

**Gestaltungssystematik
und Beispiele**

Styleguide

**Für alle, die den
Wecker stellen.**



Version 1.0
18. August 2026

FDP



Dieser Styleguide definiert die gestalterischen Grundlagen der FDP Schweiz. Er soll einen konsistenten, wiedererkennbaren und professionellen Auftritt über alle Kanäle und Organisationsebenen hinweg sicherstellen.

Der Styleguide dient zur Orientierung und als Arbeitshilfe. Er zeigt Prinzipien, Anwendungen und Beispiele, ersetzt aber nicht das gestalterische Denken im Einzelfall.

Da sich die Marke laufend weiterentwickelt, ist auch dieser Styleguide als lebendes Dokument zu verstehen. Inhalte werden ergänzt, präzisiert und bei Bedarf angepasst. Ziel ist ein praxisnahes Werkzeug, das kontinuierlich mit den Anforderungen der Partei mitwächst.

Logos, Grafiken und Vorlagen für Microsoft Office Office, InDesign und Video sowie der Styleguide sind frei zugänglich und downloadbar.



QR-Code zum
Kachelgenerator folgt.

Design in Überarbeitung
bis ca. Mitte September.

Kachelgenerator

Erstelle gratis Bilder
und Plakate und Flyer
im FDP-Design ohne
Grafikkenntnisse (vgl.
auch Seite 14).

Die neue FDP-Hauptfarbe ist Cyan. Eingesetzt wird die als flächige Hintergrundfarbe, teils als Balkenfarbe oder für Überschriften.

Die Sekundärfarbe ist Dunkelblau. Diese wird in erster Linie als Balkenfarbe Werbemittel genutzt, wenn die Hintergrundfarbe Cyan ist.

Magenta ist die Akzentfarbe und wird insbesondere bei Call-to-Action-Elementen eingesetzt. Also Elementen, die sich grafisch abheben und auffallen sollen.

Als Schriftfarbe nutzen wir weiss oder schwarz, sowohl in Text als auch in den Balken.



Cyan

HEX	#00A0E2
RGB	0, 160, 226
CMYK	100, 0, 0, 0



Dunkelblau

HEX	#074EA1
RGB	7, 78, 161
CMYK	96, 69, 0, 0



Magenta

HEX	#E6007D
RGB	230, 0, 125
CMYK	0, 100, 0, 0

Für die Profis

Die Farbwerte sind als ase-Felder verfügbar.

Für die Miliz

In allen Office-Dokumente und Onlineanwendungen wird der RGB-Farbraum verwendet.

Vermeintliche Farbfehler tauchen nur auf, wenn man durch Profis erstellte Werbemittel in z.B. PowerPoint nutzt. Das sind keine Fehler.

Für die Profis

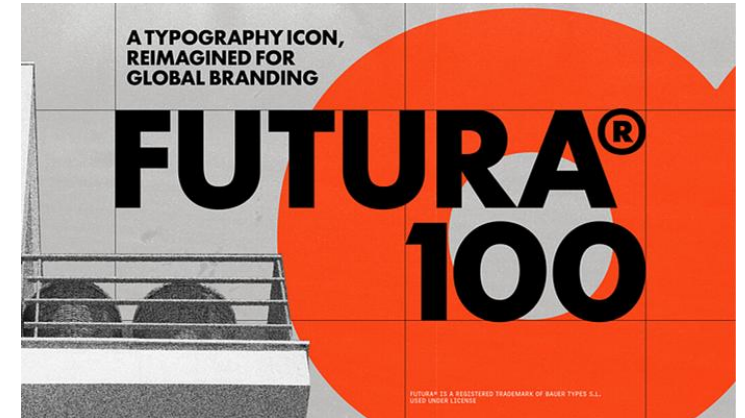
Für unsere Werbemittel nutzen wir **Futura 100**, eine Schrift aus der Adobe Creative Cloud. Welche Schriftschnitte in welchen Anwendungen zum Einsatz kommen, ist den jeweiligen InDesign-Templates zu entnehmen.

Für die Miliz

Wo die Lizenzierung oder das verwendete Tool den Einsatz von Futura 100 nicht zulässt, kommt die **lizenzfreie Googlefont Jost** zum Einsatz. Jost muss auf jedem Gerät installiert werden.

Jost nutzen wir in Microsoft-Office-Programmen sowie auf Webseiten oder in Applikationen wie Canva für Überschriften und Schlagzeilen.

Source Sans Pro kommt für Lauftexte in Webseiten zum Einsatz.



Schriftenfamilien «Jost»
herunterladen

Das Parteilogo ist der primäre Markenabsender. Es sorgt für einen klaren, starken Markenauftritt und steht im Zentrum der Kommunikation. Darum wird grundsätzlich das FDP-Logo ohne Zusatz verwendet (Ausnahmen vgl. Seite 7).

Das Logo wird je nach Hintergrund in Weiss oder Cyan eingesetzt. Beide Varianten sind gleichwertig und werden so gewählt, dass jederzeit eine optimale Lesbarkeit gewährleistet ist.

Die weisse Logovariante kommt auf Bildmaterial sowie auf vollflächigen cyanfarbenen Hintergründen, beispielsweise auf Typoplakaten, zum Einsatz.

Die cyanfarbene Logovariante eignet sich für weisse oder sehr helle Hintergründe und Bildbereiche, auf denen eine optimale Lesbarkeit und Markenwirkung gewährleistet ist.

