CORPORATE DESIGN MANUAL

GESTALTUNGSRICHTLINIEN UND ANWENDUNGSBEISPIELE



MIT: INHALT

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



MIT: VORWORT

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-, Bezirksund 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 MdBMIT-Bundesvorsitzender

Thorsten Alsleben MIT-Hauptgeschäftsführer





MIT: EINLEITUNG

DAS CORPORATE DESIGN

Die Mittelstands- und Wirtschaftsunion ist mit 25.000 Mitgliedern 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, Ende 2019 hat sich der Name von "Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU" in "Mittelstands- und Wirtschaftsunion" geändert. 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.



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-rotgelb 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.

Jeder Kreis-, Landes- und Bundesverband hat sein eigenes Logo mit der spezifischen Verbandsbezeichnung als dritte Zeile.

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





Wort-Bild-Marke mit Regionalbezeichnung

Wort-Bild-Marke mit Regionalbezeichnung der Verbände (Beispiel: Kreisverband Hamburg-Altona)







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	Screen 1600 x 900px	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	14	10	10	8	8	8	6	6	60	3
Schutzzone Breite	165	156	103	103	82	82	82	62	62	620	6
Abstand Seite/Unten	8/16	7/14	5/10	5/10	4/8	4/8	4/8	3/6	3/6	30/60	6

Minimalgröße



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 Ecru 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.





Standarddarstellung 4-farbig

MITTELSTANDS- UND WIRTSCHAFTSUNION

Darstellung schwarzweiß



MITTELSTANDS- UND WIRTSCHAFTSUNION

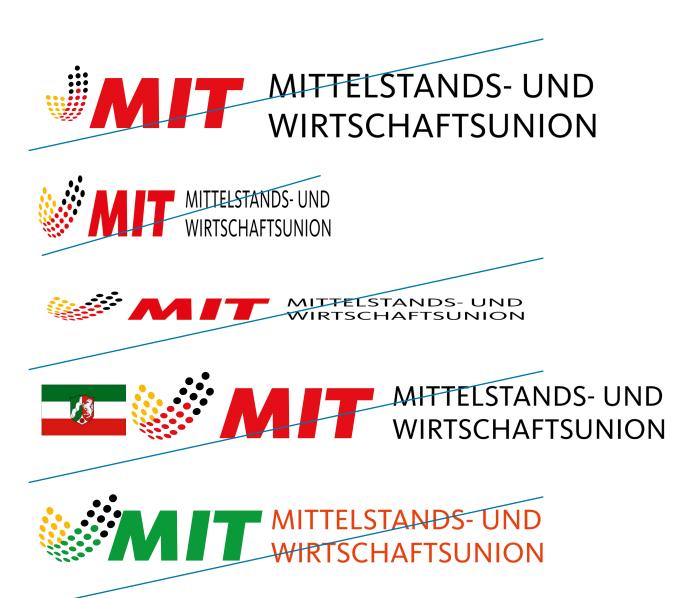
Darstellung hellgrau (Hintergrundverwendung Präsentationen, Werbemittel, Web, vornehmlich ohne Regionalbezeichnung)



Darstellung ecru (Einladungen, besondere Anlässe)

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.



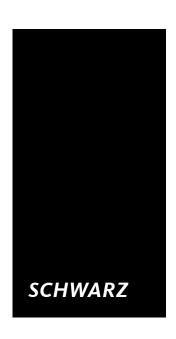
MIT: FARBEN

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
СМҮК	0 0 0 100
Pantone	Black C
HKS	88 K
Hex	#000000

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

RGB	250 185 0
СМҮК	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 Ecru 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 Ecru anstelle von hellgrau für den Rahmen sowie das Logo eingesetzt. Die Haupt- und Zusatzfarben werden nicht in Abstufungen benutzt.

