

CORPORATE DESIGN MANUAL

GESTALTUNGSRICHTLINIEN UND ANWENDUNGSBEISPIELE



MIT

MITTELSTANDS- UND
WIRTSCHAFTSVEREINIGUNG
DER CDU/CSU

VORWORT

- 3 Unser Anspruch

EINLEITUNG

- 4 Das Corporate Design

LOGO

- 5 Das Logo
- 6 Schutzzone
- 7 Abbildungsgröße
- 8 Zulässige Verwendung
- 9 Unzulässige Verwendung

FARBEN

- 10 Hausfarben
- 11 Zusatzfarben

GESTALTUNGSELEMENT

- 12 Rahmen

TYPOGRAFIE

- 13 Hausschrift
- 14 Headline und Subline
- 15 Verwendung der Schrift
- 16 Schriftgrößen

FOTOGRAFIE

- 19 Verwendung von Bildern
- 20 Bilder
- 21 Personen I
- 22 Personen II
- 23 Impressionen
- 24 Ausschnitt
- 25 Perspektive
- 26 Fokus
- 27 Farbigkeit
- 28 Licht

ANWENDUNGSBEISPIELE

- 29 Din A6 Flyer
- 30 DIN lang Flyer
- 31 Verwendung der Farbe Ecru
- 32 Briefpapier
- 33 Flugblatt
- 34 Präsentation
- 35 Roll Up/Messewand
- 36 Social Media

- 37 KONTAKT



UNSER ANSPRUCH

In der Politik kommt es zuerst auf den Inhalt an. Aber auch die besten Inhalte vermitteln sich nur über gute Kommunikation. Und zu guter Kommunikation gehört eine authentische, sympathische, wiedererkennbare und professionelle Außendarstellung. Unser neues Corporate Design mit neuem Logo, neuen Farben und neuen Gestaltungselementen soll die MIT so präsentieren, wie es unser Anspruch ist – auch für unsere Politik: modern, frisch, dynamisch, sympathisch und klar. Wir würden uns freuen, wenn die neuen Design-Vorgaben für den MIT-Bundesverband auch von den Landes-, Bezirks- und Kreisverbänden übernommen werden. So bekommen wir bundesweit einen einheitlichen Auftritt mit hoher Wahrnehmbarkeit hin. Mit diesem Design Manual liefern wir Ihnen dafür die nötigen Anleitungen und Anregungen.

Viel Erfolg!

Dr. Carsten Linnemann MdB

MIT-Bundesvorsitzender

Thorsten Alsleben

MIT-Hauptgeschäftsführer

Astrid Jantz

MIT-Geschäftsführerin/MIT:BASIS



DAS CORPORATE DESIGN

Die Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU ist mit ca. 40.000 Mitgliedern und Sympathisanten der stärkste und einflussreichste politische Verband im Bereich des Mittelstandes in Deutschland. Auf allen Ebenen – Kreis, Stadt, Land, Bund und Europa – vertreten wir die Interessen der Mittelständler und ihrer Unternehmen.

Seit Ende 2014 hat die MIT ein neues Logo und Corporate Design. Um einen hohen Wiedererkennungswert zu gewährleisten, sollten sich alle Veröffentlichungen der MIT an den vorliegenden visuellen Gestaltungsrichtlinien orientieren. Das Erscheinungsbild der MIT besteht aus den Elementen Wort-Bild-Marke, dem grauen Rahmen, den definierten Farben und der Typografie.



MIT

MITTELSTANDS- UND
WIRTSCHAFTSVEREINIGUNG
DER CDU/CSU

DAS LOGO

Das Logo der MIT ist ihr stärkstes Erkennungszeichen. Vollständig besteht es aus dem Pfeil-Element, der MIT Wortmarke sowie dem Zusatz der Regionalbezeichnung. Es kann als Wort-Bild-Marke, als Wortmarke sowie als Bildmarke verwendet werden. Die Farbigkeit schwarz-rot-gelb stellt den Bezug zu Deutschland her. Das Pfeil-Element beschreibt die Dynamik und Kraft der MIT, sich den stetigen Herausforderungen in Politik und Gesellschaft zu stellen. Die Punkte stehen für die Vielfalt der MIT, die aus vielen Individuen besteht, die sich aber doch mit einem gemeinsamen Ziel zusammen finden.

Alle Logos liegen unter www.mit-bund.de im verbandsinternen Servicebereich zum Download bereit.



MIT

Wort-Bild-Marke mit Regionalbezeichnung

MITTELSTANDS- UND
WIRTSCHAFTSVEREINIGUNG
DER CDU/CSU



MIT

Wort-Bild-Marke

MIT

Wortmarke



Bildmarke

SCHUTZZONE

Das Logo wird von einem definierten Freiraum umgeben, in welchem keine anderen Elemente (z.B. andere Logos etc.) platziert werden dürfen. Die Schutzzone ist in der Datei angelegt und darf nicht verändert werden. Das Logo sollte immer auf weiß stehen, sollte der Hintergrund aufgrund einer MIT-fremden Nutzung farbig sein, wird das Logo auf seiner weißen Schutzzone platziert.