Sollte dies aus technischen Gründen nicht möglich sein, kann ausnahmsweise auch auf die schwarze Logovariante zurückgegriffen werden.

FDP

Logo-Standardfarbe für alle Microsoft Office-Programme.



Logo-Standardfarbe für alle gedruckten Werbemittel (Plakate, Give-Away etc.).

Logo

Schriftzug als Logo-Zusatz

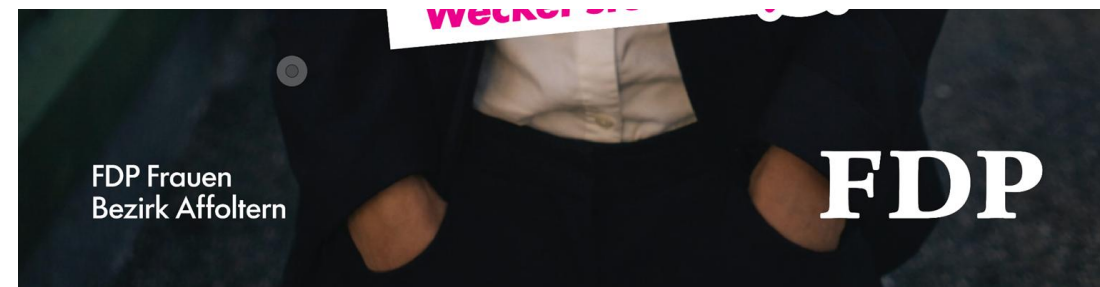
Logo-Zusätze von Kantonalparteien, Bezirken, Ortsektionen, Fachgruppen oder Vereinigungen dienen der organisatorischen Identifikation. Ist diese lokale Zuordnung erforderlich, erfolgt dies über einen schlichten Schriftzug (z.B. «FDP Stadt Bern» oder «FDP Frauen Bezirk Affoltern»).

Der Sektionszusatz erscheint als separates Textelement und schafft eine eindeutige Zuordnung, ohne die Hauptmarke zu konkurrieren oder ein zusätzliches Logo zu benötigen.

Diese Option wird für organisatorische Anwendungen der Partei verwendet (Briefschaften, Office-Vorlagen, E-Mail Signatur, Vereinsunterlagen etc.).

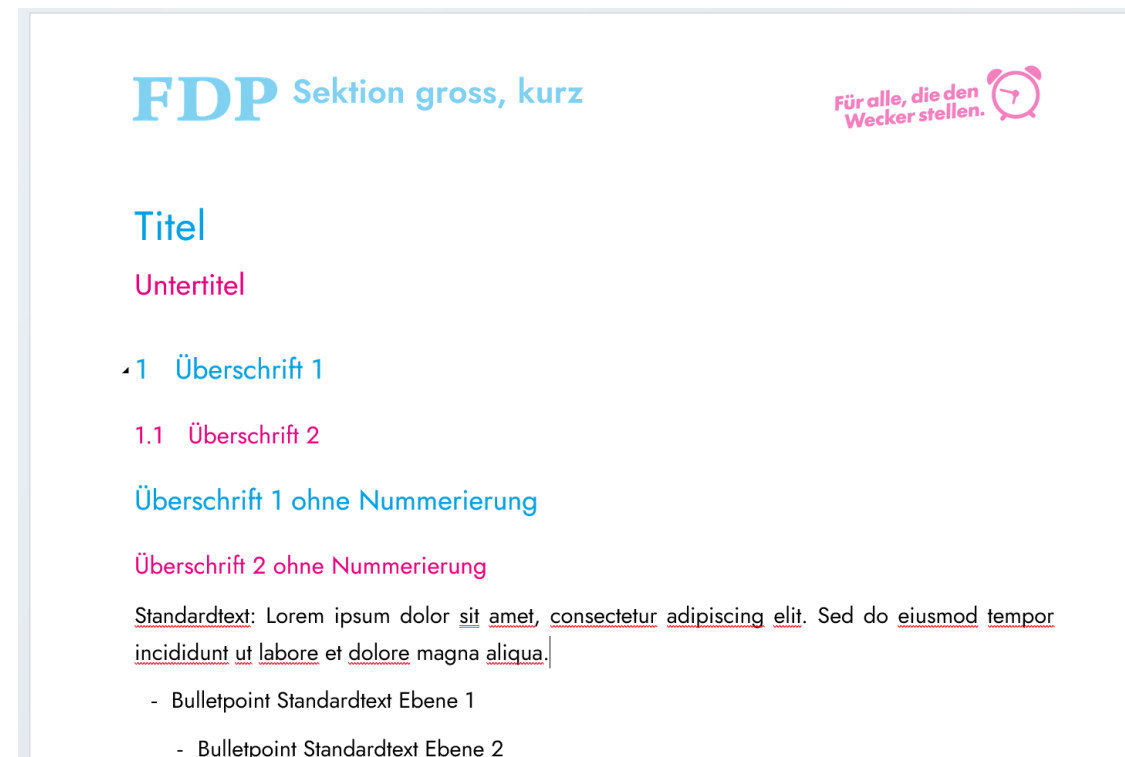
Sie dient aber auch zur Kennzeichnung lokaler Kampagnen.

FDP



Kommunales Wahlplakat

Office-Dokument einer Sektion



Logo

Schriftzug als Logo-Zusatz

Der Sektionszusatz kennzeichnet eine organisatorische Einheit innerhalb der FDP. Der schlichte Schriftzug ermöglicht eine eindeutige Zuordnung.

