

CDU

CDU

CD Basics

Stand Juli 2021

Inhalt

CD Basics Übersicht

1. Logo

- 1.1 Logovarianten
- 1.2 Logoeinsatz und -größe
- 1.3 Logoschutzzone

2. Farben

- 2.1 Farbwerte Primär- und Sekundärfarben
- 2.2 Farbgewichtung und -einsatz
- 2.3 Farbwerte Illustrationsfarben
- 2.4 Farbwerte Ambientfarben

3. Typografie

- 3.1 Schrifteinsatz
- 3.2 Schriftspezifikationen
- 3.3 Text hervorhebungen
- 3.4 Textplatzierung

4. Designprinzip

- 4.1 Unionkreis
- 4.2 Aufbau Basiskreis
- 4.3 Produktionsbedingte Farbreduktion
- 4.4 Anschnittprinzip
- 4.5 Proportionen
- 4.6 Farbgewichtung

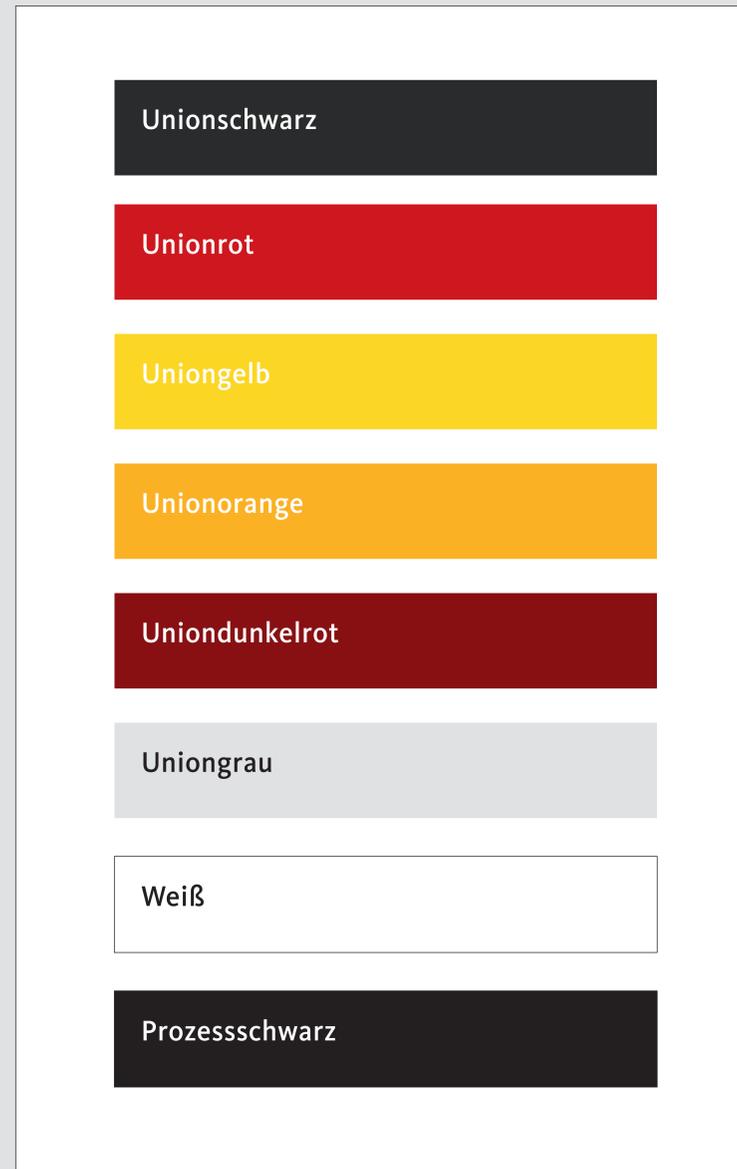
5. Anwendungsbeispiele

CD Basics Übersicht

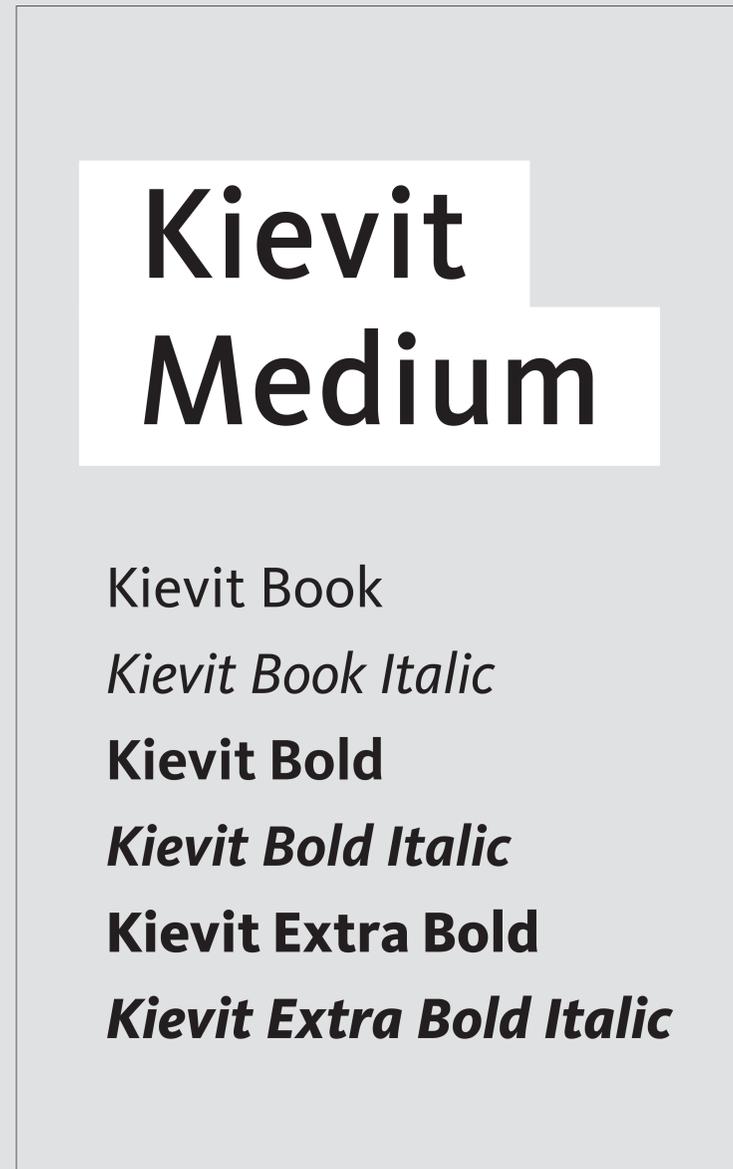
Die CD Basics sind die grundlegenden Bestandteile des Corporate Designs der CDU Deutschlands.