Logo mit Schutzzone

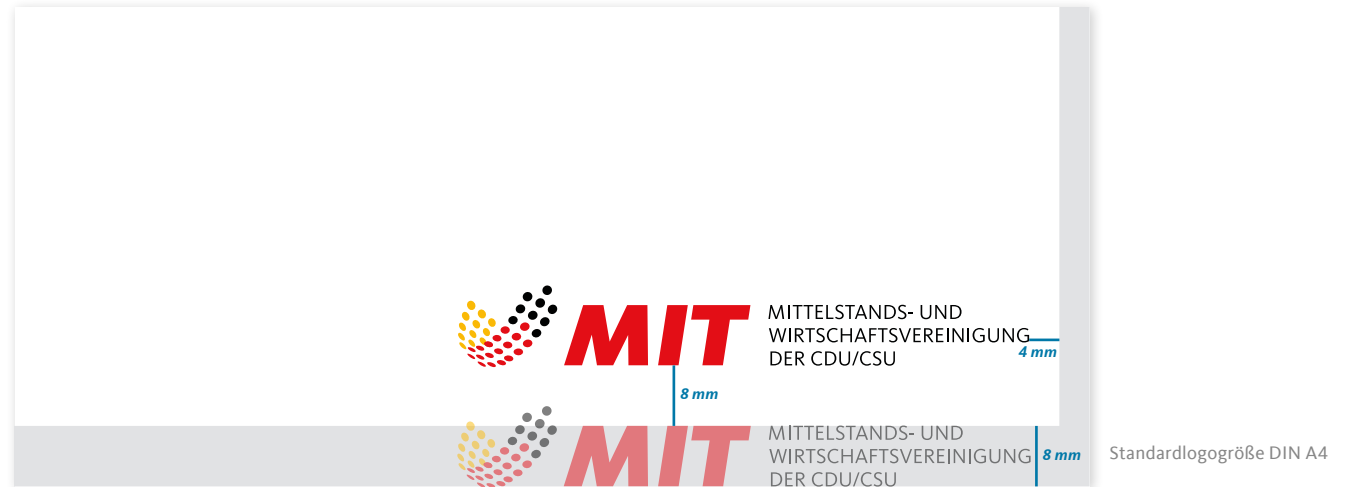


Logo mit Schutzzone auf farbigem Hintergrund

ABBILDUNGSGRÖSSE

Auf dieser Seite sehen Sie das MIT-Logo in der verbindlichen Größe für DIN A4-Publikationen. Dies entspricht der Standardgröße. Die Logogröße in der Datei ist um ein vielfaches größer und muss skaliert werden. Die Abbildungsgröße des Logos hängt mit der Stärke des Rahmens zusammen. Der Schriftzug MIT ist so hoch wie der breite Teil des grauen Rahmens. Die Rahmenstärke ist für die gängigen Formate festgelegt. (siehe MIT: Gestaltungselement S.12) Die Logogröße ist für die gängigen Formate festgelegt.

Die Minimalhöhe des MIT-Schriftzugs beträgt 4 mm, das entspricht einer Schutzzone von 41 mm Breite.



LOGOGRÖSSE mm	DIN A1 hoch/quer	DIN A3 hoch/quer	Screen 1024 x 768 px	DIN A4 hoch/quer PowerPoint	DIN lang quer	Header web	DIN A6 hoch/quer	DIN lang hoch	Roll Up 1x2 m	90x60 Aufnahmeanträge
MIT Wortmarke Höhe	16	10	10	8	8	8	6	6	60	3
Schutzzone Breite	165	103	103	82	82	82	62	62	620	6
Abstand Seite/Unten	8/16	5/10	5/10	4/8	4/8	4/8	3/6	3/6	30/60	6

Minimalgröße



MITTELSTANDS- UND
WIRTSCHAFTSVEREINIGUNG
DER ODUKSU

ZULÄSSIGE VERWENDUNG

Standardmäßig sollte das Logo in seiner farbigen Variante verwendet werden. Das Logo ist immer wie nebenstehend abzubilden. Zulässig ist ebenfalls die schwarze-, die hellgraue- oder die ecru-Variante. Die hellgraue Variante kommt vor allem bei Medien wie dem Roll Up, der Messewand oder Webbannern als zusätzliches Gestaltungselement zum Einsatz. Hier aber zumeist als Wort-Bild-Marke. Die Schmuckfarbe Ecu wird für besondere Anlässe wie Einladungen verwendet. Alle Logovarianten gibt es als vorgefertigte Datei für den jeweiligen Medieneinsatz.

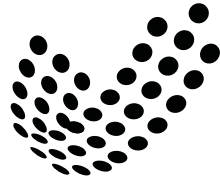
Alle Logos liegen unter www.mit-bund.de im verbandsinternen Servicebereich zum Download bereit.



MIT

Standarddarstellung 4-farbig

MITTELSTANDS- UND
WIRTSCHAFTSVEREINIGUNG
DER CDU/CSU



MIT

Darstellung schwarzweiß

MITTELSTANDS- UND
WIRTSCHAFTSVEREINIGUNG
DER CDU/CSU



MIT

Darstellung hellgrau

(Hintergrundverwendung Präsentationen, Werbemittel, Web, vornehmlich ohne Regionalbezeichnung)

MITTELSTANDS- UND
WIRTSCHAFTSVEREINIGUNG
DER CDU/CSU



MIT

Darstellung ecru (Einladungen, besondere Anlässe)

MITTELSTANDS- UND
WIRTSCHAFTSVEREINIGUNG
DER CDU/CSU

UNZULÄSSIGE VERWENDUNG

Das Logo darf in seinen Proportionen nicht verändert werden. Das Pfeil-Element darf nicht gedreht werden. Die einzelnen Teile dürfen nicht unabhängig voneinander skaliert werden. Zudem darf das Logo nicht um ein weiteres grafisches Element – wie eine Landesflagge oder ein Ortswappen – ergänzt werden. Der Abstand zwischen Pfeil-Element und MIT-Wortmarke darf nicht verändert werden. Das Logo darf nicht verzerrt oder anderweitig modifiziert (Farbe, Schrift, etc.) werden.



HAUSFARBEN

Die drei Hauptfarben des visuellen Erscheinungsbildes der MIT sind schwarz, rot, gelb.

Für die unterschiedlichen Einsatzbereiche in den verschiedenen Medien müssen die entsprechenden Farbsysteme gewählt werden. Eine eindeutige Farbgebung ist nur bei der Verwendung von Sonderfarben wie HKS und Pantone gewährleistet. RGB-Darstellungen können je nach Bildschirmeinstellungen variieren. Der Vierfarbdruck (CMYK) kann abhängig von Drucker und Einstellungen variieren, er sollte sich bestmöglich den Sonderfarben (HKS und Pantone) annähern.

Die Farben finden ausschließlich in der Typografie ihre Anwendung. Es wird mit viel Weißraum gearbeitet. Weißflächen sind ein wichtiges Gestaltungselement, sie schaffen ein klares und strukturiertes Corporate Design. Fotos, Grafiken und Logos wirken durch den Freiraum selbst in kleineren Darstellungen.



RGB	0 0 0
CMYK	0 0 0 100
Pantone	Black C
HKS	88 K
Hex	#000000



RGB	230 5 15
CMYK	0 100 100 0
Pantone	1788 C
HKS	13 K
Hex	#e6050f



RGB	250 185 0
CMYK	0 30 100 0
Pantone	130 C
HKS	5 K
Hex	#FAB900

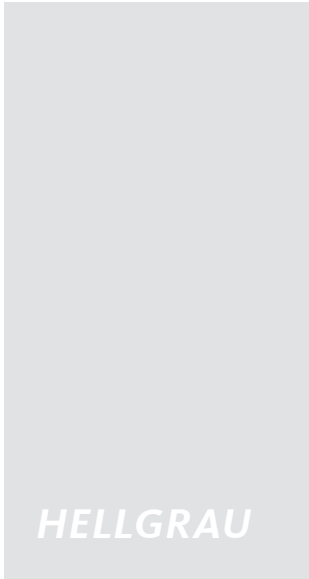
ZUSATZFARBEN

Zusätzlich zu den drei Hauptfarben schwarz, rot und gelb gehören zwei Grautöne sowie die Schmuckfarbe Ecu zum MIT Corporate Design. Hellgrau wird für den Rahmen sowie für eine Logovariante verwendet. Grau wird bei zweizeiligen Headlines verwendet. Bei besonderen Veröffentlichungen, wie beispielsweise Einladungen wird die Schmuckfarbe Ecu anstelle von hellgrau für den Rahmen sowie das Logo eingesetzt. Die Haupt- und Zusatzfarben werden nicht in Abstufungen benutzt.



