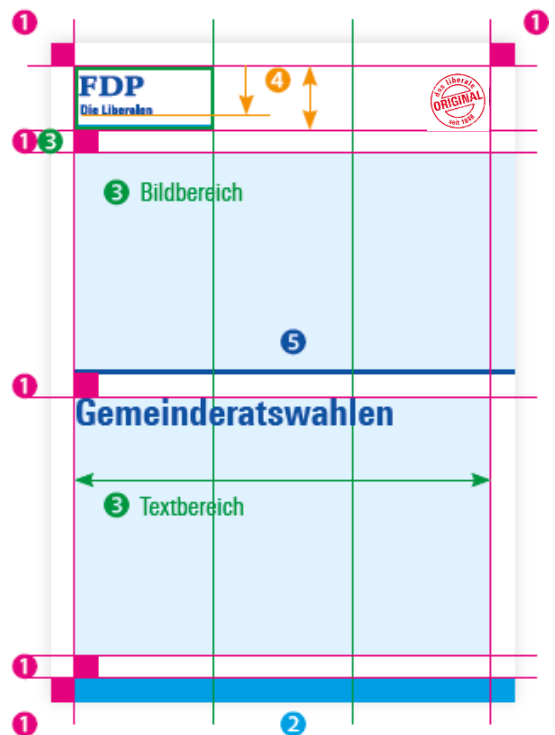
A3: 297 mm Breite geteilt durch Faktor 20 = 14.85 mm

Im Beispiel A8 (52 x 74 mm) ergibt dies 2.6 mm. Erstellt man nun ein Quadrat mit den Massen 2.6 x 2.6 mm (Magenta) und platziert dieses in den Ecken, ergeben sich daraus nicht nur die Randabstände 1, sondern auch die Dicke des Abschlussbalkens 2.

Nachdem die Randabstände berechnet wurden, wird die Breite der Textbox in drei Spalten geteilt 3. Daraus ergibt sich die Breite des Logos. Skaliert man nun das Logo proportional auf die Breite einer Spalte, ergibt sich daraus auch die Höhe des Logos. Darunter wird nahtlos ein Abstandsrechteck 1 platziert, was wiederum die Distanz zum Anfang des Bildbereichs definiert 3.

Der Stempel orientiert sich an der Logogrösse und zwar vom oberen Rand der Logoschutzzone bis zum Ende des typografischen Teils «Die Liberalen» 4. Ist der Stempel auf diese Höhe skaliert, wird es im Verhältnis zum Logo ganz einfach zentriert 4. Der Stempel kann aber auch frei im Dokument platziert werden.

Die Breite des Dokuments geteilt durch den Faktor 100 ergibt die Trennlinienstärke. Im A8-Beispiel bedeutet dies: 52 mm geteilt durch Faktor 100 = 0.52 mm 5.



Die Drucksachen enthalten verschiedene Elemente, welche beweglich sind und frei im Dokument platziert werden können. Es handelt sich dabei um das Listenelement, den Stempel und den Bisher-Button.

## 7. Schriften, Schriftgrössen und Schriftfarben

### 7.1. Schrift

Es wird ausschliesslich die Schrift „Linotype Univers“ in drei Schriftschnitten verwendet:

- 1 Linotype Univers 720 Heavy Condensed
- 2 Linotype Univers 620 Bold Condensed

Zusätzlich kann noch die Schrift Linotype Univers 420 Condensed verwendet werden. Die Linotype Univers 420 Condensed wird bei der Gestaltung von Plakaten kaum verwendet, sondern hauptsächlich für Mengentexte innerhalb von Inseraten oder Leporellos. Natürlich gewinnt man durch diesen Schriftschnitt zusätzlich an Flexibilität, warum dieser – bei Bedarf – auch für Plakate verwendet werden darf.

### 7.2. Schriftfarben

Es werden ausschliesslich die beiden Hausfarben «FDP Blau» und «Cyan» und „Rot“ verwendet. Textplakate können als Zweifärber in Pantone gedruckt werden, Plakate mit Fotos hingegen als Vierfärber in CMYK. Die Farbdefinitionen finden Sie unter Punkt 8.



Headlines, Kandidatennamen, resp. die erste Message des Textbereichs werden immer in FDP-Blau gesetzt.