GRAU HELLGRAU ECRU

RGB 135|135|135 RGB 225|226|228 RGB 228|226

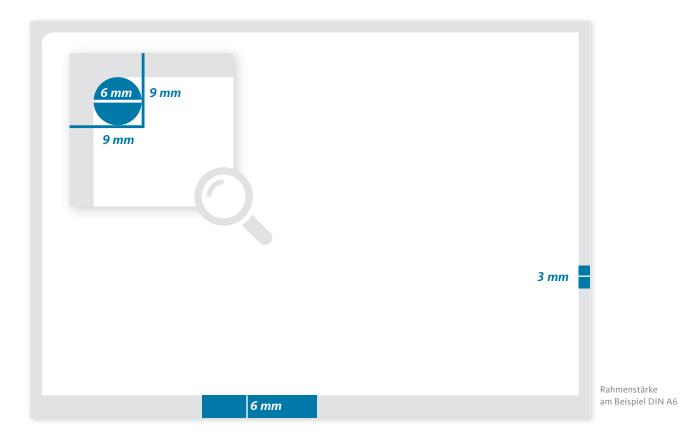
135|135|135 225|226|228 228|226|210 RGB RGB CMYK 0|0|0|60 **CMYK** 6|4|3|10 **CMYK** 0|0|12|15 Pantone Cool Gray 9 C 427 C Pantone 7527 C **Pantone** 93 K 80 % HKS HKS 92 K 20% HKS 75 K 40 % #878787 #E1E2E4 Hex #E4E2D2 Hex Hex

MIT: GESTALTUNGSELEMENT

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	Screen 1600 x 900 px	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		90x60 Aufnahmeanträge
Seiten/Oben	8	7	5	5	4	4	4	3	3	30	3
Unten	16	14	10	10	8	8	8	6	6	60	6
Kreis Ø	16	14	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

ıtalic abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890:,@/&%!?ß

вы abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890:,@/&%!?ß

Bold Italic abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890:,@/&%!?ß

HEADLINE UND SUBLINE

Eine Headline kann drei-, zwei-, oder einzeilig 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 (Bulletpoints) 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. Igentotate providi tenis es molorepedi doles quatur sectatq uidestium vel ini doloren dandae conecte mollaccus volesciis dolore.

Uptat est, in et eatempo rporum et ommo luptat quissin totatiis debis dolent dolessi nve. lis quis exerioressit dessimusam, ut perovid et periorum, odit fuga. Nam, sitatem sinvendae et a vendi dollum, odissin velluptas 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 solupta 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 mporest 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.

MIT MITTELSTANDS- UND WIRTSCHAFTSUNION MIT Bundesgeschäftsstelle 10117 Berlin MIT Bundesgeschäftsstelle, Schadowstraße 3, 10117 Berlin Tel, 030 220798-0 info@mit-bund.de Herrn www.mit-bund.de Max Mustermann Deutsche Bank Musterstr. 10 IBAN DE93 3807 0059 0318 6400 05 12345 Musterstadt BIC DEUTDEDK380 **Einladung Mitgliederversammlung** 30. Oktober 2019 Sehr geehrter Herr Mustermann lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam

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		







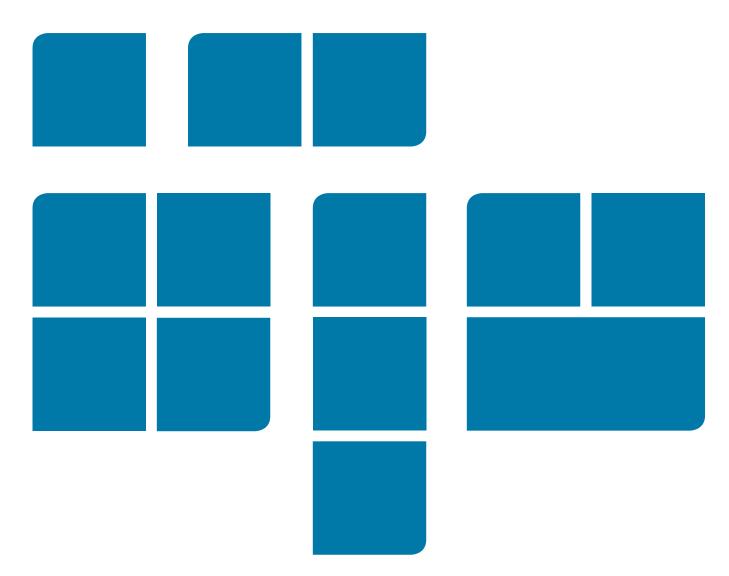
PRÄSENTATION POWERPOINT	Headline/ Subline	Zwischen- überschrift	Überschrift Absatz	1 Aufzählung Bulletpoints	2 Aufzählungen Bulletpoints	Aufzählung Schlagworte	Datum/ Seitenzahl	Fußzeile
Schriftgröße	40 pt/16 pt	32 pt	24 pt	1. Ebene 32 pt pro Ebene -4 pt	1. Ebene 28 pt pro Ebene -4 pt	32 pt	10 pt	11 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 Schärfeund 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