Farbliche Mischvarianten sind verboten. Entweder ist sowohl das Logo sowie der Schriftzug Cyan oder beide Elemente in Weiss.

Der Schriftzug des Sektionszusatzes kann in Bezug auf Komposition und Grösse variieren. Ob die horizontale oder vertikale Variante verwendet wird, richtet sich nach dem Layout. Grundsätzlich ist die Standardgrösse zu wählen. Wird die Schriftgrösse des Sektionszusatzes kleiner als 7 pt, ist die Kleinversion einzusetzen.

FDP

FDP

Standardgrösse

Frauen
Bezirk Affoltern

Alternative Anordnung

FDP Frauen
Bezirk Affoltern

FDP Frauen
Bezirk Affoltern

FDP
Frauen Bezirk Affoltern

FDP
Frauen
Bezirk Affoltern



FDP Parteilogo



FDP Parteilogo + Schriftzusatz Sektion



FDP Sektionslogo

FDP

Proportionen des Logos
verändern

autem viti ulligenit destrum
quam undam, autendit, even-
des tiberiae consequ

FDP

Schutzzone

Schutzzone ignorieren

FDP
Die Liberalen

Unautorisierte Zusätze

FDP

Einfärben

FDP

Effekte jeglicher Art

FDP

Bildfüllungen jeglicher Art

* Gilt für Partei-
sowie Logo-Zusatz



Anwenden mit Transparenz



Hellblaues Logo auf dunklem
Bildmaterial



Weisses Logo auf zu hellem
Bildmaterial

Die FDP macht Politik für alle Menschen, die den Wecker stellen. Alle, die im Beruf anpacken, sich um Kinder kümmern oder Freiwilligenarbeit leisten, verdienen mehr Wertschätzung, bessere Rahmenbedingungen und sollen am Abend mehr im Portemonnaie haben. Kurz gesagt lautet unser Narrativ: Für alle, die den Wecker stellen.

Neben dem FDP-Logo wird dieses Narrativ als Call-to-Action wo immer möglich und sinnvoll eingesetzt. Es wird ausschliesslich mit der Akzentfarbe Magenta und auf weissen Hintergrund eingesetzt.

Bei mehrsprachigen Werbemitteln oder mehrsprachigen Briefen muss der Call-to-Action sinnvollerweise ohne Text verwendet werden.

