

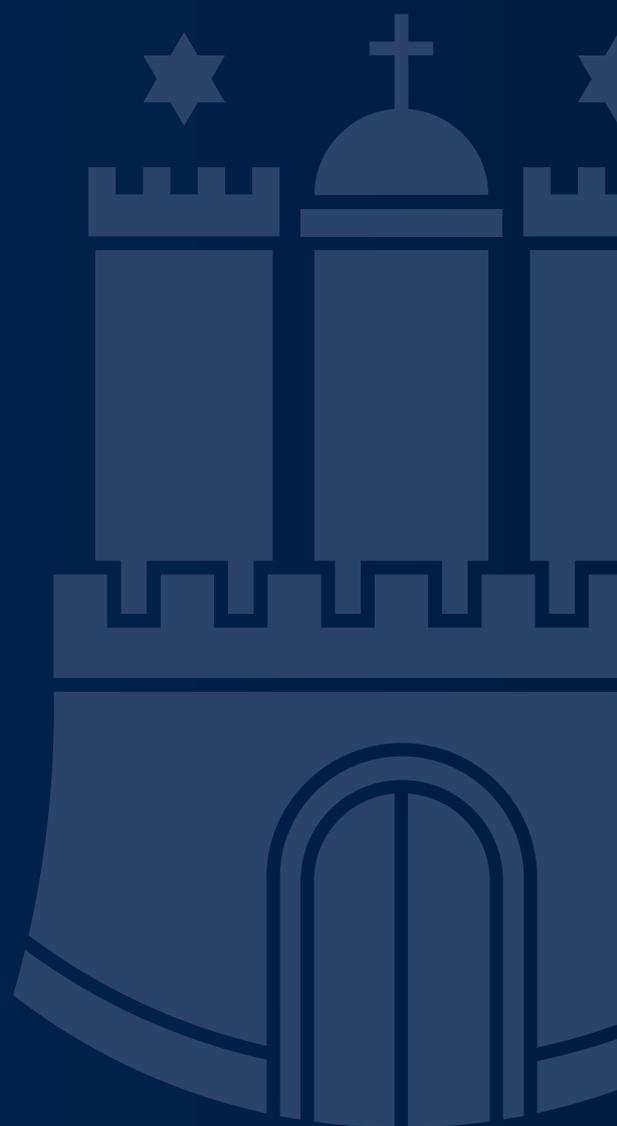
# Markenhandbuch für die Hamburger CDU

GESTALTUNGSRICHTLINIEN UND MARKENELEMENTE  
FÜR DEN MARKENAUFTRITT DER HAMBURGER CDU

—  
STAND: 22. MAI 2023

[WWW.CDUHAMBURG.DE](http://WWW.CDUHAMBURG.DE)

---



# MARKEN HANDBUCH

2023

## Index

### Hamburger CDU:

Ludwig-Erhard-Haus  
Leinpfad 74  
22299 Hamburg

### Telefon/Fax:

Empfang: 040 46854-800  
Fax: 040 46854-900

### Online:

info@cduhamburg.de  
www.cduhamburg.de

I

## MARKEN- DESIGN

### Die visuelle Identität und Gestaltung

Dass die Begriffe Corporate Design und Corporate Identity oft im Wechsel verwendet werden, liegt häufig daran, dass Corporate Design visuell erfassbar ist - Werte werden hier sichtbar im Gegensatz zur theoretisch angelegten Corporate Identity.

Eine optimale Präsentation kann außerdem wesentlich zur Wettbewerbsfähigkeit beitragen und die Marke von der Konkurrenz abheben.

Das Corporate Design spielt eine große Rolle, wenn es um die Verkörperung von Kompetenz und Professionalität einer Marke geht.

05

II

## MARKEN- AUFTRITT

### Das Logo und seine Anwendung

Das Logo ist gleichbedeutend mit einem Symbol, das für Werte und Ziele eines Absenders steht und sie verkörpert dies in Form einer Wort-, Bild- oder Wort-Bild-Marke.

Geht es um die Wiedererkennbarkeit, so wird sofort klar, wie wichtig das Logo hierbei ist.

Es steht für die Geschichte und die Welt rund um die jeweilige Organisation und ist eng an Empfindungen und Emotionen bei Mitarbeitern und Zielgruppe geknüpft.

Das Resultat eines guten Corporate Designs spiegelt sich im Vertrauen und der Treue der Mitglieder, Mitarbeiter oder Wählern wider.

08

III

## FARBEN UND TYPOGRAFIE

### Einsatz und Kriterien von Schrift und Farben

Um den Inhalt glaubhaft zu untermauern, ist es wichtig, diese auch in der Wahl der Schriften zu visualisieren. Auch wenn Schrift häufig nicht bewusst wahrgenommen wird, hat sie einen großen Einfluss auf die Empfindung und Wahrnehmung der Betrachterinnen und Betrachter.

Neben Schriften und einem markanten Logo spielen auch Farben eine essenzielle Rolle bei der Wiedererkennbarkeit einer Marke. Auch hier geht es wieder darum Emotionen und Assoziationen zu erzeugen und möglichst lange im Gedächtnis zu bleiben.

30

IV

## GESCHÄFTS- AUSSTATTUNG

### Ordnung schaffen mit Gestaltungsrastern

Eine repräsentative Auswahl von Broschüren- und Faltblattformaten steht für Drucksachen der Hamburger CDU zur Auswahl. Aus den unterschiedlichen Möglichkeiten der Titel- und Innengestaltung dieser Formate ergeben sich viele Varianten für eine angemessene Gestaltungsfreiheit.

Das Gestaltungsraster bildet nicht nur das Grundgerüst, die Bühne für die einzelnen Corporate-Design-Elemente, sondern bringt sie auch in einen Zusammenhang zueinander. Durch den konsistenten Einsatz mithilfe des Gestaltungsrasters entsteht ein starker Wiedererkennungswert der Marke.

38

V

## BILD- SPRACHE

### Authentizität und Emotionen

Mithilfe von Bildern oder Illustrationen können Headlines und Texte untermauert werden und damit langfristiger im Kopf der Betrachter verankert werden. Ein besonderer Vorteil von Bildern ist außerdem, dass sie häufig sprachunabhängig sind und somit auf den ersten Blick bestimmte Emotionen und Inhalte transportieren können.

Eine weitere Rolle in der Bildsprache spielen auch Piktogramme, die ebenfalls zur Wiedererkennbarkeit des Corporate Designs beitragen können und eine gute Möglichkeit darstellen, die typischen Designmerkmale auf vielfältige Art und Weise fortzuführen.

40



Gutes Design ist so wenig Design wie möglich. Gutes Design ist langlebig.

## Eine neue Marke für die Hamburger CDU

Die Hamburger CDU wird durch das Erscheinungsbild mit einer eigenständigen Identität sichtbar: Es bestimmt das charakteristische visuelle Profil und schafft damit eine einheitliche Basis für eine erfolgreiche Kommunikation.

### Mehr möglich machen.

Wesentliche Elemente des Erscheinungsbildes sind das Layout- und Gestaltungsprinzip des Logos, das Farbspektrum, der Bildstil sowie die Hausschrift CDU Kievit, die in drei Ausprägungen verwendet wird. Die Schriftfamilie erfüllt alle technischen Anforderungen für einen crossmedialen Einsatz.

### Miteinander anpacken.

Im Folgenden finden Sie alle Vorgaben für das Erscheinungsbild der Hamburger CDU im Geschäfts-, Print-, Werbe- und Onlinebereich. Diese sollen helfen, das einheitliche Erscheinungsbild so genau wie möglich einzuhalten und umzusetzen. Sie sind praktische Arbeitshilfe und Richtlinie für alle, die in der Hamburger CDU mit Öffentlichkeitsarbeit und Gestaltung befasst sind.

## Unsere Marke und Gestaltungselemente



## Selbst- bild

### Corporate Identity

Wie wir sind und sein wollen.

Corporate Identity ist ein wichtiges Stichwort, wenn es um den Markenaufbau geht. Denn dahinter verbirgt sich das Selbstverständnis der Partei, das sich dann im Verhalten, Umgang mit Bürgerinnen und Bürgern, der Tonalität und dem Erscheinungsbild, also dem Corporate Design, widerspiegelt.