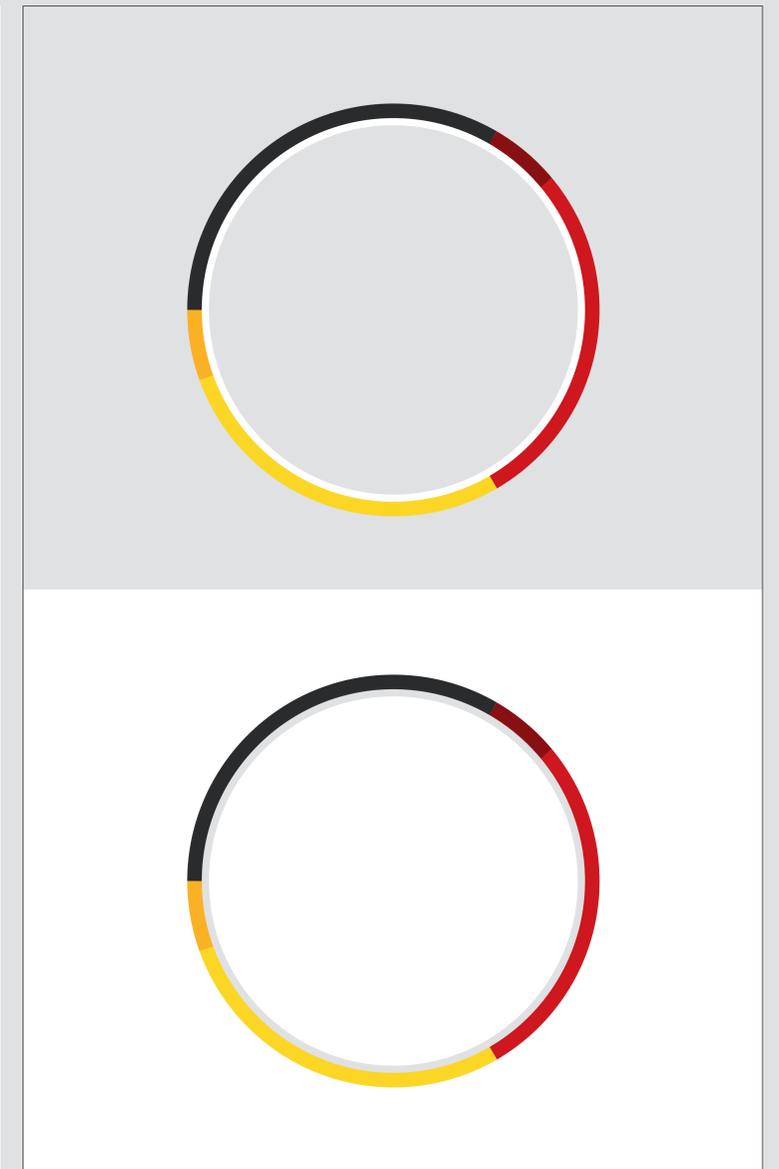
Logo



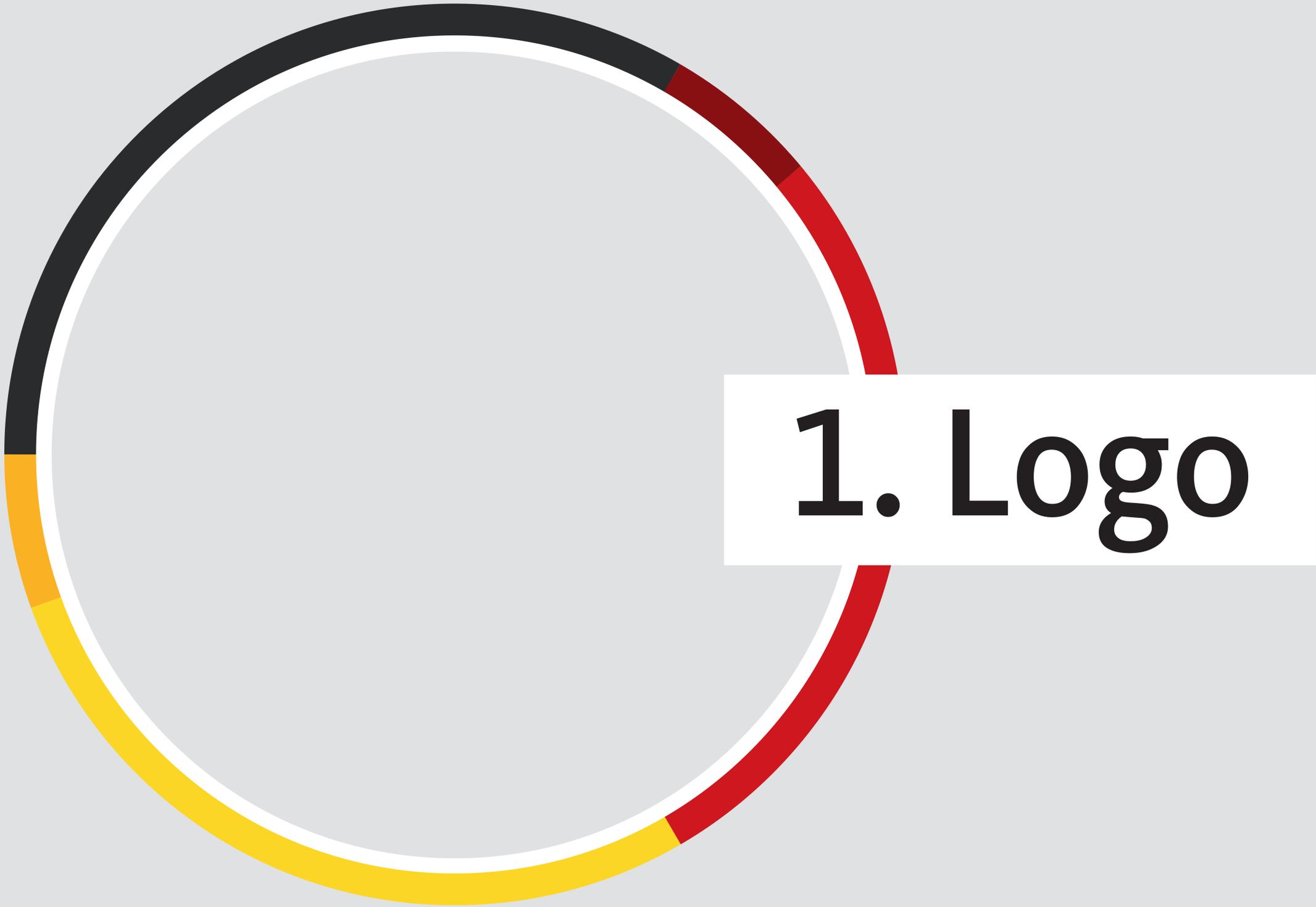
Farben



Typografie



Gestaltungsprinzip Unionkreis



1. Logo

1.1 Logovarianten