**Für alle, die den
Wecker stellen.**



Office

**Für alle, die den
Wecker stellen.**



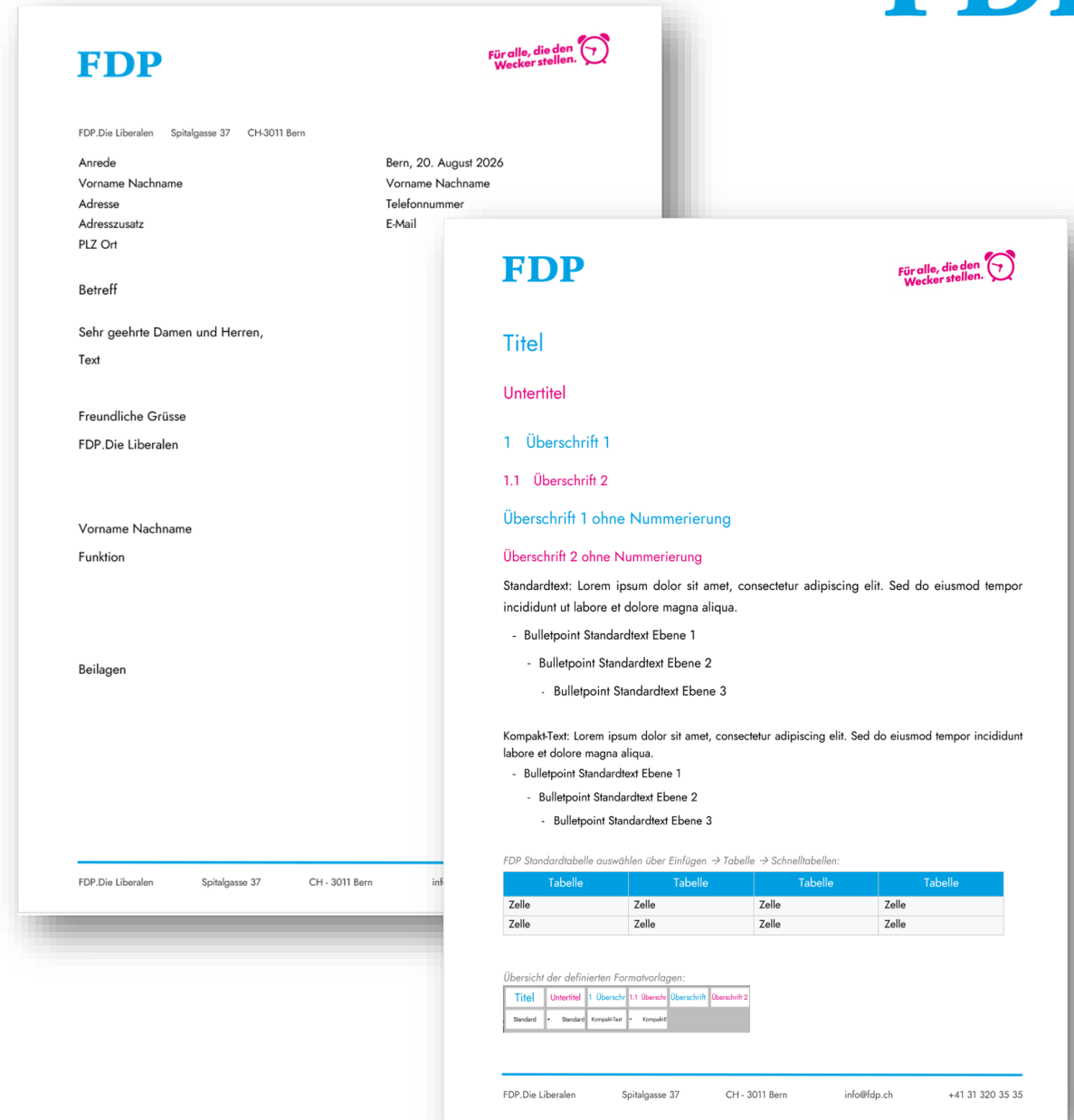
FDP

Die Anzahl der Vorlagen wurde reduziert.

Die neuen Vorlagen enthalten die Schriftart Jost, das Doppelhandling mit den zwei Schriftarten fällt weg, es gibt nur noch einen Vorlagentyp pro Anwendungsfall.

Strukturiert und abgelegt sind die Vorlagen:

- Brief
- Konzept
- Rechnung (folgt)
- PowerPoint



Die PowerPoint-Vorlage gibt es in der Schriftart **Jost** und in der Schriftart **Arial**.

Zur Auswahl stehen verschiedene Titelbild-Layouts und Textseiten.

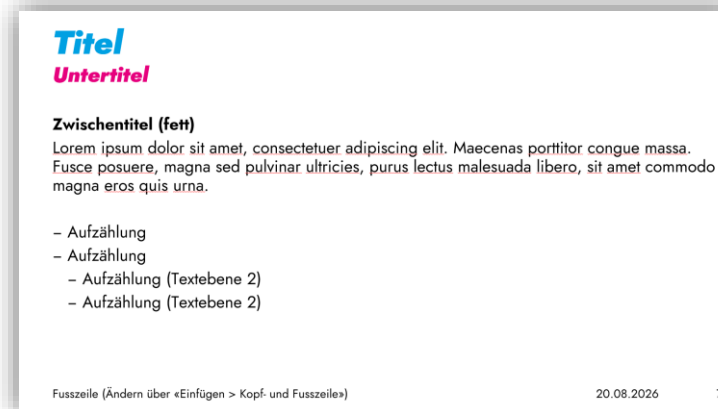
In der Vorlage vorgesehen ist zudem der Wahlkampffilm (YouTube eingebettet; Internetverbindung nötig).



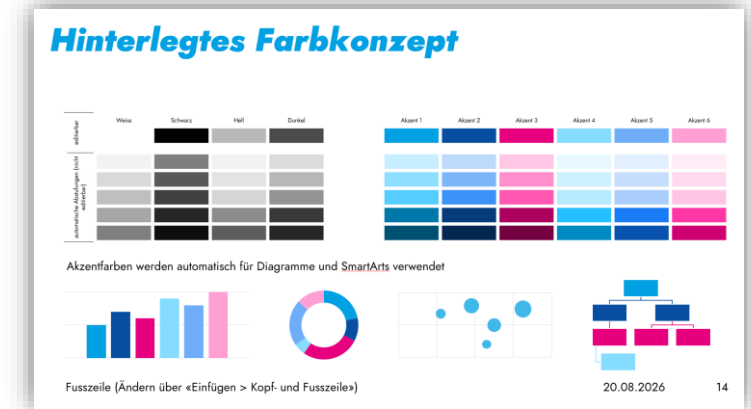
Titelbildvariante mit Doppellogo DE/FR



Titelbildvariante analog dem Plakatstil



Standardseite



Mehrere Designelemente sind hinterlegt oder als Beispielseite zum kopieren verfügbar

Kachelgenerator

Für alle, die den
Wecker stellen.



FDP

Mit dem FDP-Kachelgenerator können alle selbständig einfache Bilder, Plakate und Flyer selbständig zu Hause gestalten. Die Vorteile:

- ✓ keine Grafikenkenntnisse erforderlich
- ✓ keine teuren Programme notwendig: Web-Applikation
- ✓ komplett gratis nutzbar: alle Nutzungsrechte inklusive
- ✓ alle können selbständig einen Login erstellen

Vorhanden sind Vorlagen für Social-Media, Personen-Plakate (F4) und einfache Flyer (A5).

QR-Code zum
Kachelgenerator folgt.

Design in Überarbeitung
bis ca. Mitte September.

Bis zum 31. Dezember
bleiben auch alle
Vorlagen im bisherigen
Design nutzbar.

Canva

**Für alle, die den
Wecker stellen.**



FDP

Canva Milizvorlage

Canva ist eine Webplattform, um ohne Grafikprogramm digitale Produkte zu erstellen. Wir stellen verschiedene Vorlagen zur Verfügung gestellt.

Digitale Inhalte können so ganz einfach erstellt werden. Bitte kopiert die Vorlage zuerst und erstellt dann euren eigenen Inhalt.

Alle technischen Angaben sind direkt in den einzelnen Dateien zu finden. Die Vorlage sind direkt in Canva leicht an andere Formate anpassbar.