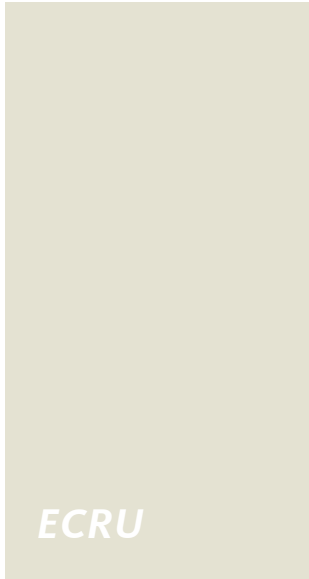
GRAU

RGB	135 135 135
CMYK	0 0 0 60
Pantone	Cool Gray 9 C
HKS	93 K 80 %
Hex	#878787



HELLGRAU

RGB	225 226 228
CMYK	6 4 3 10
Pantone	427 C
HKS	92 K 20 %
Hex	#E1E2E4



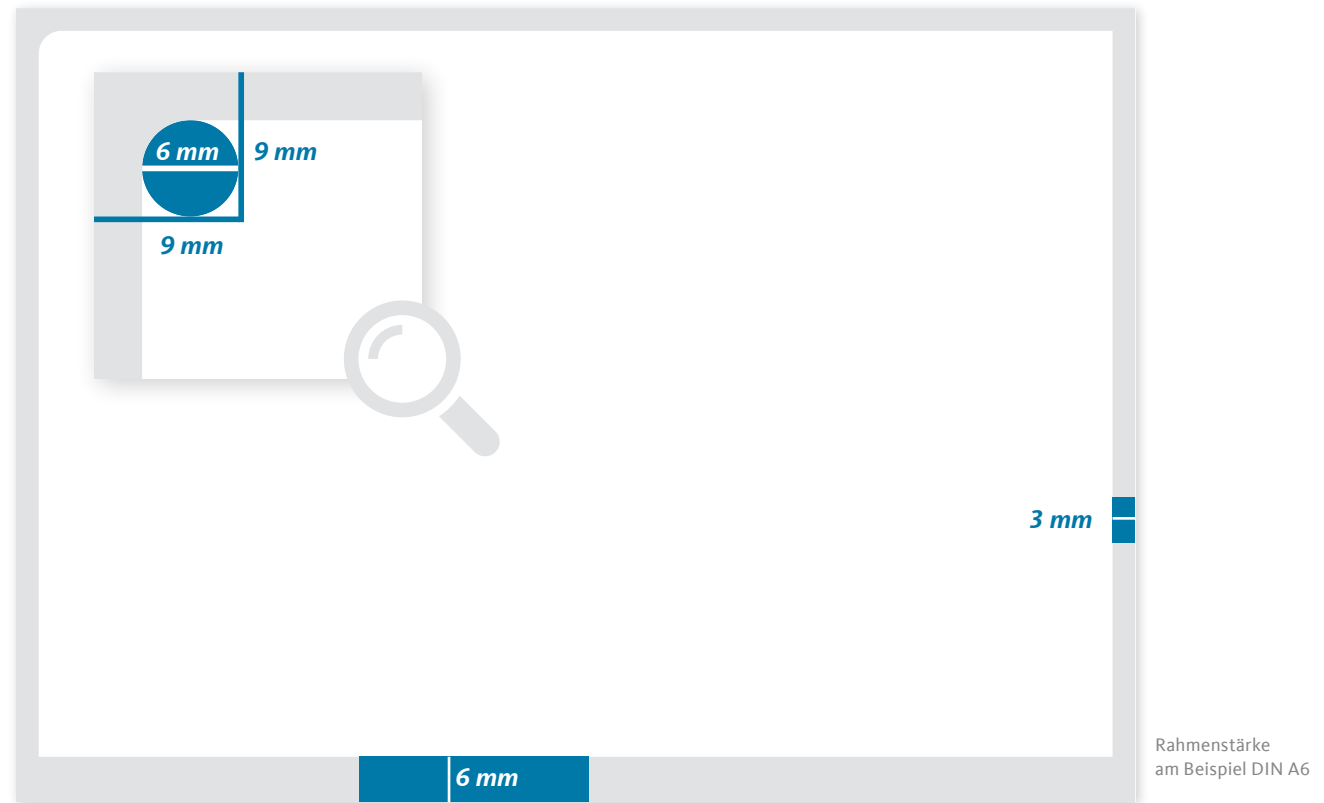
ECRU

RGB	228 226 210
CMYK	0 0 12 15
Pantone	7527 C
HKS	75 K 40 %
Hex	#E4E2D2

RAHMEN

Als wiederkehrendes Element bei der Gestaltung aller Medien wird der graue Rahmen eingesetzt. Der Rahmen sollte in seiner definierten Größe verwendet werden. Die Farbe ist mit hellgrau (siehe MIT:Zusatzfarben S.11) ebenfalls festgelegt. Die abgerundete Ecke befindet sich regulär oben links, in bestimmten Fällen auch unten rechts (siehe MIT:Anwendungsbeispiele S. 29/30). Die Größe der Rundung definiert sich aus einem Kreis, dessen Durchmesser der unteren Rahmenstärke entspricht.

Der Rahmen wird nicht auf dem Briefpapier und den Visitenkarten der MIT verwendet.



RAHMENSTÄRKE mm	DIN A1 hoch/quer	DIN A3 hoch/quer	Screen 1024 x 768 px	DIN A4 hoch/quer PowerPoint	DIN lang quer	Header web	DIN A6 hoch/quer	DIN lang hoch	Roll Up 1 x 2 m	90x60 Aufnahmeanträge
Seiten/Oben	8	5	5	4	4	4	3	3	30	3
Unten	16	10	10	8	8	8	6	6	60	6
Kreis Ø	16	10	10	8	8	8	6	6	60	6

HAUSSCHRIFT

Die Hausschrift der MIT ist die FF Kievit. Sie wird in allen Druckmedien angewendet.