Dabei geht es um die inhaltlichen Ziele, Werte und den Charakter der Partei sowie die Markenstrategie. Die Ziele können in zwei Richtungen weisen:

1. Einerseits geht es hier um die interne Wirkung, wie beispielsweise die Wirkung auf Mitglieder und Mitarbeiter.
2. Andererseits geht es darum, außerhalb der Partei Erfolge zu erzielen und ein positives Image aufzubauen. Die Fremdwahrnehmung wird auch als Corporate Image bezeichnet.

Bei der Corporate Identity geht es also im Gegensatz zum Corporate Image vor allem um die Selbstwahrnehmung.

## Leit- bild

### Corporate Design

Wie wir aussehen wollen.

Corporate Design ist ein wichtiger Baustein der Corporate Identity. Das Corporate Design ist die visuelle Umsetzung der Corporate Identity, die inhaltlich die Werte, Ziele und Themen beschreibt. Corporate Design bezeichnet man auch als visuelle Identität einer Marke.

Dazu gehören alle Möglichkeiten der visuellen Kommunikation wie beispielsweise Logo, Farb- und Bildwelten, Piktogramme und Benutzeroberflächen.

Die Bestandteile des Corporate Designs werden in den Köpfen von Bürgerinnen und Bürgern, Mitgliedern und Mitarbeiter zu einer ganzheitlichen Wahrnehmung der Partei zusammengefügt.

Dabei spielen Assoziationen, Erlebnisse und Verknüpfungen eine große Rolle.

Der erste Eindruck zählt. Die Summe der einzelnen Gestaltungselemente ergeben ein einprägsames und möglichst einzigartiges Gesamtbild. Corporate Design ist sozusagen der Fingerabdruck einer Marke und dementsprechend einmalig.

## Fremd- bild

### Corporate Image

Wie wir auf andere wirken.

Das Corporate Image beschreibt die Wahrnehmung von außen. Dabei geht es um die Wahrnehmung der Partei als Persönlichkeit. Vereinfacht ausgedrückt, lässt sich sagen, dass eine Marke mit einer Persönlichkeit mit all ihren Ausprägungen, Eigenheiten, Kommunikationsstilen und einer eigenen Vergangenheit gleichgesetzt werden kann.

Für die Corporate Identity sind die bestehenden Parteiziele von großer Bedeutung. Je nach Ziel, Kampagne und Zielgruppe werden auch Kommunikationskanäle angepasst: Intern, Social Media, Print oder zwischenmenschliche Kommunikation.

Bei der Außendarstellung geht es keinesfalls immer nur darum, Mitglieder zu halten und Wählergruppen zu gewinnen. Es geht auch darum, die Loyalität von Mitarbeitern und Funktionsträgern zu stärken und als Arbeitgeber positiv aufzufallen, um attraktiv zu sein und die Rekrutierung zu optimieren.

## Hamburger CDU Logo

## Das Logo und seine Elemente

### Wortmarke

Nachdem seit der Parteigründung 1945 Farbe und Schriftart des Parteilogos stetig wechselten, steht bei der CDU Deutschland seit 1965 die rote Farbe fest. 1972 entstand das Logo mit dem bekannten kursiven Schriftzug „CDU“.

Im Laufe der Zeit gab es verschiedene Ausprägungen mit drei Streifen in den Farben Schwarz-Rot-Gold oder Schriftzüge wie beispielsweise „sicher, sozial und frei“ (1980) oder „Wir gestalten die Zukunft“ (1997).



1980



1997



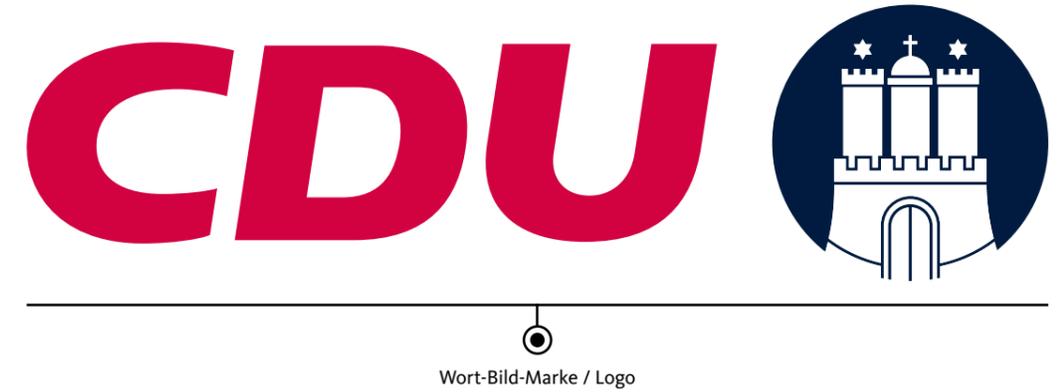
2020

Wortmarke

HAMBURG  
Wortmarke mit Bezeichnung

## Hamburger CDU Logo

### Das Logo und seine Elemente



### Wort-Bild-Marke / Logo

Die Wort-Bild-Marke der Hamburger CDU, allgemein „Logo“ genannt, setzt sich zusammen aus der Wortmarke „CDU“ und der Bildmarke „Hamburg-Symbol“.

Die Elemente vereinen sich mit der Bildmarke auf einer dunkelblauen kreisrunden Trägerfläche zur Wort-Bild-Marke.

Das Hamburg-Symbol zeigt eine Burg mit 3 Türmen. Der mittlere Turm soll den mittelalterlichen Mariendom symbolisieren, die beiden Sterne auf den äußeren Türmen, sogenannte Mariensterne, nach der heiligen Maria, Schutzpatronin der Stadt im Mittelalter.

Die Bildmarke kommt auch solitär zum Einsatz. Die Bildmarke kann individuell als Gestaltungselement mit Bildern und Farben befüllt werden.

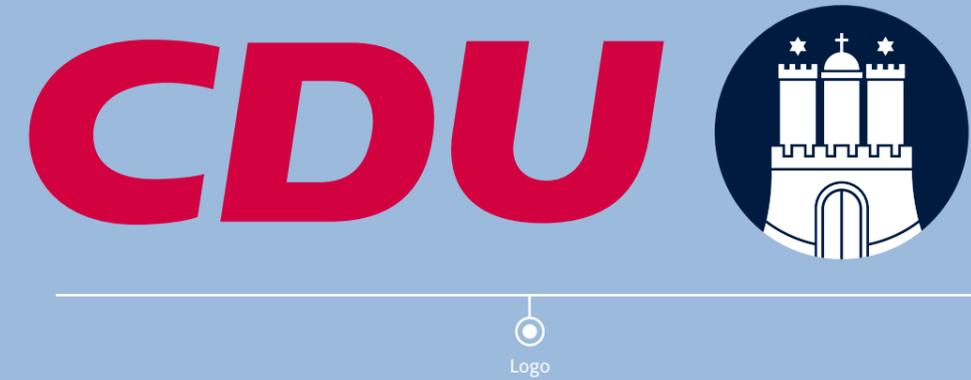


## Hamburger CDU Logo

## Das Logo und seine Elemente

## Absenderlogo

Die Bezeichnung des Absenders wird zentriert unter die Wortmarke gesetzt. Kreis- und Ortsverbände oder Fraktionen können so eindeutig gekennzeichnet werden. Beeinträchtigt ein unruhiges Foto die Lesbarkeit des Logos, sollte ein weißes oder graues (10 % Schwarz) Rechteck unter dem Logo platziert werden. Siehe Abschnitt Schutzraum und Hintergrundform (s. 16).



## Hamburger CDU Logo

## Das Logo und seine Elemente



## Logokonstruktion

Der große Vorteil von Wort-Bild-Marken ist, dass mithilfe des Bildes einerseits die Merkfähigkeit des Logos erweitert wird, andererseits das Bildelement des Logos helfen kann, sich mehr unter dem Markennamen vorzustellen und einen regionalen Bezug herzustellen.

Auch wenn die meisten Empfänger nicht wissen, was es mit dem Hamburg-Symbol und seiner Herkunft und seiner Geschichte auf sich hat, verbildlicht es den Markennamen und sorgt für einen hohen Wiedererkennungswert.