Wir bieten unter anderem an:

- Verschiedene Vorlagen für soziale Medien (4:5 Bildkarussell mit Titelbild, 4:5 Zitatebeitrag)
- Miliz-Versionen der Kandidatenplakate / Typoplakate (4:5, vgl. S. 22 für visuelle Beispiele)
- Miliz-Versionen der Flyer mit verschiedenen Elementvarianten (4:5, vgl. S. 22 für visuelle Beispiele)

FDP



Für Profis

InDesign

**Für alle, die den
Wecker stellen.**



FDP

Die Templates werden in einem Mutterlitho-Format ausgegeben und können von der Produktion in den entsprechenden Skalierungen (siehe rechts) für F12, F4 und F200 eingesetzt werden. Dies muss nicht zwingend durch die Grafik angepasst werden, sondern kann von der Produktion übernommen werden.



Toolbox zum
Corporate Desing
FDP-Vorlagen

F12 > 47 x 22,4 cm (analog Template)

- ***Endformat: 268,5 x 128 cm***
- ***Vergrößerungsfaktor: 5,714 (571,4 %)***

F200 L/LR > 24,5 x 35 cm (analog Template)

- ***F200 Endformat: 119 x 170 cm***
- ***Vergrößerungsfaktor: 4,857 (485,7 %)***

aus F200 adaptierbar:

F4 > 24,5 x 35 cm (analog F200-Template)

- ***F4 Endformat: 89,5 x 128***
- ***Vergrößerungsfaktor: 3,657 (365,7 %)***

Adaptions-Anleitung

Personenplakat

Vermassung Layout:

- Die Grösse des FDP-Logos ist fix, davon leitet sich die Vermassung des Dokuments ab.
- Die Höhe des FDP-Logos entspricht einem «X».
- Der Randabstand aller Elemente (Satzspiegel) beträgt 1x «X».
- Der Abstand zwischen dem Namen und dem Wecker-Element beträgt 1/2 X und wird falls möglich jeweils am Abschluss gesetzt. Optional kann dieses auch zentriert gesetzt werden (bei Slogans oder langen Namen). Dann gilt der Abstand von 2/3 X.

Typo:

- Für jedes Textelement gibt es ein definiertes Absatzformat.
- Es werden nur die Schriftschnitte Bold Oblique und Bold verwendet. Sonderzeichen sind in der Glyphen-Palette zu finden wie zB das Apostroph oder Ligaturen (SCHRIFT > GLYPHEN).
- Der Name der Person bleibt falls möglich zweizeilig, es wird je nach Länge des Namens das Absatzformat.
«01 | Person H1» oder «01 | Person H2» verwendet.
- In Ausnahmefällen darf die Grösse des Namens individuell angepasst werden, dafür wird das ganze Textfeld proportional angepasst. Siehe Slide 18 für individuelle Anpassungen.
- Dasselbe gilt generell für Headlines: **Ober- und Unterlängen sollten sich nicht überlappen.** Nach Möglichkeit sollte das über einen angepassten Umbruch gelöst werden, und nur wenn es nicht anders geht, über einen entsprechend grösseren Zeilenabstand.



Vermassung Layout:

- Die Grösse des FDP-Logos ist fix, davon leitet sich die Vermassung des Dokuments ab.
- Die Höhe des FDP Logos entspricht einem «X».
- Der Randabstand aller Elemente (Satzspiegel) beträgt $1 \times \text{«X»}$.
- Der Abstand zwischen der Headline und dem Wecker Element beträgt $\frac{3}{4} X$ und wird wenn möglich jeweils am Abschluss gesetzt.
- Die Headline und das Wecker-Element werden optisch vertikal eingemittet.
- Das FDP-Logo wird grundsätzlich unten horizontal-mittig platziert.

Typo:

- Für jedes Textelement gibt es ein definiertes Absatzformat
- Es wird nur der Schriftschnitt Bold Oblique verwendet. Sonderzeichen sind in der Glyphen-Palette zu finden wie z.B. das Apostroph oder Ligaturen (SCHRIFT > GLYPHEN)
- Es wird je nach Länge der Headline das Absatzformat «01 | Slogan H1», «01 | Slogan H2» oder «01 | Slogan H3» verwendet
- In Ausnahmefällen darf die Grösse der Headline individuell angepasst werden, dafür wird das ganze Textfeld proportional angepasst. Siehe Slide für individuelle Anpassungen.
- Dasselbe gilt generell für Headlines: **Ober- und Unterlängen sollten sich nicht überlappen**. Nach Möglichkeit sollte das über einen angepassten Umbruch gelöst werden, und nur wenn es nicht anders geht, über einen entsprechend grösseren Zeilenabstand.



Die Flyervorlagen sehen verschiedene Elemente Gestaltungsvarianten vor.

Bereitgestellt sind A5 Hochformat und A5 Querformat.



Für die Profis / Grafiker

Für Videoproduktionen existieren mehrsprachige Vorlagen in Hoch- und Querformat (9:16 und 16:9) als Motion Graphics Templates (MOGRT für Premiere Pro) oder After Effects Projekt. Die Vorlagen umfassen Bauchbinden (Personen) und Abbinder.

Alle Vorlagen sind in der Toolbox unter Video Motion Graphics downloadbar.



Grundsatz:

Das Layout baut sich jeweils von unten ab Logo-Schutzzone auf.

Grundsätzlich gelten die definierten Abstände auf der Ebene «Raster». In Sonderfällen gilt eine harmonische Ausrichtung zu wählen und die Logo-Schutzzone ist zu berücksichtigen.