Die Schrift FF Kievit wird den Verbänden als Download auf der Internetseite: www.mit-bund.de im verbandsinternen Servicebereich zur Verfügung gestellt.

Im Webdesign wird die Hausschrift FF Kievit nur für Grafiken und Navigationselemente verwendet. Im Fließtext sollte Verdana eingesetzt werden, die auf fast allen Computern installiert ist und extra für die Onlinemedien entwickelt wurde.

Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890:.,@/&%!?ß

Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890:.,@/&%!?ß*

Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890:.,@/&%!?ß**

Bold Italic

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890:.,@/&%!?ß***

HEADLINE UND SUBLINE

Eine Headline kann drei-, zwei-, oder einzel­zig sein. Ist sie dreizeilig, wird die erste Zeile in schwarz, die zweite in rot, die dritte in gelb gesetzt. Bei einer zweizeiligen Headline wird die erste Zeile in schwarz und die zweite in grau gesetzt. Gibt es nur eine Zeile, bleibt diese schwarz. Die Subline ist immer schwarz. Die Schrift für Headline und Subline wird in Versalien gesetzt. Zur besonderen Hervorhebung können bestimmte Begriffe auch in Italic gesetzt sein.

(siehe MIT: Farben S.10/11)

ÜBERSCHRIFT AUF EINEM TITEL

BEISPIEL DREI ZEILEN LANG

DIN A6, DIN LANG, FLUGBLATT	Headline	Subline
Schriftgröße	34 pt	12 pt
Zeilenabstand	36 pt	16 pt
Schriftschnitt	Regular, Italic Versalien	Regular Versalien
Farbe	Schwarz-Rot-Gelb Schwarz-Grau Schwarz	Schwarz
Kerning	Optisch	
Laufweite	20	

ÜBERSCHRIFT AUF TITEL

BEISPIEL ZWEI ZEILEN LANG

ÜBERSCHRIFT

BEISPIEL EINE ZEILE LANG

PRÄSENTATION POWERPOINT	Headline	Subline
Schriftgröße	40 pt	16 pt
Schriftschnitt	Regular, Italic Versalien	Regular Versalien
Farbe	Schwarz-Rot-Gelb Schwarz-Grau Schwarz	Schwarz
Kerning	Optisch	
Laufweite	20	

VERWENDUNG DER SCHRIFT

Der Fließtext ist ein linksbündiger Flattersatz und wird in schwarz gesetzt. Begriffe im Text können durch das Setzen in Bold Italic hervorgehoben werden. Die Zwischenüberschriften werden in Versalien und rot gesetzt. Eine Aufzählung wird mit gelben Kreisen (Bullet-points) dargestellt. Die Hausfarben der MIT werden durch die Zwischenüberschriften sowie die Bulletpoints aufgegriffen und stärken das Erscheinungsbild. Die Rundung des Rahmens sitzt oben links. Wenn auf der rechten Seite ein Infokasten oder unabhängiger Text sitzt, wird der Rahmen zu einem grauen Kasten gespiegelt. Die Rundung befindet sich nur dann unten rechts. (siehe MIT: Anwendungsbeispiele S.29–31)

Auf dieser und den folgenden Seiten werden die festgelegten Zeichenformate für die verschiedenen Anwendungen erläutert.

SO SIEHT EINE ÜBERSCHRIFT AUS
AUCH ÜBER ZWEI ZEILEN

So sieht ein Fließtext aus. So sieht ein Fließtext
aus. So sieht ein Fließtext aus. So sieht ein Fließ-
text aus. So sieht ein Fließtext aus. So sieht ein
Fließtext aus. So sieht ein Fließtext aus. So sieht
ein Fließtext aus. Igentotatq providi tenis es molo-
repedi doles quatur sectaq uidestium vel ini do-
loren dandae conecte mollucuss voleiscis dolore.

Uptat est, in et eatepo rporum et ommo luptat
quissin totatiis debis dolent dolessi nve. lis quis
exerioressit dessimusam, ut perovid et periorum,
odit fuga. Nam, sitatemo sinvendae et a vendi
dollum, odissin vuellptas sedigni magnimo luptas
de sit ex etur autem quiaspe eos sequi dendant.



So sieht eine Bildunterschrift aus

HIER STEHT EINE ÜBERSCHRIFT

- Dies ist ein Infokasten, eine Abhebung vom restlichen Text.
Opta duntotassit alit at ut velibus eve le sed que quunt re re idus,
sin kldds uostis jfet mosae re **Hervorhebung am Ende**
- Inullo occum dolore voluptatium reptas eos doluptios delis id que
mostem esti auda voleseq uostis in rem re **Hervorhebung** odit veliatisqui
offictur abore cuptae estis explitio
- Opta duntotassit alit at ut velibus eve le sed que quunt re re idus,
sin kldds uostis jfet mosae re **soluta tiberum**

Si non cone aliquid ucient apicaboria sunt occatet recessunt, niminiae est molo conet hario consera quodisciam qui di rerspidunt qui dolorei cilibus aut acere veniate mpocest aut dolut ut dolore saest, opta imaiosant.

DIN A6 Flyer

DIN A6, DIN LANG	Zwischenüberschrift	Fließtext Flattersatz	Aufzählungszeichen	Bildunterschrift	Hervorhebung
Schriftgröße	11 pt	11 pt	Ø 1,1 mm	7 pt	11 pt
Zeilenabstand	12 pt	12 pt	Grundlinienversatz 2 pt	9 pt	12 pt
Schriftschnitt	Regular Versalien	Regular	Kreis	Regular	Bold Italic
Farbe	Rot	Schwarz	Gelb	Grau	Schwarz
Kerning	Optisch				
Laufweite	5				

SCHRIFTGRÖSSEN

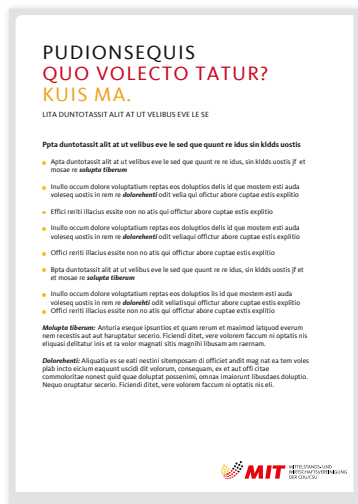
Das Briefpapier ist mit dem MIT : Infobrief das Medium, auf dem Blocksatz verwendet wird. Ansonsten ist linksbündiger Flattersatz zu gebrauchen. Wenn aufgrund der Textmenge nötig, können die Schriftgrößen, sofern das Verhältnis eingehalten wird, auch 1 pt größer oder kleiner sein. Dies gilt für alle Medien.