Neben der strengen Zuordnung von Bild- und Wortelement bietet eine Wort-Bild-Marke die Möglichkeit, die einzelnen Bestandteile des Logos separat einzusetzen. Die Wiedererkennung bleibt dennoch bestehen, auch wenn die Kombination aus beiden Bestandteilen immer noch am einprägsamsten ist.

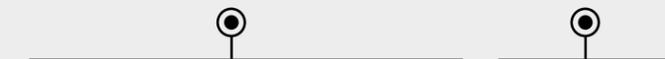
Das Schub-Prinzip

Die Bildmarke steht hinter dem Text. Das Logo wirkt ruhig, ausgewogen und harmonisch.



Wortmarke mit Bezeichnung

Bildmarke mit runder Trägerfläche



Absenderlogo mit Hintergrundform

## Hamburger CDU Logo

## Das Logo und seine Elemente

### Schutzraum

Er schützt das Logo vor umliegenden Gestaltungselementen, damit es in seiner Wirkung nicht eingeschränkt wird. Hier der Hinweis, dass ein Logo unbedingt durch einen Minimalabstand vom Gestaltungsumfeld weggehalten werden sollte, damit es nicht untergeht. Ist keine Hintergrundfläche definiert, hilft der einfache Schutzraum.

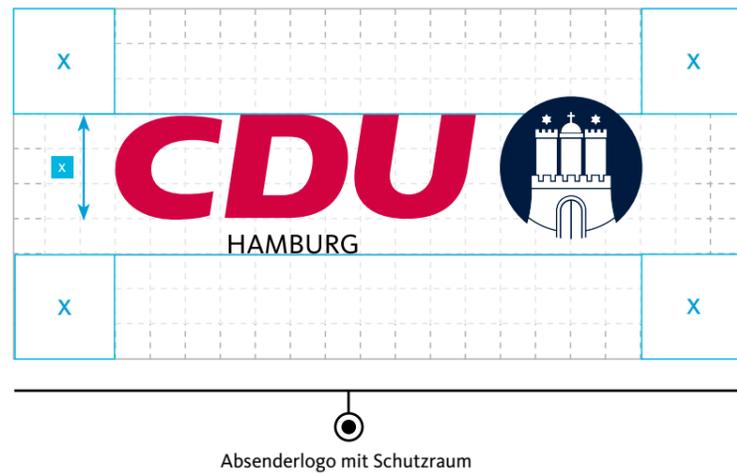
Die Faustregel: Der Mindestabstand rundherum ergibt sich aus der Versalhöhe X der Wortmarke.

### Hintergrundform

Hintergrundflächen stellen die exponierte Lage des Logos sicher, wobei die Form des Hintergrundes, die Wiedererkennbarkeit des Absenders unterstützt.

Das Rechteck

Es ist die einfachste Form, die wir zeichnen können. Es steht für Ordnung, Vernunft, Kontrolle und Ausgeglichenheit, aber auch für Umgrenzung.



## Hamburger CDU Logo

## Das Logo und seine Versionen

### Responsivität

Das Logo besteht formal aus drei Elementen: Wortmarke, Bildmarke und wenn nötig aus der Absenderbezeichnung.

Das Logo ist responsiv angelegt und kann in drei Größenversionen verwendet werden:

- Large (Logo)
- Medium (Absenderlogo)
- Small (Logo kompakt)

Das Logo und seine Versionen sind der wesentlicher Bestandteil des visuellen Erscheinungsbildes sowie Träger der Identität. Es bildet die Basis einer prägnanten Wiedererkennbarkeit.

Standard



Responsiv



Download Logos

Link: [www.cduhamburg.de/downloads](http://www.cduhamburg.de/downloads)



# Hamburger CDU Logo

## Das Logo und seine Versionen



## Logo kompakt

Zur besseren Skalierbarkeit kann das Logo in der kompakten Version genutzt werden. Das Logo kompakt lässt sich besser skalieren und eignet sich als Favicon, Profilbild oder Weblogo.

Es bietet den Anwendern kreativen Spielraum und kann auch zur Markierung von Werbemitteln und -technik eingesetzt werden.

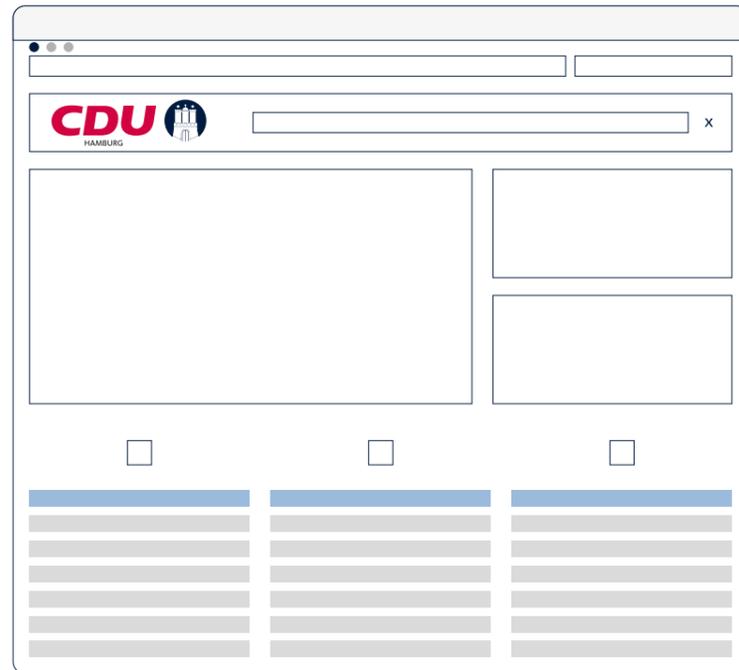


Minstdurchmesser 5 mm



## Gestaltungsrichtlinien

### Logo- platzierung



### Erläuterung

Wann immer das Logo eingesetzt wird, sollten Sie die Schutzzone beachten. So kann das Logo seine Wirkung entfalten und wird ausreichend wahrgenommen. Die Elemente des Logos stehen in einem festgelegten Größenverhältnis zueinander.

Die definierten Abstände zwischen den Elementen dürfen nicht verändert werden. Die Schutzzone wird durch x definiert (Versalhöhe der Wortmarke), um dem Logo im Verhältnis zu anderen Elementen genügend Abstand zu gewähren.

Bitte verwenden Sie die zur Verfügung gestellten Logovarianten aus dem Download-Ordner.

Das Logo kann überall innerhalb des Satzspiegels platziert werden. Es kann sowohl auf Bild- als auch auf Farbhintergründen erscheinen. Je nach Kontrast wird das Logo mit oder ohne Hintergrundfläche eingesetzt.



Der Design-Prozess ist im Wesentlichen ein Prozess aus Weglassen, Organisation und dem Setzen von Schwerpunkten.

Hamburger  
CDU Logo

## Das Logo und seine Anwendung

### Plakate

Auf dem Plakat soll die Wortmarke bei Bedarf mit Bezeichnung und ohne Bildmarke platziert werden, um die Sichtbarkeit der Partei zu erhöhen. Die Platzierung des Logos richtet sich an der Blickrichtung des Porträts aus.

Auf Themenplakaten oder typografischen Plakaten kann die Logoplatzierung innerhalb des Satzspiegels variieren.