Bei sehr langen Namen oder Slogans kann die Typo-Grösse angepasst werden. Die Balken und Zeilenabstände sollten nach folgenden Faktoren korrigiert werden:

- Zeilenabstand jeweils 95% von der gewählten Schriftgrösse
- Linie darüber jeweils auf 85% der gewählten Schriftgrösse

Fotostil

Für alle, die den
Wecker stellen.



FDP

«Morgenstund»

Die Portraits greifen die Morgenstimmung auf und übersetzen das Aufstehen visuell in das Leitmotiv der Kampagne. «Für alle, die den Wecker stellen» wird so auch atmosphärisch erlebbar.

Weiches Licht, ruhige Farbigkeit und direkter Blickkontakt schaffen Nähe und Authentizität. Die Personen wirken nicht inszeniert, sondern wie Menschen mitten im Alltag – genau dort, wo politische Entscheidungen Wirkung entfalten.



Technische Umsetzung

Die Portraits entstehen vorzugsweise gegen die aufgehende Sonne und nutzen das natürliche Morgenlicht als atmosphärisches Element. Eine offene Blende sorgt für eine weiche Tiefenwirkung und trennt die Person subtil vom Hintergrund. Das Gegenlicht wird durch ein sanftes, von vorne gebounces Aufhelllicht ergänzt, um natürliche Hauttöne und einen direkten Blickkontakt zu gewährleisten. Fotografiert wird mit einer eher kurzen Brennweite von etwa 35 mm, um Nähe zu schaffen und die Menschen authentisch in ihrem Umfeld zu zeigen, ohne die Bildwirkung zu komprimieren.



Das Unternehmen betterportrait ist spezialisiert auf die Erstellung von standardisierten Mitarbeiterfotos auf der Basis von individuellen Handybildern.

betterportrait erstellt für die FDP im Moment eine Erweiterung dieser Software. Kandidierenden sollen auf einfache, automatisierte Weise den gewünschten Morgenstund-Lichteffect erstellen für ihre Fotos erstellen können und zwischen verschiedenen Hintergründen auswählen können.

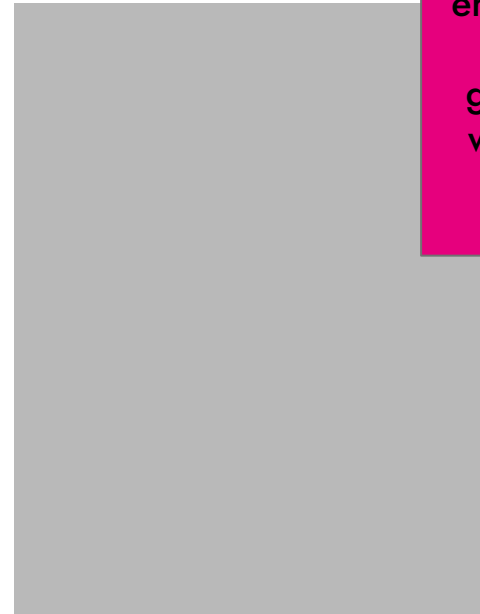
Skizzierter Prozess

1. Upload von ca. 15 Handybildern durch Kandidierende
2. Auswahl eines Hintergrunds
3. Software erstellt automatisiert eine Fotoauswahl, aus der dann das gewünschte Bild gewählt werden kann
4. Kandidat kann das Portraitfoto in Druckqualität downloaden

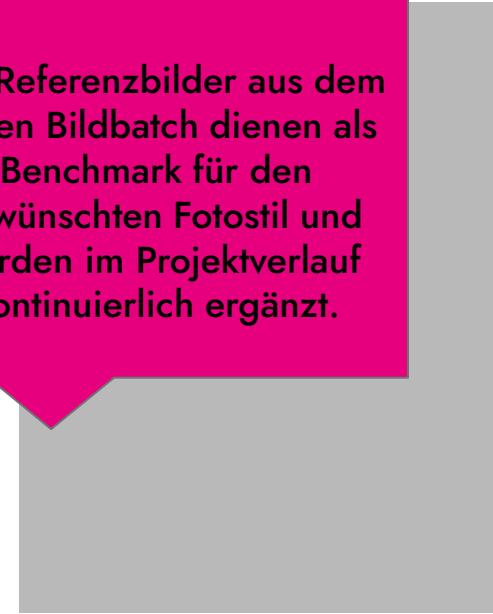
**Update folgt ca. Ende
August**

Die Software-Erweiterung ist
in Entwicklung.

Referenzen



Die Referenzbilder aus dem ersten Bildbatch dienen als Benchmark für den gewünschten Fotostil und werden im Projektverlauf kontinuierlich ergänzt.



Die generative künstliche Intelligenz (KI) bietet neue Möglichkeiten, automatisiert Text, Ton, Bilder und Videos zu generieren – einfach, rasch, in grosser Menge und in immer besserer Qualität.

KI ist eine Chance, birgt aber auch Gefahren. Der Missbrauch von KI für Deepfakes oder gefälschte Social Media Posts kann Menschen oder Organisationen massiv schaden.