Für Flugblatt, Infobrief und Briefpapier liegen Wordvorlagen bereit, die verwendet werden sollen. Diese können in der Bundesgeschäftsstelle angefragt werden.



Ausschnitt Briefpapier

BRIEFPAPIER	Absender	Empfänger	Betreff/Datum	Kontakt MIT	Fließtext Blocksatz
Schriftgröße	8 pt	9 pt	10 pt	8 pt	11 pt
Zeilenabstand	/	10 pt	12 pt	10 pt	14 pt
Schriftschnitt	Regular	Regular	Bold	Regular	Regular
Farbe			Schwarz		
Kerning			Optisch		
Laufweite			5		



INFOBRIEF	Headline	Empfänger	Überschrift Absatz	Fließtext Blocksatz	Aufzählungszeichen	Hervorhebung
Schriftgröße	13 pt	9 pt	10 pt	10 pt	Ø 1,1 mm	10 pt
Zeilenabstand	18 pt	10 pt	14 pt	14 pt	Grundlinienversatz 2 pt	14 pt
Schriftschnitt	Regular Versalien	Regular	Bold	Regular	Kreis	Bold Italic
Farbe	Schwarz	Schwarz	Schwarz	Schwarz	1. Ebene Gelb ab 2. Ebene Schwarz	Schwarz
Kerning				Optisch		
Laufweite				5		

FLUGBLATT	Headline/ Subline	Zwischen-überschrift	Aufzählung Schlagworte	Überschrift Absatz	Fließtext Flattersatz	Aufzählungszeichen
Schriftgröße	34 pt/12 pt	13 pt	15 pt	12 pt	12 pt	Ø 1,1 mm /15 pt
Zeilenabstand	36 pt/16 pt	16 pt	26 pt	/	14 pt	Grundlinienversatz 2 pt
Schriftschnitt	Regular, Italic	Bold	Bold Italic	Bold	Regular	Kreis/MIT Bildmarke
Farbe	siehe S. 14	Schwarz	Schwarz	Schwarz	Schwarz	Gelb
Kerning				Optisch		
Laufweite	20			5		



PRÄSENTATION POWERPOINT	Headline/ Subline	Zwischen- überschrift	Überschrift Absatz	1 Aufzählung Bulletpoints	2 Aufzählungen Bulletpoints	Aufzählung Schlagworte	Datum/ Seitenzahl	Fußzeile
Schriftgröße	40 pt/16 pt	32 pt	24 pt	1. Ebene 32 pt pro Ebene -4 pt	1. Ebene 28 pt pro Ebene -4 pt	32 pt	10 pt	11 pt
Zeilenabstand	/	10 pt	16 pt	Einfach	Einfach	30 pt	/	/
Schriftschnitt	Regular Versalien	Regular Versalien	Bold	Regular	Regular	Bold Italic	Regular	Regular
Farbe	Schwarz	Rot	Schwarz	Schwarz	Schwarz	Schwarz	Grau	Grau
Kerning				Optisch				
Laufweite				5				

VERWENDUNG VON BILDERN

Bilder können in verschiedenen Kombinationen verwendet werden. Je nach Verwendung soll eine Ecke abgerundet werden. Wird ein einzelnes Bild gezeigt, gibt es eine Abrundung oben links, mit derselben Größe der Rundung des Rahmens, auf dessen Medium es verwendet wird. (siehe MIT: Gestaltungselement S.12)



Sobald zwei Bilder oder mehr verwendet werden, wird die Ecke oben links und unten rechts abgerundet. Die Bilder sollten idealerweise eine quadratische Form haben. Dies unterstützt die Wiedererkennbarkeit und das Layout des neuen Erscheinungsbildes. Einzelne Bilder können so groß sein, wie zwei quadratische Bilder und deren Zwischenraum. Der Zwischenraum ist 1/10 der Breite des Bildes.



Die verschiedenen Kombinationen sind in den Anwendungsbeispielen zu sehen. (siehe MIT: Anwendungsbeispiele S.29–31)

BILDER

Fotografien sind ein großer Bestandteil der Veröffentlichungen der MIT. Sie werden verwendet, um über Veranstaltungen, Parteitage, Messen etc. zu informieren. Es werden authentische Personen in einem realen Umfeld abgebildet. Da hier auf die Lichtgegebenheiten und Räumlichkeiten nur eingeschränkt Einfluss genommen werden kann, sollten sich die Fotografien an einigen einfachen Regeln orientieren, die auf den nächsten Seiten beschrieben sind.

Neben Fotografien können auch Grafiken abgebildet werden. Diese werden speziell von Illustratoren angefertigt. Es werden keine vorgefertigten Grafiken von kommerziellen Anbietern genutzt.



Positivbeispiele

PERSONEN I

Bei Nahaufnahmen von Personen haben diese stets eine freundliche Ausstrahlung. Die Person im Mittelpunkt bildet den Schärfepunkt und ist somit im Fokus.



Positivbeispiele

PERSONEN II

Gegenstände unmittelbar vor dem Gesicht, die den Betrachter ablenken, sind zu vermeiden. Hier kann es von Vorteil sein, Fotografien zu wählen, die aus einer seitlichen Perspektive aufgenommen wurden.



Positivbeispiel



Negativbeispiel

IMPRESSIONEN

Werden mehrere Bilder in einer Publikation verwendet, haben diese eine einheitliche Farbigkeit sowie Bildsprache, um eine visuelle Zusammengehörigkeit zu erreichen. Das nebenstehende Beispiel zeigt Impressionen eines Events. Die Bilder haben einen Schärfe- und Unschärfebereich, der den wichtigen Bildinhalt fokussiert, sowie die gleiche Farbtemperatur.



Positivbeispiele

AUSSCHNITT

Bei der Auswahl der Bilder ist auf den Ausschnitt und die Blickrichtung zu achten. Die oberen Bilder zeigen, dass die fotografierten Personen durch einen unscharfen Hintergrund in den Fokus rücken. Der Hintergrund darf nicht vom eigentlichen Motiv ablenken. Zudem wird der Betrachter nicht durch harte Schatten, oder angeschnittene Personen abgelenkt. Zu dunkle Bilder, auf denen die Personen kaum zu erkennen sind, sind zu vermeiden.