**CDU**  
HAMBURG



CDU  
HAMBURG

Die Hamburgspiegelrunde für Vorstand  
**FRANZISKA  
HOPPERMANN**

**im Gespräch mit  
Dr. Norbert Röttgen MdB**  
Freitag, 27.01.2023, 18:30 Uhr  
Stadtteilschule Walddörfer  
Ahrensburger Weg 30  
[www.franziska-hoppermann.de](http://www.franziska-hoppermann.de)



CDU  
HAMBURG

**DENNIS  
THERING** **SILKE  
SEIF**

**Kommen wir ins Gespräch!**  
Infostand am Tibarg 21  
Samstag, 01.07., 10:00 - 12:00 Uhr  
[www.cdu-ah.de](http://www.cdu-ah.de)



CDU  
FRAKTION ALTONA

**SVEN  
HIELSCHER**

**BEWOHNERPARKEN · BAUSTELLEN · BÜROKRATIE**

**Wie gut läuft es in Altona?  
Sprechen wir drüber!**  
Mittwoch, 31. Mai, 19 - 21 Uhr in Blankenese:  
The DON A ROMA, Erik-Blumenfeld-Platz 27b  
[www.cdu-altona.de](http://www.cdu-altona.de)



CDU  
FRAKTION HARBURG

**UWE  
SCHNEIDER**

**WIR PACKEN AN FÜR HARBURG.**

**Was kommt nach Karstadt?**  
Gast: Harburgs Citymanagerin  
Frau Antonia Marmon  
Donnerstag, 1. Juni, 19 Uhr  
Restaurant Pegasos, Ehestorfer Weg 215  
[www.cdu-fraktion-harburg.de](http://www.cdu-fraktion-harburg.de)



CDU  
FRAKTION HAMBURG

**GÖTZ  
WIESE**

**Wie gestalten wir  
unser Hamburg 2030?**  
Bürgerdialog: Dienstag, 20.6., 18 Uhr  
W.E.T., Erikastraße 196  
[www.gotz-wiese.de](http://www.gotz-wiese.de)



CDU  
FRAKTION ALTONA

**KAJA  
STEFFENS**

**NETZWERK · HÄRTEFALLFONDS · ANTRÄGE**

**Gut Ankommen in Hamburg**  
Info-Veranstaltung mit Walter Frank,  
Vorsitzender des Netzwerks Aussiedler  
Donnerstag, 1. Juni, 17 - 19 Uhr in Osdorf:  
Bürgerhaus Bornheide, Bornheide 76  
[www.cdu-altona.de](http://www.cdu-altona.de)

## Hamburger CDU Logo

## Das Logo und seine Anwendung

### Websites

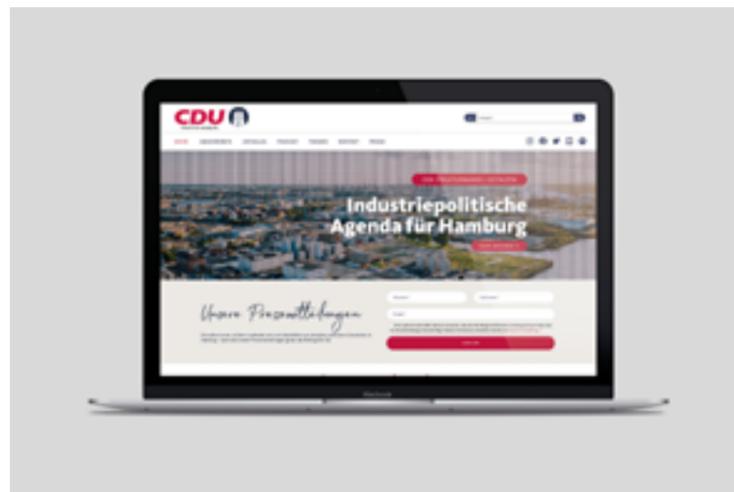
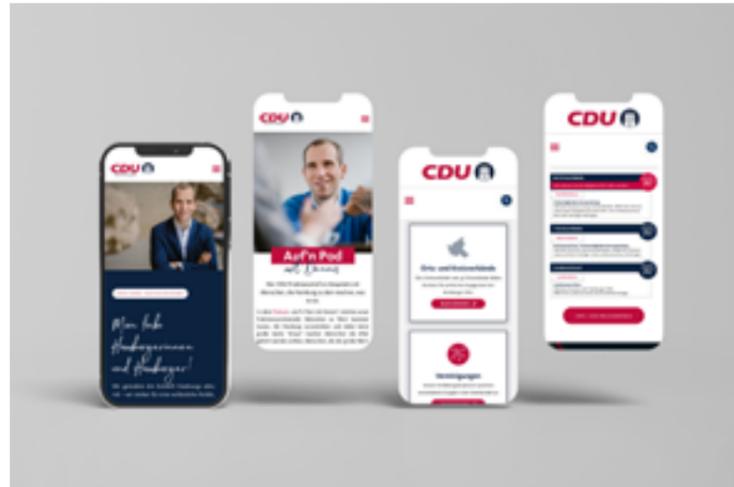
Das Markendesign soll auf allen Kanälen und Plattformen optimal wiedergegeben und durchgängig wahrgenommen werden. Als Weblogo und Ankerpunkt soll das Logo verwendet werden, wo erforderlichlich mit Bezeichnung.

### Geschäfts- ausstattung

Zur Geschäftsausstattung zählen Einzelanwendungen wie Briefpapier und Briefumschläge, Visitenkarten, Grußkarten, Einladungen oder Dankeskarten. Hier soll das Logo mit Bezeichnung zum Einsatz kommen.

### Faltblätter, Broschüren

Auf den Druckprodukten soll das Logo mit oder ohne Bildmarke innerhalb des Satzspiegels platziert werden - vorzugsweise rechts oben.



## Hamburger CDU Logo

## Das Logo und seine Anwendung

### Social Media

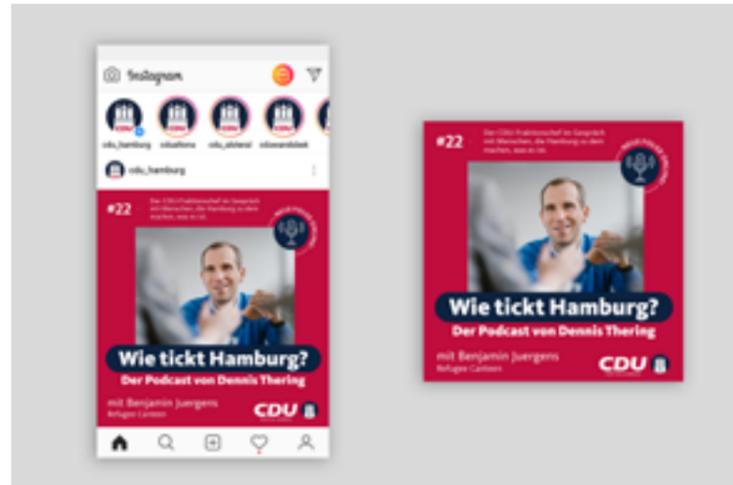
Social Media Branding ermöglicht, Ordnung in das ganze Durcheinander (und davon gibt es jede Menge) zu bringen, damit man der Zielgruppe auffällt und schließlich mehr Reichweite erzeugt, Leads generiert und Interaktion steigert. Das wichtigste Element des Social Media Brandings? Einheitlichkeit, Einheitlichkeit, Einheitlichkeit.

### Werbetechnik

In Zeiten der multimedialen Reizüberflutung ist der erste Eindruck wichtiger denn je geworden. Auch der einheitliche Auftritt bei Veranstaltungen, Infoständen oder Parteitagen verstärkt das geschlossene Auftreten und vermittelt Professionalität. Mit dem richtigen Bühnenbild lässt sich gerade im Rahmen der Berichterstattung ein gelungenes Bild transportieren.

### Werbeartikel

Gewinne die Stimmen von wahlberechtigten Bürgerinnen und Bürgern mit dem richtigen Wahlkampf-Werbegeschenk. Achte darauf, dass die Partei-Werbeartikel einen echten Mehrwert bieten und zu Deiner Kampagne sowie dem Wahlprogramm passen.



# Hausfarben

## Farbsystem

### Farben und Anwendung

Farben berühren unsere Sinne. Sie transportieren spielerisch sehr klare und prägnante Botschaften, allein aufgrund ihrer ureigenen Wirkung. Das Hamburger CDU Farbspektrum ist in Primär- und Sekundär-farben unterteilt. Die Primärfarben stehen im Zentrum des Gesamtfarbklangs. Die Sekundärfarben bilden hier Ergänzungen und werden für Typografie oder – je nach Layout und Kommunikation – hintergrund-füllend oder strukturierend eingesetzt.