Das CDU Logo besteht aus den Buchstaben CDU in Rot und einer Trägerfläche. Je nach Hintergrund ist die Trägerfläche grau oder weiß. Zudem steht eine Einheit aus Logo und Unionkreis als Datei zur Verfügung.



Logo mit grauer Trägerfläche



Logo mit weißer Trägerfläche



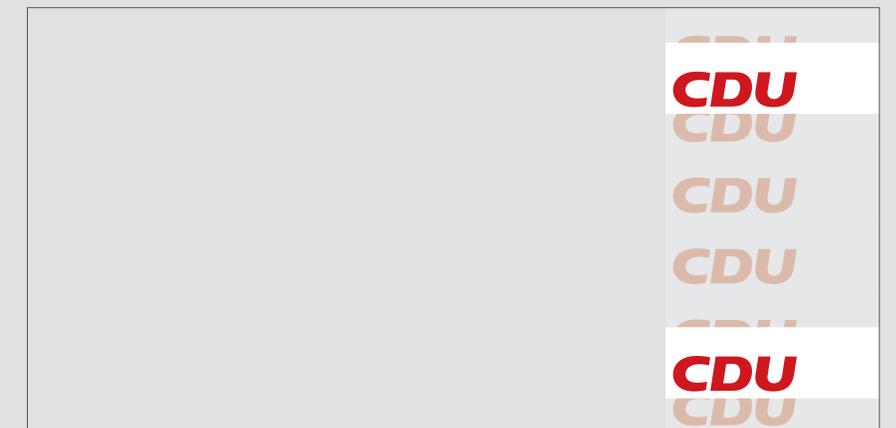
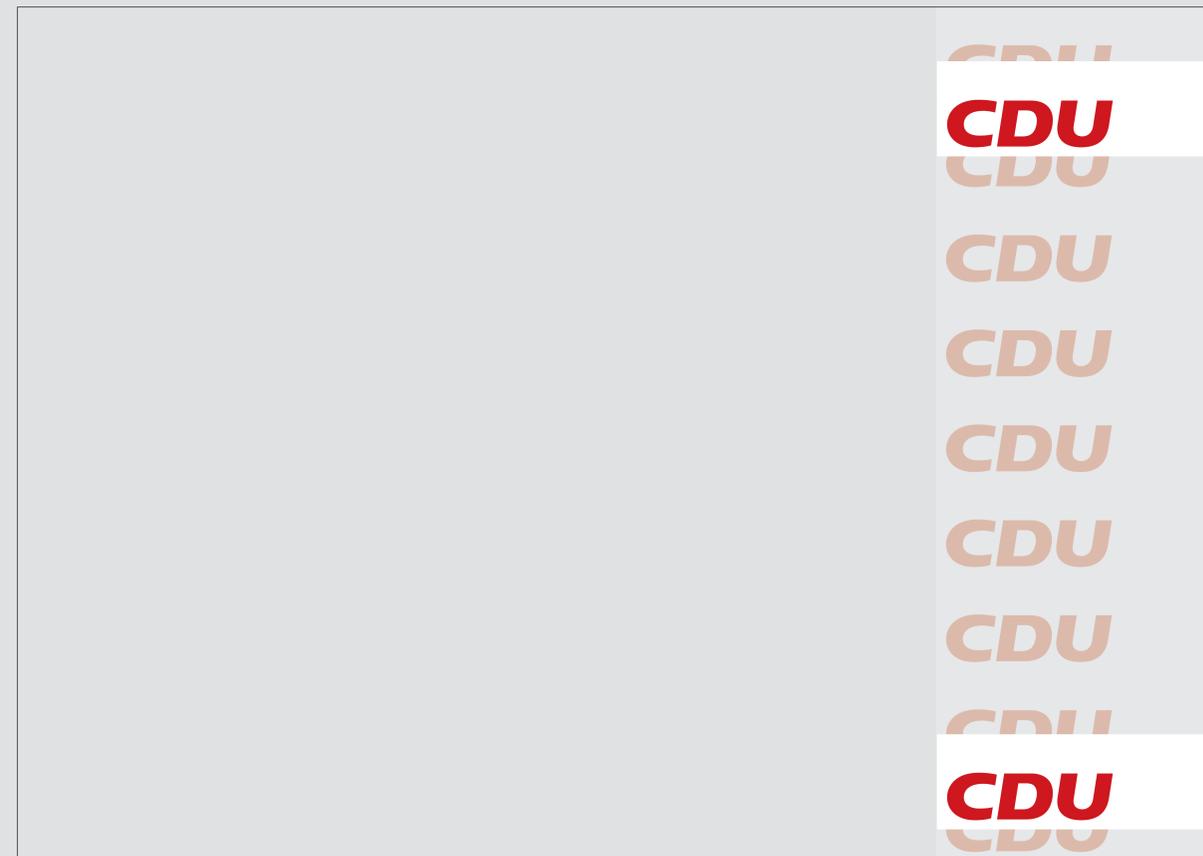
Kombination Logo/Unionkreis mit grauer Trägerfläche/Kreisinnenkontur