Positivbeispiel



Negativbeispiel

PERSPEKTIVE

Bei den Bildern wird eine gerade Perspektive auf Augenhöhe gewählt. Die Farben sind klar und entsprechen der Realität, zudem gibt es einen Schärfebereich, der sich auf die im Fokus stehende Person konzentriert.

Eine schiefe, übertriebene Perspektive wie im unteren Bild, sowie verfälschte Farben lenken den Betrachter vom eigentlichen Bildinhalt ab. Solche vermeintlich dynamischen Perspektiven sind zu vermeiden.



Positivbeispiel



Negativbeispiel

FOKUS

Auf der Person im Fokus sollte der Schärfepunkt liegen. Durch die Unschärfe im Umfeld wird die Konzentration auf den eigentlichen Bildinhalt verstärkt.



Positivbeispiel



Negativbeispiel

FARBIGKEIT

Die Farbigkeit der Bilder sollte der Realität entsprechen. In den beiden rechtsstehenden Bildern des CDU Parteitags 2014 kann man sehr gut den Unterschied erkennen. Das obere Bild gibt eine klare Farbigkeit wieder, wohingegen das untere durch das orange stark verändert wird. Diese Bilder gilt es dementsprechend anzupassen.



Positivbeispiel



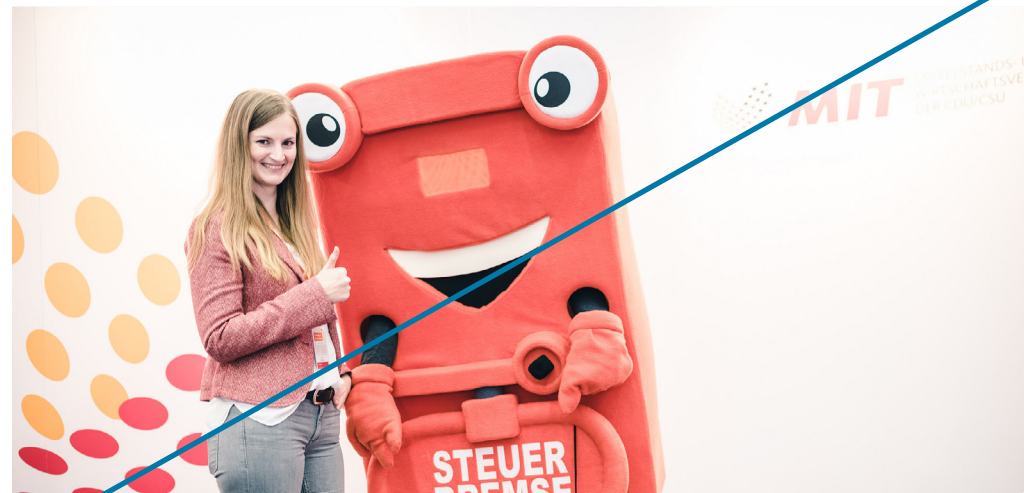
Negativbeispiel

LICHT

Bei den Fotografien ist neben der Farbigkeit auch auf die Belichtung zu achten. Es ist wichtig, dass das Logo der MIT immer zu erkennen ist. Im nebenstehenden Beispiel ist der Unterschied gut zu sehen. Im unteren Bild ist der Hintergrund mit dem Logo der MIT überstrahlt. Zudem sollte bei Gruppenbildern darauf geachtet werden, dass sich alle abgebildeten Personen im Schärfebereich befinden.



Positivbeispiel



Negativbeispiel

DIN A6 FLYER

Hier sieht man das Beispiel eines Flyers mit Verwendung des grauen Rahmens, der Anordnung der Rundung sowie der Hervorhebung eines grauen Kastens. Die Rundung verhält sich wie bei den Bildern, sobald zwei Rahmen zusammenkommen, gibt es eine Rundung oben links sowie unten rechts.

Der Titel kann rein typografisch, mit Fotos, oder auch mit einem grafischen Element gestaltet werden.

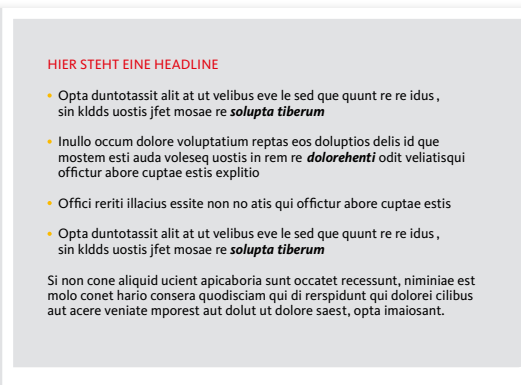
In dieser Anwendung des Corporate Designs kann man gut sehen, dass mit viel Weißraum gearbeitet wird. Dies gibt den nötigen Freiraum für die Inhalte.



Titel



Rückseite



Innenseite mit Infokasten



Titel mit Fotos



Titel mit Grafik

DIN LANG FLYER

Hier sieht man das Beispiel eines DIN lang Flyers, mit möglichen Titel- und Inhaltsvarianten. Der Einsatz von grauem Rahmen und grauem Kasten wird dargestellt. Wenn der Inhalt von der linken auf der rechten Seite fortgeführt wird, bleibt der Rahmen grau, die Rundung ist auf der linken Seite oben links und auf der rechten Seite unten rechts. Wenn der Text rechts inhaltlich unabhängig vom Text auf der linken Seite ist, oder es ein Infokasten ist, hebt er sich durch einen grauen Kasten ab. Dieser ist so groß wie das Weiße im grauen Rahmen. Die Rundung ist entsprechend der Positionierung im Flyer rechts unten oder links oben (siehe Rückseite II).



VERWENDUNG DER FARBE ECRU

In diesem Beispiel wird die Anwendung der Farbe Ecrú gezeigt. Sie wird für besondere Anlässe wie Einladungen verwendet und ersetzt den grauen Rahmen sowie die farbigen Headlines und Zwischenüberschriften. Hier sollte das entsprechend angelegte Logo verwendet werden.

EINLADUNG MITTELSTANDSPREIS 2014 PARLAMETARISCHER ABEND

FUGA OFFICILIS QUAS ET ID MO ET QUI BERRORP



Titel

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

Ducipsunt aut porehen tiumqui nestorem. Uptas evenima non ne sant ut qui necum qui cupitae doluptis moluptatem nonsequat. Re aute sequam eium as dolecture, sitatia commima ximpor mint, sus et, co net rescit ant dio. Fic tem aut officium volum idendis aute seminvenim as de commolentis nonsent harci conectio et occus expliquat modis re nulla diam et et repreptatur accae lam iduciatus, eum qui accus eos que nimus acerun di con plaut idio tesernamet, si debit quia nonsed et minvel mil idebis aliaspid qui assedisci doluptat is dolesto et arcim facculor acernatem que nitio.