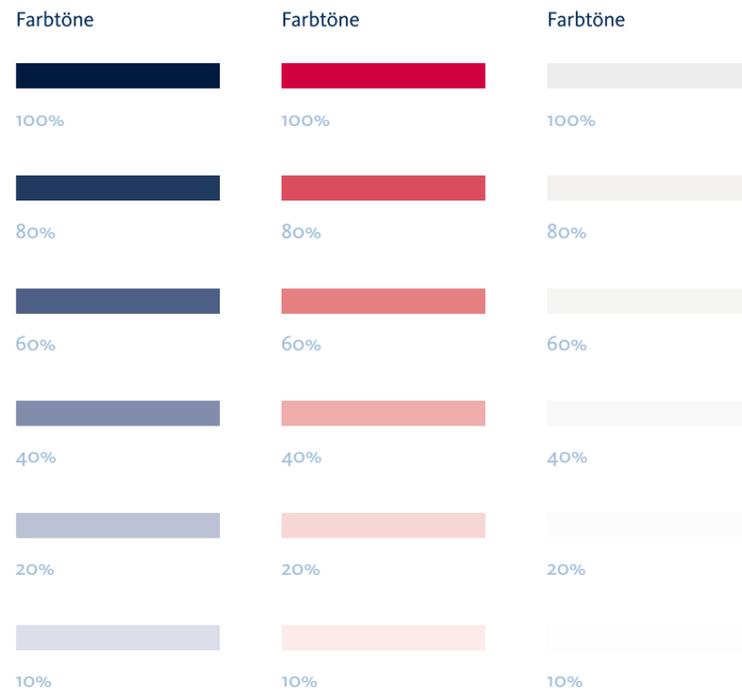
## Primärfarben



**CDU Dunkelblau**  
Primärfarbe A

**CDU Hanserot**  
Primärfarbe B

**CDU Grau**  
Primärfarbe C



## Farbcodes

Dunkelblau Primärfarbe A	Hanserot Primärfarbe B	Grau Primärfarbe C
<b>Dunkelblau</b> Primärfarbe A	<b>Hanserot</b> Primärfarbe B	<b>Grau</b> Primärfarbe C
<b>Primärfarbe A</b> CDU Dunkelblau	<b>Primärfarbe B</b> CDU Hanserot	<b>Primärfarbe C</b> CDU Grau
Farbcodes	Farbcodes	Farbcodes
CMYK	CMYK	CMYK
C100 M066 Y000 K076	C000 M100 Y059 K011	C000 M000 Y000 K010
RGB	RGB	RGB
R000 G027 B063	R210 G002 B065	R237 G237 B237
Web	Web	Web
#001b3f	#d20241	#ededed

# Farbsystem

## Sekundärfarben



**CDU Alsterblau**  
Sekundärfarbe A.

**CDU Blau**  
Sekundärfarbe B.

**CDU Gradient**  
Sekundärfarbe C.



## Farbcodes

CDU Alsterblau Sekundärfarbe A	CDU Blau Sekundärfarbe B	CDU Gradient Sekundärfarbe C
<b>Sekundärfarbe A</b> Alsterblau	<b>Sekundärfarbe B</b> CDU Blau	<b>Sekundärfarbe C</b> CDU Gradient
Farbcodes CMYK C039 M014 Y000 K009	Farbcodes CMYK C100 M069 Y000 K056	Linearer Farbverlauf 50 % CDU Dunkelblau 50 % CDU Blau Hintergründe und vollflächige Anwendungen.
RGB R155 G186 B219	RGB R000 G044 B092	
Web #9bbadb	Web #002c5c	

# Hausfarben

# Farbsystem

## Sekundärfarben



**CDU Blaugrün**  
Sekundärfarbe D

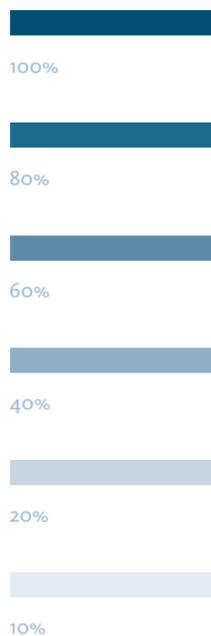


**CDU Cyan**  
Sekundärfarbe E

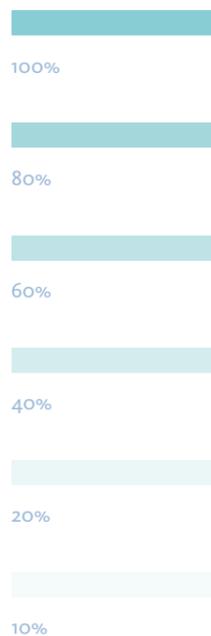


**CDU Magenta**  
Sekundärfarbe F

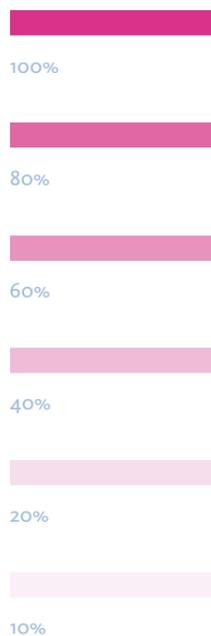
### Farbtöne



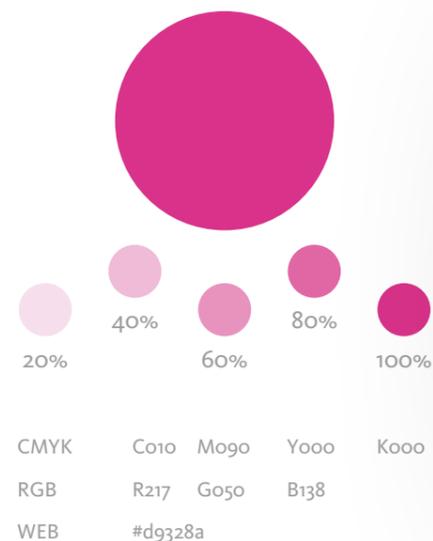
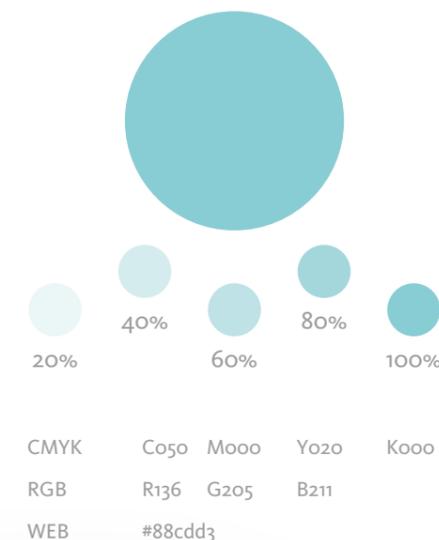
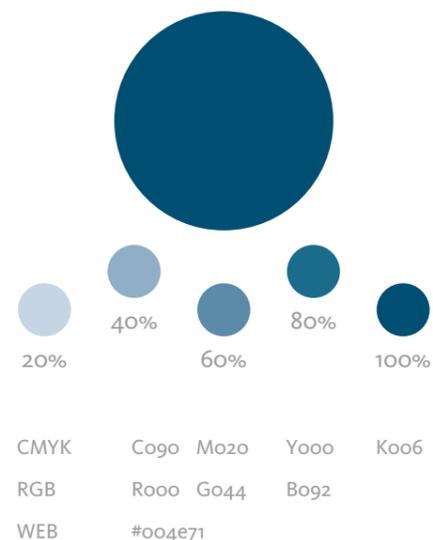
### Farbtöne



### Farbtöne



## Farbcodes



 [Download Farbtafel](http://www.cduhamburg.de/downloads)  
Link: [www.cduhamburg.de/downloads](http://www.cduhamburg.de/downloads)

Hausschrift

CDU Kievit

### Ersatzschrift

Als Ersatzschrift ist die Tahoma-Schrift definiert. Wenn Tahoma nicht verfügbar ist, wird Helvetica verwendet.

## FF KievitPro Familie

Eine moderne eigenständige gut lesbare Schrift

Die Hausschrift des Erscheinungsbildes der Hamburger CDU ist die **FF Kievit Pro** (CDU Kievit) von Michael Abbink und Paul van der Laan. 3 Schriftschnitte (Book, Bold und Black) decken alle Funktionen von der Gestaltung einer Visitenkarte bis zum Großposter ab.

Schriften prägen neben Bild, Layout und Farbe maßgeblich den gestalterischen Gesamteindruck. Für eine konsistente und einheitliche Gestaltung ist daher die Verwendung festgelegter Schriftarten notwendig. Aus diesem Grund zählt auch die Schrift zu den Basiselementen des Erscheinungsbildes.