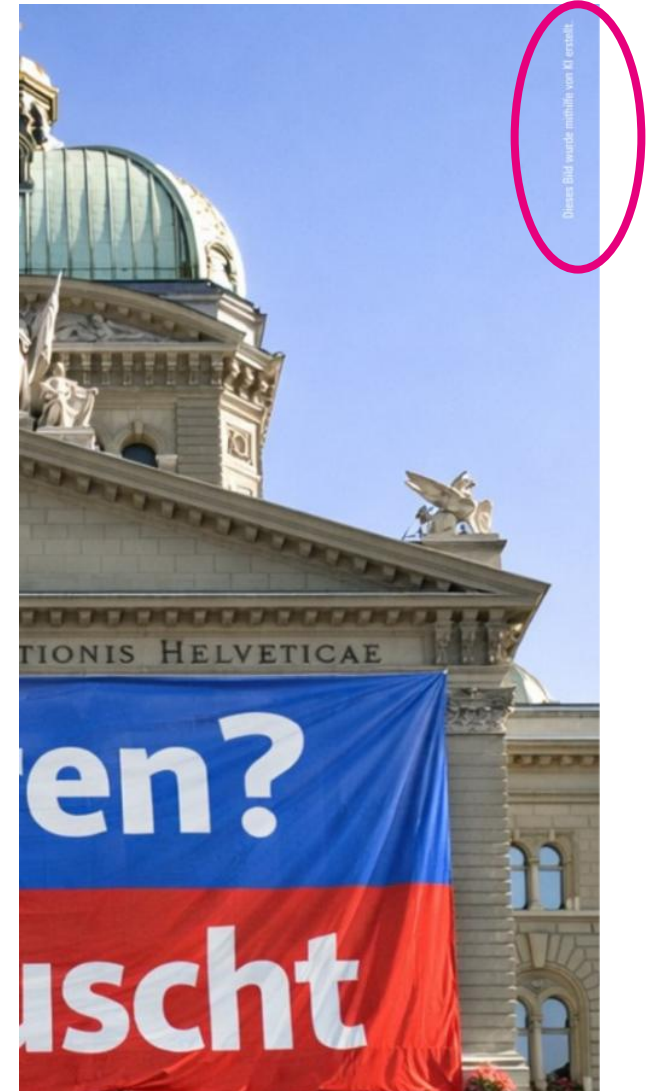
Selbstverpflichtung der FDP Schweiz (Generalsekretariat)

Die FDP Schweiz verpflichtet eine absichtliche Täuschung der Öffentlichkeit mithilfe von KI zu verhindern, damit nicht das Vertrauen in die Demokratie untergraben wird.

Zu diesem Zweck hält sich die FDP in der politischen Kommunikation an die folgenden beiden Grundsätze:

- Wir deklarieren die Urheberschaft von KI bei der Erstellung von auditiven und / oder visuellen Kampagnenelementen.
- Wir nutzen keine KI-erzeugten audiovisuellen Inhalte mit der Absicht die Öffentlichkeit zu täuschen, indem sie Akteurinnen und Akteuren der Parteien falsche Tatsachen oder Aussagen unterstellen.

Diese Selbstverpflichtung gilt für das Generalsekretariat. Der Vorstand der FDP Schweiz bittet jedoch alle Sektionen darum, diese Grundsätze ebenfalls anzuwenden.



Die FDP. Die Liberalen Schweiz (Generalsekretariat) besitzt die vollständigen Nutzungsrechte des Corporate Designs. Alle Nutzerinnen (Sektionen, Agenturen) können die Vorlagen ohne Einschränkungen nutzen.

Grafikelemente (bsp. Wecker-Element) und Produkte, die vom Generalsekretariat oder den Agenturen über Adobe Creative Cloud erstellt werden können von allen Nutzerinnen und Nutzern frei verwendet werden*. Auf unseren Beispielfall mit dem Wecker-Element übertragen: Dies ist keine «Font Software», sondern ein fertiges Bild. Die lokalen Parteien oder Dienstleister, die keine Creative Cloud haben, nutzen also nicht in dem Sinne die lizenzpflichtige Schrift, sondern nur ein Bild, in dem Buchstabenformen «eingefroren» sind.

Achtung: Achten Sie bei der Verwendung von eigenen Personen- oder Landschaftsbildern stets auf die Nutzungsrechte. Die Künstliche Intelligenz bietet eine günstige Alternative lizenzfreie Bilder zu erstellen.