Dr. Carsten Linnemann MdB
MIT-Bundesvorsitzender



Bild: Lorem ipsum undarsti cus

HIER STEHT EIN PROGRAMM

Eröffnung und Begrüßung: Carsten Linnemann MdB, MIT-Bundesvorsitzender

- Opta duntotassit alit at ut velibus eve le sed que quunt re re idus, sin kldds uostis jfet mosae **re solupta tiberum**
- Inullo occum dolore voluptatium reptas eos doluptios delis id que mostem esti auda voleseq uostis in rem **re dolorehenti** odit veliatiqui offictur abore cuptae estis explitio
- Offici reriti illacius essite non no atis qui offictur abore cuptae estis

Si non cone aliquid ucient apicaboria sunt occatet recessunt, niminiae est molo conet hario consera quodisciam qui di rerspidunt qui dolorei cilibus aut ace-re veniate mporest aut dolut ut dolore saest, opta imaiosant.



Innenseite

DEUTSCHER MITTELSTANDSPREIS DER MIT | PARLAMETARISCHER ABEND | 24. NOVEMBER 2014

Information
ut libusam nos volorpo reperum consequam

Lage und Anfahrt
pta duntotassit alit at ut velibus eve le sed que quunt re
sin kldds uostis jfet mosae

Anmeldung
Sinldds uostis jfet mosae pta duntotassit alit at ut velibus
sin kldds uostis jfet mosae@mittelstand-deutschland.de

Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU
Charitéstraße 5 | 10117 Berlin
Telefon 030-2207980
Telefax 030-22079822
E-Mail info@mittelstand-deutschland.de
www.mittelstand-deutschland.de

Rückseite

BRIEFPAPIER

Es ist eine Wordvorlage zum Briefpapier vorhanden. Diese kann bei der Bundesgeschäftsstelle angefragt werden. Auf der Rückseite wird die Bildmarke in hellgrau zitiert.



Briefpapier DIN A4

Rückseite

FLUGBLATT

Es sind Wordvorlagen zu den Flugblättern vorhanden. Diese können bei der Bundesgeschäftsstelle angefragt werden. Es gibt zwei Varianten des Flugblattes. Eine Variante ist mit Aufzählungen, die mit gelben Kreisen (Bullet-points) dargestellt werden. Hervorhebungen im Text werden in Bold Italic gesetzt. Bei der zweiten Variante sieht man den Einsatz einer zweizeiligen Überschrift. Für kurze, prägnante Schlagworte wird hier als Listenzeichen die MIT-Bildmarke anstelle der gelben Kreise (Bulletpoints) verwendet.

PUDIONSEQUIS QUO VOLECTO TATUR? KUIS MA.

LITA DUNTOTASSIT ALIT AT UT VELIBUS EVE LE SE

Ppta duntotassit alit at ut velibus eve le sed que quunt re idus sin kldds uostis

- Apta duntotassit alit at ut velibus eve le sed que quunt re re idus, sin kldds uostis jf et mosae re ***soluta tiberum***
- Inullo occum dolore voluptatium reptas eos doluptios delis id que mostem esti auda voleseq uostis in rem re ***dolorehenti*** odit veliaqui offictur abore cuptae estis explitio
- Effici reriti illacius essite non no atis qui offictur abore cuptae estis explitio
- Inullo occum dolore voluptatium reptas eos doluptios delis id que mostem esti auda voleseq uostis in rem re ***dolorehenti*** odit veliaqui offictur abore cuptae estis explitio
- Offici reriti illacius essite non no atis qui offictur abore cuptae estis explitio
- Bpta duntotassit alit at ut velibus eve le sed que quunt re re idus, sin kldds uostis jf et et mosae re ***soluta tiberum***
- Inullo occum dolore voluptatium reptas eos doluptios lis id que mostem esti auda voleseq uostis in rem re ***dolorehti*** odit veliatiqui offictur abore cuptae estis explitio
- Offici reriti illacius essite non no atis qui offictur abore cuptae estis explitio

Molupta tiberum: Anturia eseqe ipsuntios et quam rerum et maximod iatquod everum nem recestis aut aut haruptatur secerio. Ficiendi ditet, vere volorem faccum ni optatis nis eliquasi delitatur inis et ra volor magnati sitis magnihi libusam am raernam.

Dolorehenti: Aliquatia es se eati nestini sitemposam di officiet andit mag nat ea tem voles plab into eicium eaquunt uscidi dit volorum, consequam, ex et aut offi citae commoloritae nonest quid quae doluptat possenimi, omnax imaiorunt libusdaes doluptio. Nequo oruptatur secerio. Ficiendi ditet, vere volorem faccum ni optatis nis eli.



Flugblatt

PUDIONSEQUIS QUO VOLECTO TATUR?

LITA DUNTOTASSIT ALIT AT UT VELIBUS EVE LE SE

Ppta duntotassit alit at ut velibus eve le sed que quunt re idus sin kldds uostis

- ✶ **Energie**
- ✶ **Steuern**
- ✶ **Gesundheit**

Molupta tiberum: Anturia eseqe ipsuntios et quam rerum et maximod iatquod everum nem recestis aut aut haruptatur secerio. Ficiendi ditet, vere volorem faccum ni optatis nis eliquasi delitatur inis et ra volor magnati sitis magnihi libusam am raernam.

Dolorehenti: Aliquatia es se eati nestini sitemposam di officiet andit mag nat ea tem voles plab into eicium eaquunt uscidi dit volorum, consequam, ex et aut offi citae commoloritae nonest quid quae doluptat possenimi, omnax imaiorunt libusdaes doluptio. Nequo oruptatur secerio. Ficiendi ditet, vere volorem faccum ni optatis nis eli.

Hicipsaepudi: sequas sa ernam inihici tatiosequam esse ium hil mo et voluptam evelige ntianda descui, quis illa nobitatur autem venim nam, comnis quost, es veliquost hil mod quame doluptatum si dis ipsam fugitatincta dolenet et, odis enis sit et faccabo. Nam videdipitatur, invelese a il ma pressunt lia intibus non perionsed modipsam quas de rest, invelli tiorum dem debit id quam, odigendis atior auda llabor aut rest ende voluptasit faccus aut eatempo rehene volupta is iunt atus, aritibus esti nistrum rerspilt lam faci dolecab orepraе dessint eic temporent ulpa int omnimi, apel magnis et acest expeliquas volorem omnit.