Die FF Kievit wurde von der CDU erstmals für den Bundestagswahlkampf 2005 verwendet. Man wollte damals eine moderne eigenständige gut lesbare Schrift verwenden. Sie löste die Franklin Gothic als Hausschrift der CDU ab.

Die Schriftart zeichnet sich durch Klarheit, Prägnanz und optimale Lesbarkeit aus. Sie ermöglicht den problemlosen Einsatz über alle Medien hinweg und gewährleistet einen modernen und zeitgemäßen Auftritt der Hamburger CDU.



Download Fonts

Link: [www.cduhamburg.de/downloads](http://www.cduhamburg.de/downloads)

## Kievit Book

Mengentext

Buchstaben

A	B	C	D	E	F
G	H	I	J	K	L
M	N	O	P	Q	R
S	T	U	V	W	X

Ziffern

1	2	3	4	5
6	7	8	9	0

## Kievit Bold

Überschriften

Buchstaben

<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>
<b>G</b>	<b>H</b>	<b>I</b>	<b>J</b>	<b>K</b>	<b>L</b>
<b>M</b>	<b>N</b>	<b>O</b>	<b>P</b>	<b>Q</b>	<b>R</b>
<b>S</b>	<b>T</b>	<b>U</b>	<b>V</b>	<b>W</b>	<b>X</b>

Ziffern

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>0</b>

## Kievit Black

Titel

Buchstaben

<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>
<b>G</b>	<b>H</b>	<b>I</b>	<b>J</b>	<b>K</b>	<b>L</b>
<b>M</b>	<b>N</b>	<b>O</b>	<b>P</b>	<b>Q</b>	<b>R</b>
<b>S</b>	<b>T</b>	<b>U</b>	<b>V</b>	<b>W</b>	<b>X</b>

Ziffern

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>0</b>



# Print

## Briefkopf

Der Briefbogen und Satzspiegel ist nach den Normen DIN 676 und DIN 5008 entwickelt.

Anwendung:

Die inhaltliche Gestaltung des Brieffußes, Briefkopfes und Empfängerangaben ist variabel und wird den Gegebenheiten der jeweiligen Organisationseinheit angepasst.

### Parameter

Dimension:

DIN A4

297 x 210 mm

Papiergewicht:

Recyclingpapier mit 80er

Weiß

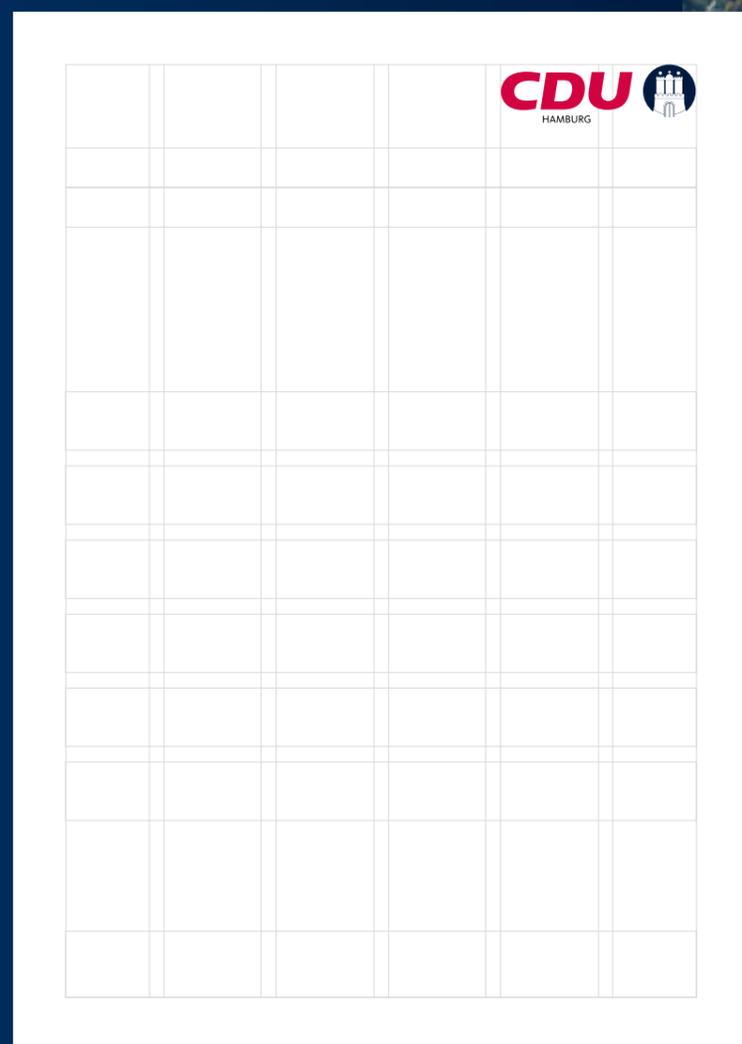
Druck:

4C CYMK, 1 mm Anschnitt

## Geschäfts- ausstattung

Briefbogen, Visitenkarten, Einladungen und Briefumschläge kommen im Corporate Design wichtige Rollen zu, denn sie gelangen in die Hände vieler unterschiedlicher Menschen. Moderne Kommunikation zeichnet sich deshalb durch Transparenz, Dialogbereitschaft und Glaubwürdigkeit aus.

Durch das gemeinsame, einheitliche Design der Geschäftsausstattung tritt die CDU Hamburg visuell geschlossen auf. In das Design der Geschäftsausstattung sind auch „nicht gestalterische“ Maßnahmen eingeflossen, wie etwa DIN- Normen.



## Visitenkarten

Die Gestaltung aller Visitenkarten basiert auf vier Gestaltungszonen: Zone A trägt das kompakte Logo, Zone B trägt Namen und Funktion, Zone C trägt Institution und Adresse. Zone D schließt mit Telefon, Mobilfunknummer und E-Mail ab.

Dimension:

55 mm x 85 mm

Papiergewicht:

350 g Offset weiß

Druck:

4C CYMK, 1 mm Anschnitt

Vorderseite



Rückseite



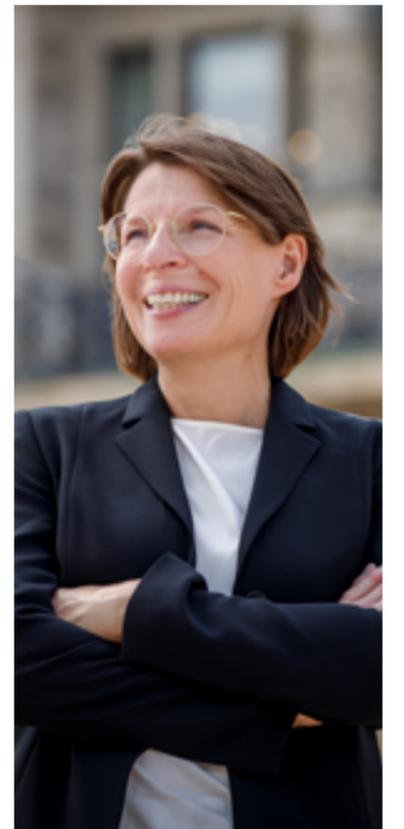
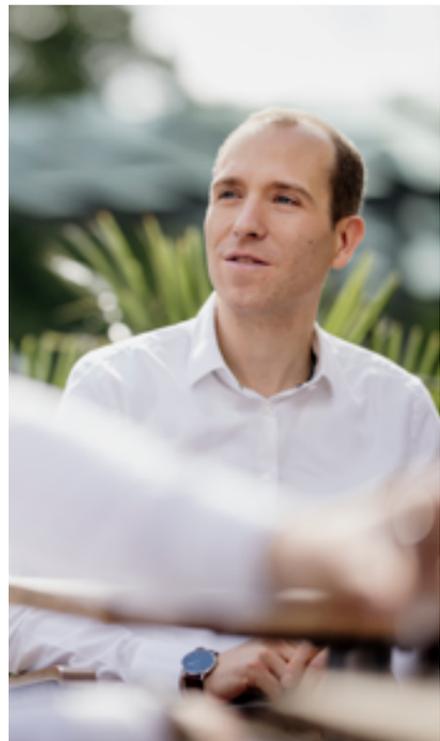
## Bildsprache