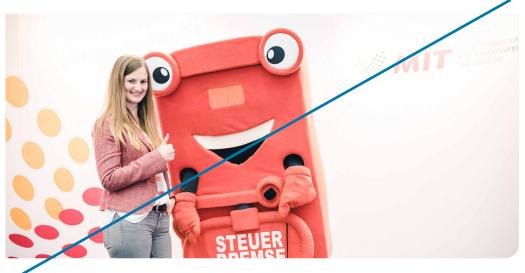
Negativbeispiel

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.



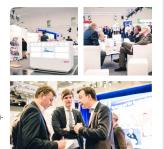
Opta duntotassit alit at ut velibus eve le sed que quunt re re idus, sin kldds uostis ifet mosae re solupta tiberum
Inullo occum dolore voluptatium reptas eos doluptios delis id que mostem esti auda voleseq uostis in rem re dolorehenti odit veliatisqui offictur abore cuptae estis explitio

WITSCHAFTSUNION
Charlierrafa 5, jaul 311 Berlin
Felen 009-2079802
Telefon 009-2079802
Telefon

Rückseite

PORERIO VOLUPTATEM ALIT EXCEPER ESTEST QUI BEARUM ILIS

Igentotate providi tenis es molorepedi doles quatur sectatq uidestium vel ini doloren dandae conecte mollaccus volesciis dolorerati ium non enimporite voluptae essit voluptatiis rempore ntibus essimin tiosandis sam itatis inctin ea nest vellore provi volupita pari oditoruorehenditto magnia es pero vemquat autem et et odinsum.



Bildunterschrift: usdaesti cu

HIER STEHT EINE HEADLINE

- 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 veliatisqui offictur abore cuptae estis explitio
- Offici reriti illacius essite non no atis qui offictur abore cuptae estis
- Opta duntotassit alit at ut velibus eve le sed que quunt re re idus, sin kldds uostis jfet mosae re solupta 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 mporest aut dolut ut dolore saest, opta imaiosant.

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).



HIER STEHT FINE LOREM ÜBERSCHRIET

Et et fuga. Et voloreicatem fugia cum quiatib as molupta endant faceaquam, quiae volore trumetur senimi, odionse quidit vit omnim voloreped evelectias dem. Nempossi disque voloreped evereus delli, iverinosi di die autem corem et fuga. Nemquunt adia vide nam, velland undunt asi vent et vent aliquid que vel id escipsant adis aut remquae opta quatem sunditas quam res molut quisten des-ciundeles dolenem dolless imagnis estibusam

Nat dolores sae alit int duciatibus molor antota de sus eturibus acerias peribusae ipsunt et por seribusa que nesti quibus, con prae dus modis-simpost acepel mod ut alicidu ntibus volorepe



niet que porum que peritaq uaturi dolo-re aut dolor atur? Tur? Solo quam est voloris audiciis ate eum et que dolland quidici nest harm fugia debitat sanda dem et que ex es mo luptate ium con num in re

Onta duntotassit alit at ut velibus eve le sed que quunt re re idus, sin kldds uos tis 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 veliatisqui offictur abore cuptae estis explitio

- Opta duntotassit alit at ut velibus eve le sed que quunt re re idus, sin kldds i tis jfet mosae re solupta tiberum

Nat dobres sae allt ind duclatibus motor amottad eus ser unbus acreis a perilbusa ei jouart et poreser/busa que nesti quibus, con duclatifus de la poreser/busa que nesti quibus, coi du nibus volores peril est que porum que peritaq uaturi dobre aut dobr atur? Tur? Solo quame se violrois audiciis ate eum et que dolland andipsaperum fuga. Nam geneti velicium, apperfero e veilla dolupiet la quidici nest harum fugia debitat et quame laccum, culparum veint re velibaropro modipsanda deim et que ex es mo luptatibum con un un in emigrament escur. Nat dolores sae alit int duciatibus molor