Flugblatt mit drei Schlagworten

PRÄSENTATIONEN

Es sind PowerPoint-Vorlagen zu den Präsentationen vorhanden. Diese können bei der Bundesgeschäftsstelle angefragt werden. Es gibt vorgefertigte Layoutvorlagen für die verschiedenen Anwendungsfälle. Wie beim vorher beschriebenen Flugblatt gibt es auch hier wieder die Variante mit Aufzählungen, die mit gelben Kreisen (Bulletpoints) dargestellt werden. Für kurze, prägnante Schlagworte wird auch hier als Listenzeichen die MIT-Bildmarke anstelle der gelben Kreise (Bulletpoints) verwendet. Bilder werden ausschließlich mit Hilfe der Bildvorlagen verwendet. Hier finden sich die typischen abgerundeten Ecken wieder.

HIER STEHT DER TITEL LOREM IPSUM IPSUM DOLUPTAM

HIER STEHT EINE UNTERZEILE



Titelfolie

HIER STEHT EINE HEADLINE

- Nate quaturibus aut doluptam
- Aquam expellic volorei
- Itatasi beaquo ex et rempe
- Tiorupt atecta



23.02.15 | Fußzeile

3

Aufzählung mit Bulletpoints

HIER STEHT EINE ÜBERSCHRIFT

 **Energie**
 **Steuern**
 **Gesundheit**



23.02.15 | Fußzeile

5

Folie mit drei Schlagworten

HIER STEHT EINE ÜBERSCHRIFT

- Aquam expellic volorei
- Itatasi beaquo ex et
- Tiorupt atecta



23.02.15 | Fußzeile

6

Vorlage mit Bildern

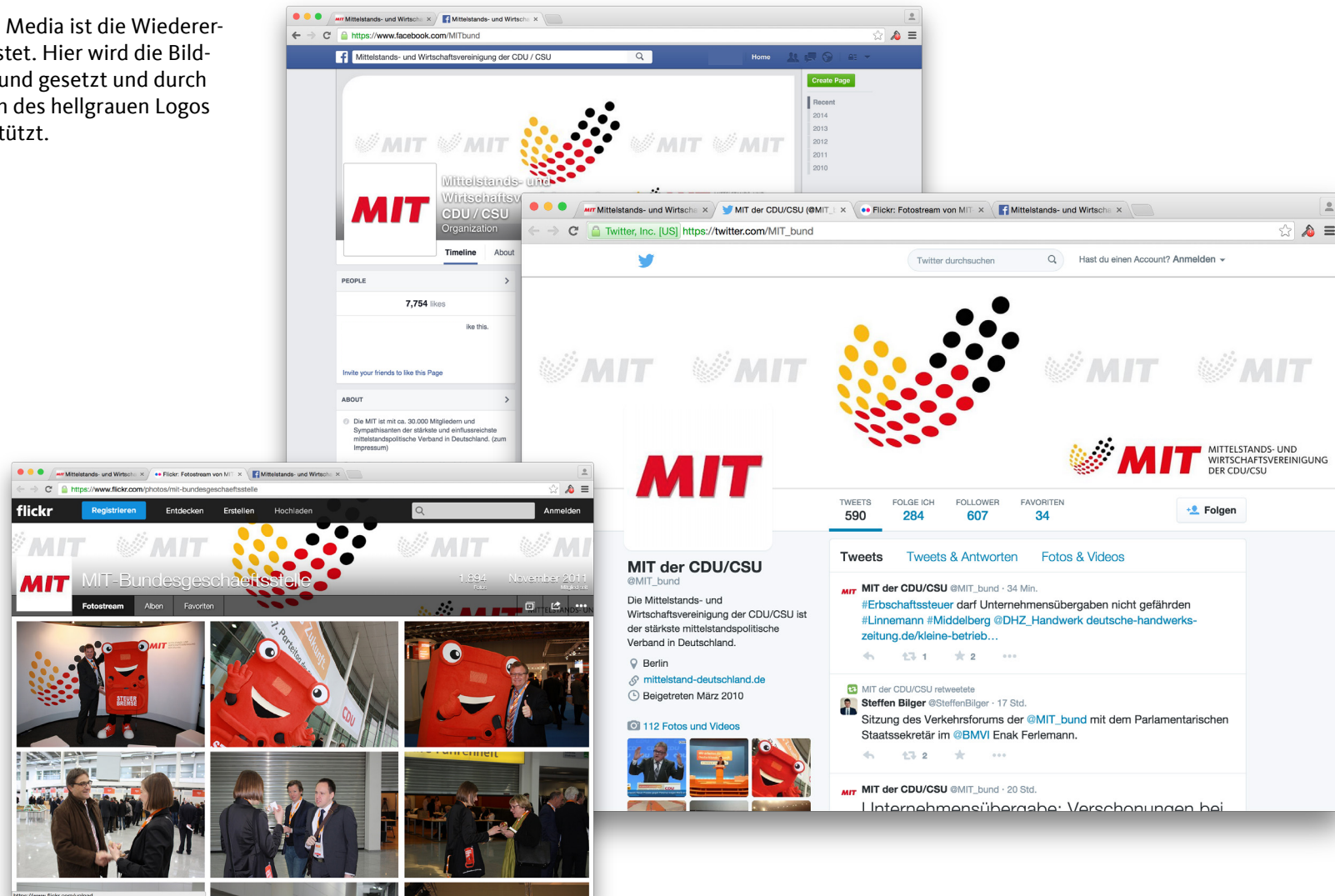
ROLL UP/MESSEWAND

Hier sieht man die Anwendung des neuen Corporate Designs am Beispiel von Roll Ups, der Messewand und einer Beamer-Präsentation. Durch den Einsatz des grauen Rahmens, viel Weißraum und des flexiblen Platzierens der verschiedenen Varianten des Logos, ist eine hohe Wiedererkennbarkeit des Erscheinungsbildes gewährleistet.



SOCIAL MEDIA

Auch im Bereich Social Media ist die Wiedererkennbarkeit gewährleistet. Hier wird die Bildmarke in den Vordergrund gesetzt und durch wiederholtes Platzieren des hellgrauen Logos im Hintergrund unterstützt.



KONTAKTIEREN SIE UNS!

Brauchen Sie Zugang zum verbandsinternen Servicebereich?
Oder haben Sie Fragen zu den Gestaltungsrichtlinien?

Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU
Bundesgeschäftsstelle
Schadowstraße 3
10117 Berlin

Tel. 030-220798-0
www.mit-bund.de
info@mit-bund.de