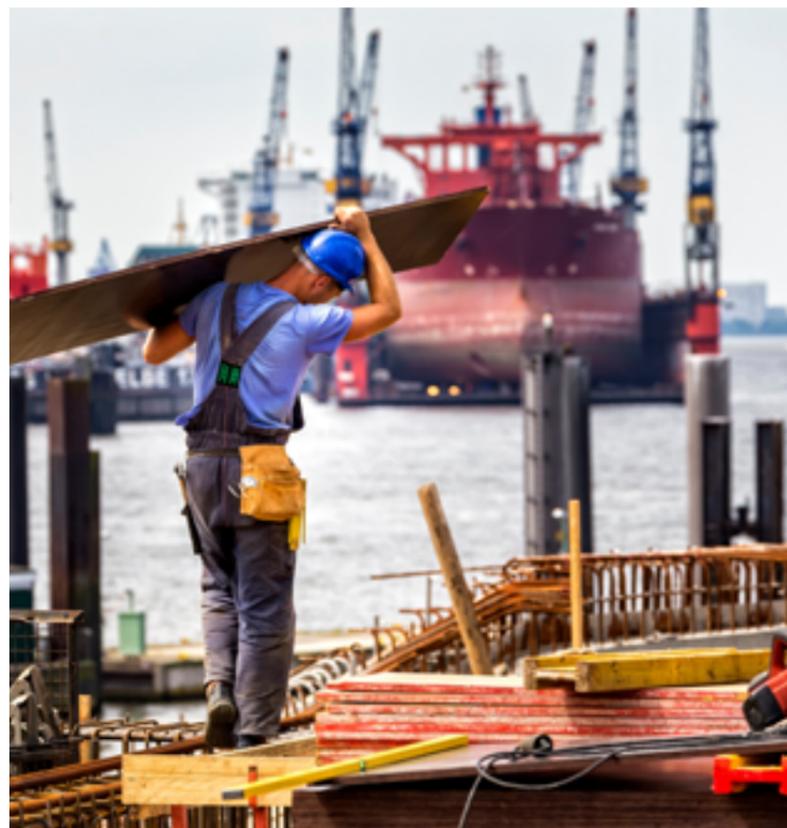
## Bildstil

Der authentische und realistische Bildstil der Hamburger CDU ist ein klares Erkennungsmerkmal des visuellen Auftritts. Daher sind die hier definierten Kriterien sowohl bei der Auswahl von Bildmaterial als auch bei Shootings zu berücksichtigen.

## Formale Kriterien

- Natürliche Lichtquellen sorgen dafür, dass Bilder authentisch und ungeschönt wirken.
- Farbgebung und Farbsättigung sind realistisch und natürlich. Starke oder schwache Farbsättigung ist zu vermeiden.
- Das Spiel mit Schärfe und Unschärfe wird gezielt genutzt, um Nähe zum Motiv bzw. zur Person herzustellen.
- Die Bilder wirken stets natürlich. Menschen werden in authentischen, ungestellten Situationen dargestellt und ihre Handlungen sind stets nachvollziehbar.
- Bildausschnitte und Anschnitte werden gezielt eingesetzt, um die Neugierde beim Betrachter zu wecken. Spannungsreiche Perspektiven kennzeichnen die Bilder.
- Der Fokus der Bilder ist deutlich und die dargestellten Situationen sind verständlich und klar. Die spannende Inszenierung lässt den Betrachter unmittelbar am Geschehen teilhaben.





## Bildstil

Die Bildsprache transportiert wie alle Elemente des Corporate Designs die Markenidentität. Das bedeutet, dass insbesondere dem Begriff „echt“ Rechnung getragen wird, indem die Motive idealerweise tatsächlich aus Hamburg stammen und die Protagonisten „echt“ sind, also keine gekauften Models, die eine Rolle spielen. Zusätzlich wohnt den Bildern eine nordische Farbigkeit inne, die sich im Rot-/Blau-/Grau-Bereich abspielt.

Die Bilder zeigen Menschen. Landschaft und Hintergrund werden auf den Bildern zum Gestaltungsraum der gezeigten Menschen, zum Rahmen für Handlung. Landschaft an sich ohne Bezug zum Menschen ist im Imagebereich nicht vorrangig auszuwählen. Dies gilt nicht für die Abbildung von Sehenswürdigkeiten und Wahrzeichen sowie in besonderen inhaltlichen Fällen.

Insgesamt wird für den Imagebereich (Titel, Anzeigen, Plakate, Poster, Einladungen, Slider im Header-Bereich der Websites u. ä.) festgelegt, dass die Bilder ebenso den Ansprüchen des Corporate-Designs entsprechen sollen, wie auch den Anforderungen an professionelle Fotografie. Weiterhin ist bei der Abbildung von Menschen im Sinne der Gleichberechtigung darauf zu achten, eine Durchmischung der Geschlechter zu gleichen Teilen darzustellen.

Die folgenden Bilder gelten als Beispiele für die Bildsprache.



# Infografiken

## Piktogramme

Ergänzend kann das Corporate Design auch Icons und/oder Piktogramme umfassen, um beispielsweise Inhalte und Abschnitte zu kennzeichnen. Sie gehören ebenfalls zur bewusst gestalteten Bildsprache und können zum einzigartigen visuellen Auftritt der Marke beitragen.