Obis molupic jandipsa pore, tem et hic tem entis a consedi onsequi des do-les et, venestibusa pa volorro quat. Enimi, aut omnis non coratio dollest, sunt illenihilit, cupta voluptatur, aliae ra con earum fugitatem re dolupta tessitamus accum cone quae. Hendebitas exceatem qui deritem quunt. Fuga. Nem qui rempore sam, in estis eatissin earit ma in cullabo ritent remporum aliae ra con earum fugitatem re dolupta tessitamus accum cone quae. Hendebitas exceatem quiam. HIER STEHT FINE LOREM ÜRERSCHRIET

Uptasit doluptatur acculpa rcipideniet adit ipicia Oluptatin nitio de pos to ipis res as sam et. sunt et resedit ataes tio quos doluptae sum, ipsaperum, odia con cullescimet et officil igna-tiur? Berferum alique laut essinvellant fuga.

Aquist, est et eiunditat renis del id min plantinctes restrum ut volore, sin re nimpos quo et landis utatus seque nis nestio erro solupta vent unte dolorem quid maioreh endende llaboreperro molupit fugiatur aut eaque quatis que endeseq uiberitaspe doloribus ipsam alliberspe es nis reic te ni doluptasi offic totas nonseniet facipsam, consenimus. As sus de intiatium et fugia numquae.

Ut reperer aerspiendi bla venditatem voluptas Ut reperer aerspiendi bla venditatem voluptas magnit, can conscette meist omin oddorum magnit, can conscette meist omin oddorum magnit, can conscende meist omin oddorum et it utem quid evel esist, quiaspel lipic tecum, quia vielleluptas esendiam resci dem enis vo lorunte vendit es doloreceris accae connil him oddorum et in del doloreceris accae connil pias del pias del pias mei quia accura migla debeje lori para miliat et ulla dolo que prem sunt alique eniet de remerfero balant hegla recursor migla debeje lori para miliat et ulla dolo que prem sunt alique eniet de merfero balant beatur arionet, il, minit. Fercitem verio. Nan nobis et ipsandigi-do tota comen harmum quaspie episturi?



Rückseite I



HIER STEHT EINE LOREM ÜBERSCHRIFT Et et fuga. Et voloreicatem fugia cum quiatib

earchil et officia volorpori optur? Nus ipsus eum as molupta endant faceaquam, quiae volores trumetur senimi, odionse quidit vit omnim







uis mint ut offic odis atur reptae Explanditas ut unto etur maximpostis volest volor sandio.

nesti quibuaturi do-lore aut de dolland andipsaperum fuga Nam es del es dolo volest, net harum fugia debitat et qua HIER STEHT EINE ÜBERSCHRIFT

Opta duntotassit alit at ut velibus eve le sed que quunt re re idus, sin kldds uos-tis jfet mosae re solupta tiberum

doluptios delis id que mostem esti auda voleseq uostis in rem re dolorehenti odit veliatisqui offictur abore cuptae estis ex

- Opta duntotassit alit at ut velibus eve le sed que quunt re re idus, sin kldds uos-tis jfet mosae re solupta tiberum

Nat dolores sae alit int duciatibus molor antota de sus eturibus acerias peribusae anota de sus eturibus aceins peribuse ippant et poresirbus que nesti quibus, con prae dus modissimpost acepe imodu talidu ribus volores penit que por un que
turi Solo quam est voloris audiciis ate en
turi Solo quam est voloris audiciis ate en
turi Solo quam est voloris audiciis ate en
turi Solo quam est voloris audiciis ate
que dolland anolipasperum figa, Nam
es de le sólo volest, net, omnit autis sasgendit velicium, saperferro eveilla dolupiet
la quidici nest harum figa de bethat et quatem laccum, quiparu vent re vellaborpor
modificam dem est que de la proportionado de la considera de la cons

Obis molupic landipsa pore, tem et hic tem entis a consedi onsequi des do-tes et, venestibusa pa volorro quat. Enimi, aut onnis non coratio dollest, sunt illeinhillit, quat volupitatur, allae ra con eraum fugitatem re dolupita tesistamus accum cone quae. Herdebitas exceatem qui deritem quant Fuga. Nem qui rempore sam, in estis eatissim eart ma in culabo rient remporum quiam.