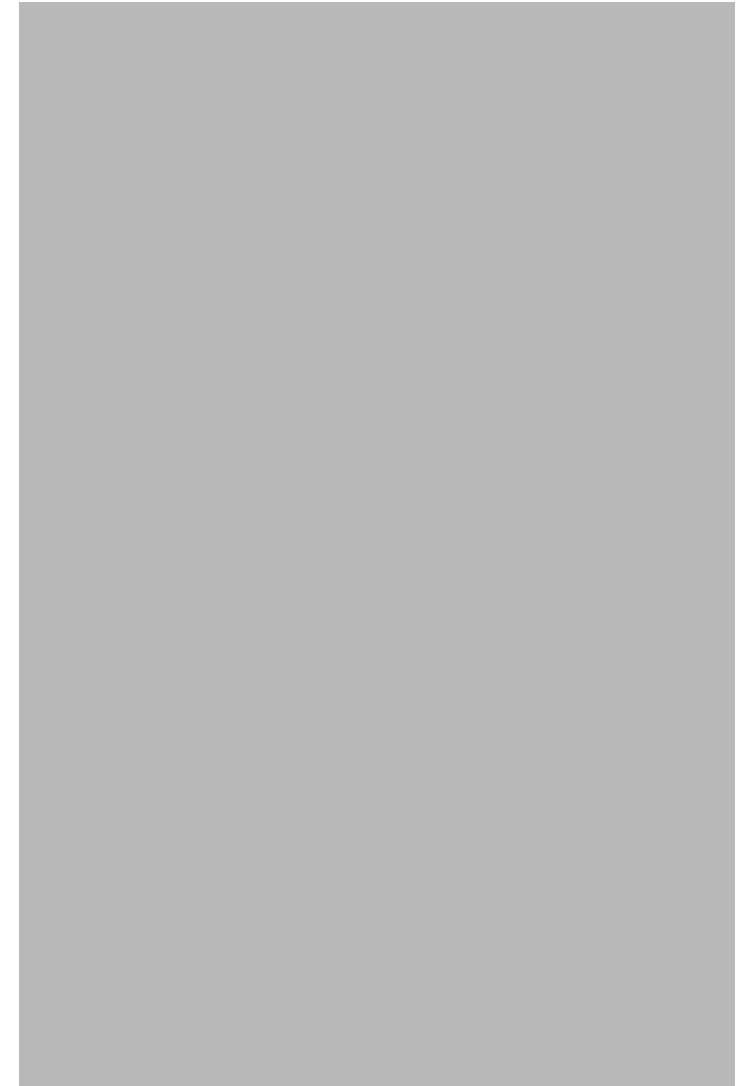
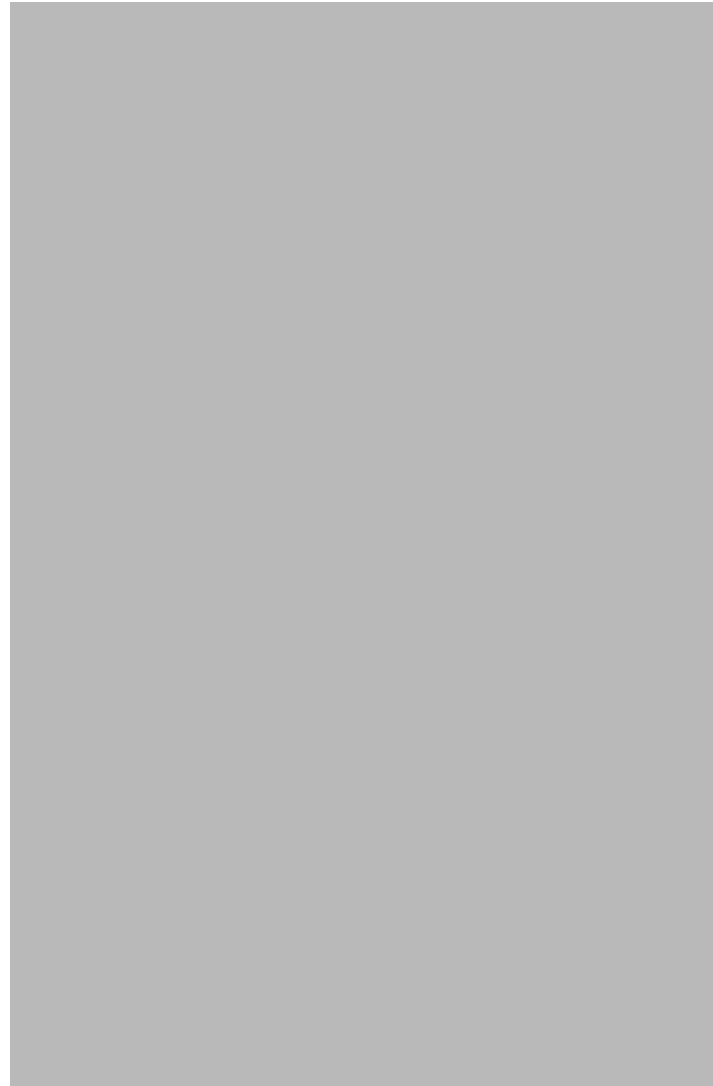
** Adobe sagt dazu in seinen offiziellen Font-Lizenz-FAQ explizit: Wenn du jemandem eine Grafik oder ein Dokument mit rasterisierten bzw. eingebetteten Schriftdateien gibst (bspw. PDF, JPEG, PNG), braucht diese Person keine eigene Schriftlizenz. Nur wenn sie das Design bearbeiten und dabei selbst Zugriff auf die Schrift(-datei) haben muss, braucht sie eine eigene Lizenz.*

Beispiele

Für alle, die den
Wecker stellen.



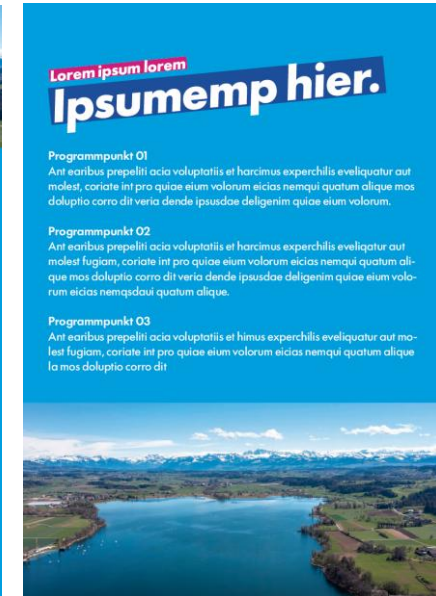
FDP



Best Practices

Flyer A5 hoch

FDP





Anmerkung:
Wenn möglich mit einem „Morgenstund“ Bild als Foto arbeiten.