### 7.3. Variable Elemente der Gestaltungssystematik

#### Die Farbe Cyan

Diese dient hauptsächlich für Hervorhebungen und darf variabel eingesetzt werden. Nachdem die «Headline» in FDP-Blau gesetzt wurde (statisches Element), darf nach eigenem Ermessen entschieden werden, ob z.B. der Name der Ortspartei oder ein Datum etc. in Cyan gesetzt werden. In den erstellten Vorlagen wird z.B. die Internetadresse immer in Cyan gesetzt. **Grundsätzlich sollte die Farbe Cyan im Text niemals dominieren.**

### 7.4. Schriftgrösse

Die Schriftgrösse kann dem jeweiligen Textinhalt angepasst werden und unterliegt keiner Vorgabe.

## 8. Farben

### 8.1. Office Definition (zum Ausdrucken auf Bürodruckern)

Blau-RGB: 47 / 96 / 172  
Cyan-RGB: 0 / 159 / 217  
Rot-RGB: 255 / 0 / 0

### 8.2. Web Definition (für Website, Newsletter, elektr. Pressedienst etc.)

Blau-RGB: 7 / 78 / 161  
Cyan-RGB: 0 / 160 / 219  
Rot-RGB: 226 / 0 / 26  
Blau-HTML: #074ea1  
Cyan-HTML: #00a0db  
Rot-HTML: #e2001a

### 8.3. Professionelle Druck Definition (Pantone und Vierfarbendruck)

Blau-Pantone: 2728 C / U  
Cyan-Pantone: Pantone Process Cyan C / U  
Rot-Pantone: Pantone 185 C / U  
Blau-CMYK: 96 / 69 / 0 / 0  
Cyan-CMYK: 100 / 0 / 0 / 0  
Rot-CMYK: 0 / 100 / 100 / 0

## 9. Slogan

Der Slogan der FDP lautet:

**Freiheit, Gemeinsinn und Fortschritt – aus Liebe zur Schweiz**

Dieser Slogan soll so möglichst auf allen Drucksachen verwendet werden.

Die drei Werte „Freiheit, Gemeinsinn und Fortschritt“ werden dabei in Blau geschrieben, der Zusatz „aus Liebe zur Schweiz“ in Rot. Der Slogan wird ohne Punkt als Abschluss verwendet. Das Wort „aus“ wird klein geschrieben.

### 9.1. Regionale Anpassungen

Der Slogan kann regional angepasst werden, in dem der Begriff „Schweiz“ durch eine andere Ortsbezeichnung ersetzt wird. Dies ist für Orte, Bezirke und Kantone möglich.

Beispiele:

- › aus Liebe zu Ostermündigen
- › aus Liebe zum Bezirk Waldenburg
- › aus Liebe zu Graubünden

## 10. Weitere Verwendung

Die oben beschriebene Verwendung von Logo und Schriften gilt auch für weitere Publikationen wie Webseiten, Broschüren, Inserate und weiteres.

## 11. Web2Print

Die FDP bietet den Orts- und Kantonalparteien, wie auch den Kandidierenden eine online Plattform zur einfachen Herstellung von Drucksachen an. Auf Web2Print sind diverse Vorlagen zur Bearbeitung ohne Grafikprogramme und -kenntnisse verfügbar. Innert kurzer Zeit können druckfertige PDF-Dateien erstellt werden.

Ein gratis Login kann angefordert werden unter [web2print@fdp.ch](mailto:web2print@fdp.ch) (Bearbeitung ca. 3 Arbeitstage)

Die FDP Schweiz bietet auf ihrer Plattform web2print folgende Vorlagen zur eigenen Bearbeitung an:

- › Flyer A4 eine und zwei Personen (2 Seiten)
- › Flyer A5 (2 Seiten)
- › In der Länge variable Inserate für eine Person in unterschiedlichen Breiten
- › Plakate A3, F4, F12 und F200 für eine Person und Texte
- › Plakate F4 und F200 für 2 Personen
- › Postkarte A5 und A6 (2 Seiten)
- › Visitenkarten

Zudem können auf Web2Print alle Vorlagen auch als Indesign-Dateien runter geladen werden.