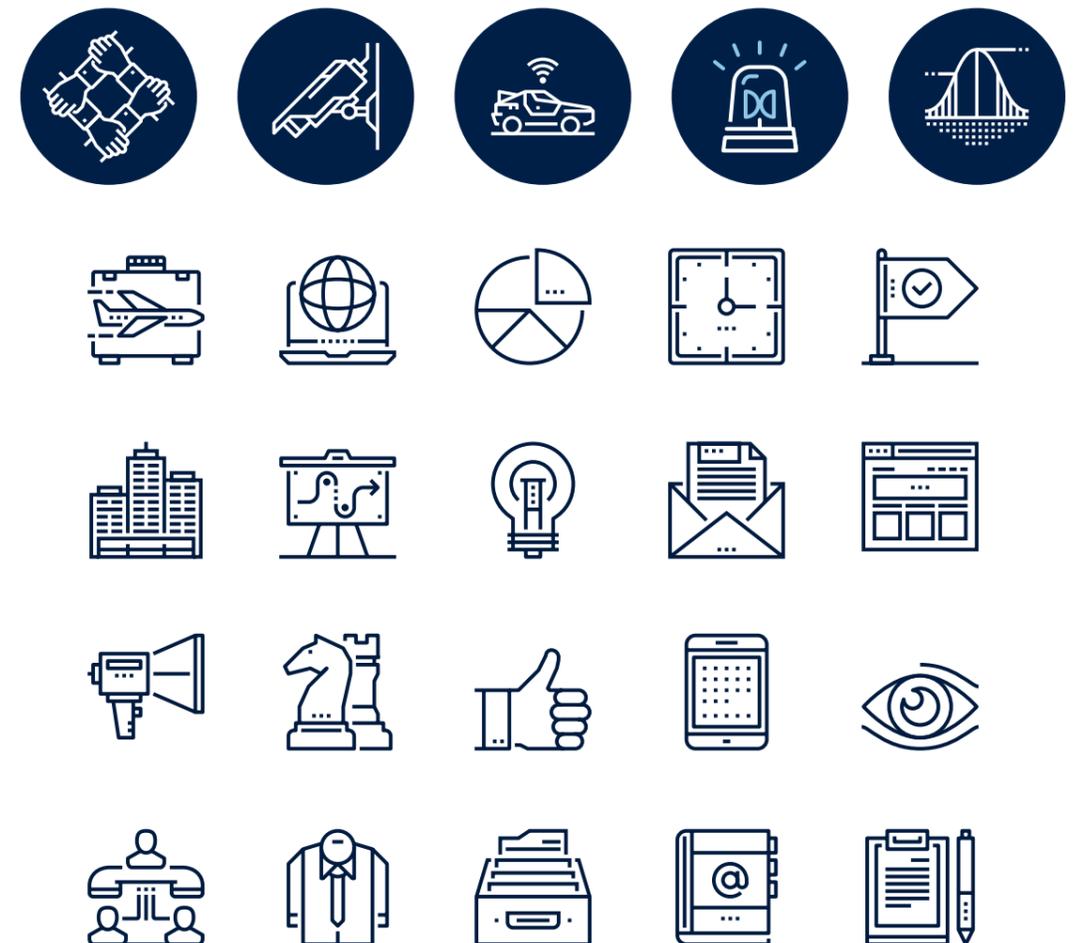
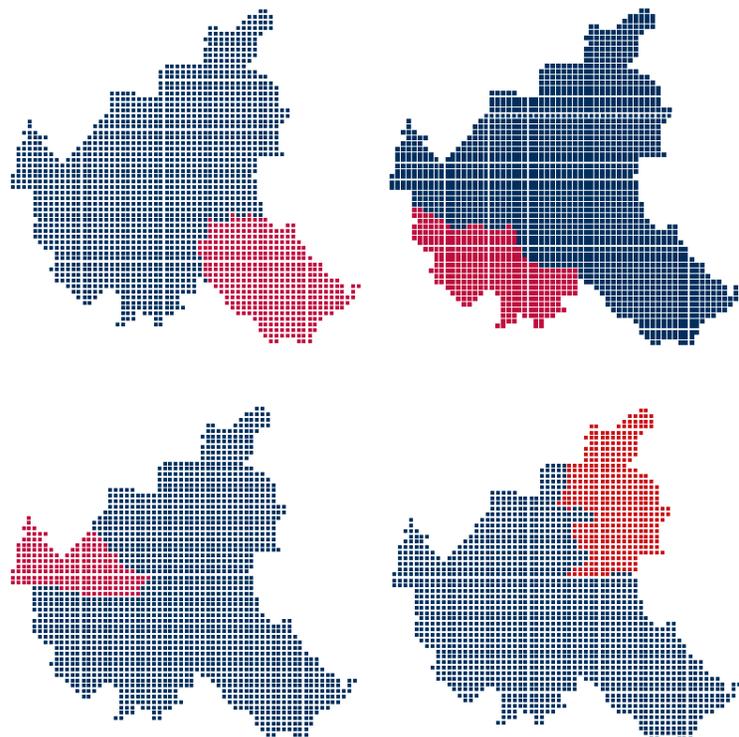
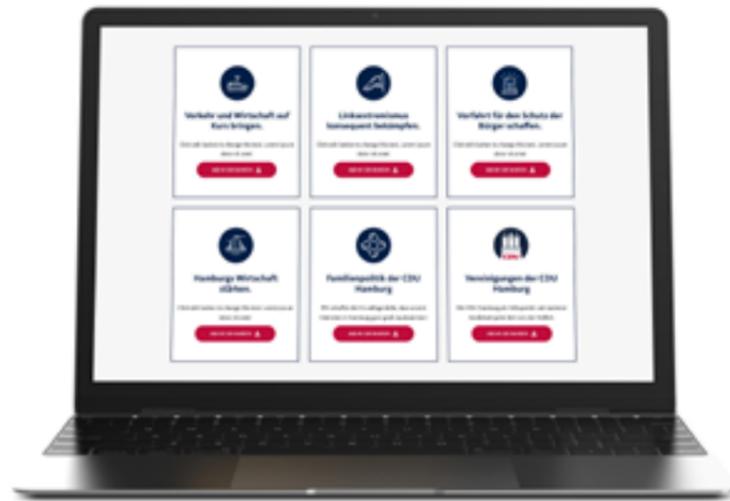
Der große Vorteil von Icons ist, dass durch die gezielte Gestaltung Botschaften für den Betrachter und die Betrachterin auf einen Blick identifiziert und eingeordnet werden können. Dabei sollte jedes Icon für sich stehen können und dennoch im Verband mit anderen Icons und den weiteren Teilen des Corporate Designs harmonisieren und zu einem einzigen markenspezifischen Erscheinungsbild beitragen.

Mithilfe von Icons können komplexe Zusammenhänge einfach erklärt und Inhalte strukturiert werden, sodass die Betrachter, auch ohne jedes Wort genau zu lesen, einen sofortigen Gesamtüberblick über die Inhalte bekommen.

Icons sind vor allem auf digitalen Plattformen und auf Websites, vielseitig einsetzbar, um platzsparend und sprachenunabhängig für Übersichtlichkeit zu sorgen und Inhalte zu transportieren.

Aber auch in Printprodukten helfen Sie dabei, Inhalte zu strukturieren und leichter erfassbar zu machen.

Im Unterschied zum Icon sind Piktogramme mit einer Aufforderung oder Anweisung verbunden.




[Download Iconset](http://www.cduhamburg.de/downloads)  
 Link: [www.cduhamburg.de/downloads](http://www.cduhamburg.de/downloads)

# Infografiken



## Diagramme

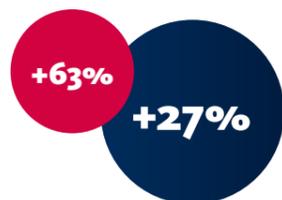
Infografiken vereinfachen die Vermittlung komplexer Sachverhalte und werden nach definierten Vorgaben erstellt.

Zahlen, Daten und Fakten so aufzubereiten, dass sie sofort für jedermann verständlich sind und nicht fehlinterpretiert werden, ist eine Kunst für sich. In der datenlastigen Welt von heute ist es erfolgsentscheidend, die Sprache von Bildern und Grafiken perfekt zu beherrschen, um sich schnell verständlich zu machen und Gesprächspartner zu überzeugen.

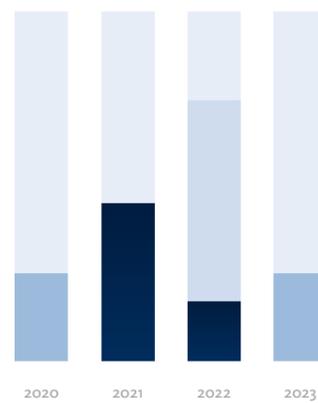
Diagramme



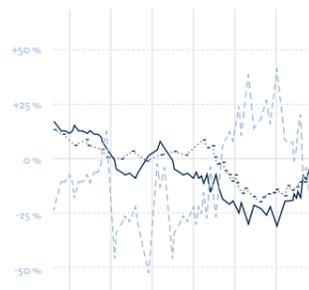
Vergleiche



Histogramm



Datenvisualisierung



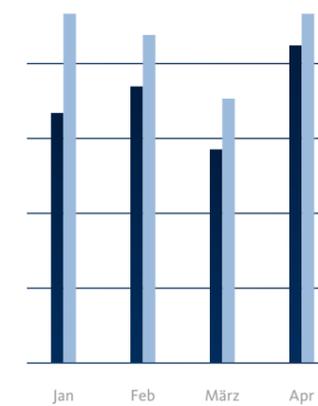
Tabellen

Ausgaben	2023
1. Beschreibung	22.00 €
2. Beschreibung	22.00 €
3. Beschreibung	22.00 €
4. Beschreibung	22.00 €
5. Beschreibung	22.00 €
Summe	110.00 €

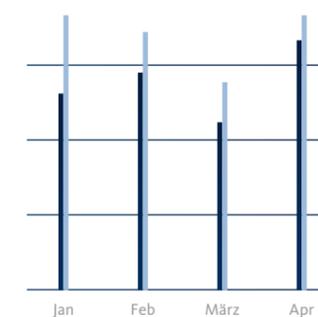
Liniendiagramm



Histogramm



Histogramm





Vielen  
Dank für  
Interesse.

[www.cduhamburg.de](http://www.cduhamburg.de)



## MARKEN HANDBUCH

2023

### Kontakt

Hamburger CDU:  
Ludwig-Erhard-Haus  
Leinpfad 74  
22299 Hamburg

Telefon/Fax:  
Empfang: 040 46854-800  
Fax: 040 46854-900

Online:  
[info@cduhamburg.de](mailto:info@cduhamburg.de)  
[www.cduhamburg.de](http://www.cduhamburg.de)  
[www.cduhamburg.de/downloads](http://www.cduhamburg.de/downloads)



Downloads

Link: [www.cduhamburg.de/downloads](http://www.cduhamburg.de/downloads)