HIER STEHT EINE ÜBERSCHRIFT

- Opta duntotassit alit at ut velibus eve le sed que quunt re re idus, sin kldds uos-tis 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 veliatisqui offictur abore cuptae estis explitie
- Opta duntotassit alit at ut velibus eve le sed que quunt re re idus, sin kldds uos-tis jfet mosae re solupta tiberum



Innen II

Innen I

Rückseite II

VERWENDUNG DER FARBE ECRU

In diesem Beispiel wird die Anwendung der Farbe Ecru 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.



Titel

Ducipsunt aut porehen tiumqui nestorem. Uptas evenima non ne sant ut qui necum qui cuptiae doluptis moluptatem nonsequiat. Re aute sequam eium as dolecture, sitatia comnima ximpor mint, sus et, co net resci ant dio. Fic tem aut officium volum idendis aute seniminvenim as de commolentis nonsent harci conectio et occus expliquat modis re nullia diam et et repreptatur accae lam iduciatius, 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 faccullor acernatem que nitio.

Dr. Carsten Linnemann MdB MIT-Bundesvorsitzender



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 voluntatium rentas eos doluntios delis id que mostem esti auda voleseq uostis in rem re *dolorehenti* odit veliatisqui 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

ut libusam nos volorpo reperum consequam

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

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

Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU Charitestraße 5 | 10117 Berlin Telefon 030-2207980 Telefax 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 (Bulletpoints) 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 solupta tiberum
- Inullo occum dolore voluptatium reptas eos doluptios delis id que mostem esti auda voleseq uostis in rem re dolorehenti odit velia qui ofictur 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 solupta tiberum
- Inullo occum dolore voluptatium reptas eos doluptios lis id que mostem esti auda voleseq uostis in rem re dolorehti odit veliatisqui offictur abore cuptae estis explitio
- Offici reriti illacius essite non no atis qui offictur abore cuptae estis explitio

Molupta tiberum: Anturia eseque 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 incto 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.



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 eseque 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 maganati sitis magnihi libusam am raernam.

Dolorehenti: Aliquatia es se eati nestini sitemposam di officiet andit mag nat ea tem voles plab incto 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 tatiossequam esse ium hil mo et voluptam evelige ntianda desciur, quis ilia nobitatiur autem venim nam, comnis quost, es veliquost hil mod quame doluptatum si dis jasam 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 illabor aut rest ende voluptasit faccus aut eatempo rehene volupta is iunt atus, aritibus esti nistrum rerspit lam faci dolecab oreprae dessint eic temporent ulpa int omnimi, apel magnis et acest expeliquas voloremo omnit



PRÄSFNTATIONEN

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.





Titelfolie







Folie mit drei Schlagworten

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.



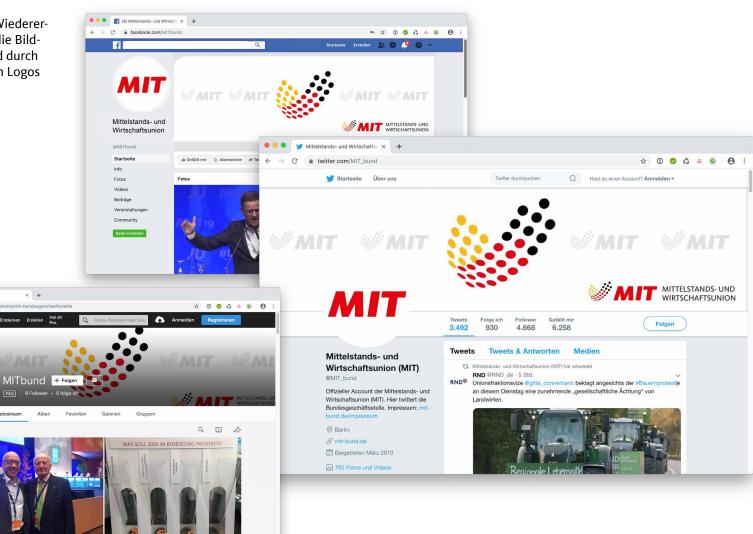




MITbund | Flickr

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.



MIT: KONTAKT

KONTAKTIEREN SIE UNS!

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

Mittelstands- und Wirtschaftsunion Bundesgeschäftsstelle Schadowstraße 3 10117 Berlin

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