Kombination Logo/Unionkreis mit weißer Trägerfläche/Kreisinnenkontur

1.2 Logoeinsatz und -größe

Das Logo steht immer unter Berücksichtigung unten stehender Kriterien rechts unten oder oben im Anschnitt des Formats.



Die Logohöhe beträgt auf Hochformaten $1/11$ der Formathöhe, bei Querformaten $1/9$.
Der Abstand des Logos zur oberen bzw. unteren Kante entspricht bei Hochformaten 1-mal Logohöhe, bei querformatigen und quadratischen Formaten $1/2$ der Logohöhe.
Bei Querformaten unterhalb einer $2:1$ -Proportion ist die Logohöhe $1/6$ der Formathöhe.
Im Bedarfsfall können Logogröße und vertikale Position den kommunikativen Anforderungen angepasst werden.

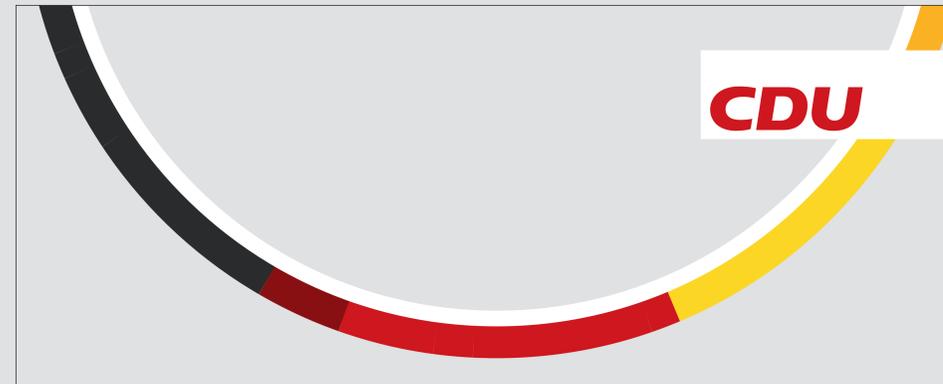
1.3 Logoschutzzone

Um das Logo herum gibt es eine Schutzzone. In dieser dürfen keine grafischen Elemente platziert werden. Ausnahme: Das Logo darf den Unionkreis im Layout überlagern (die Überlagerung muss dabei deutlich sein und darf nicht zu gering ausfallen) und es darf grafische Elemente überlagern, die als Bild zu begreifen sind (zum Beispiel Illustrationen).

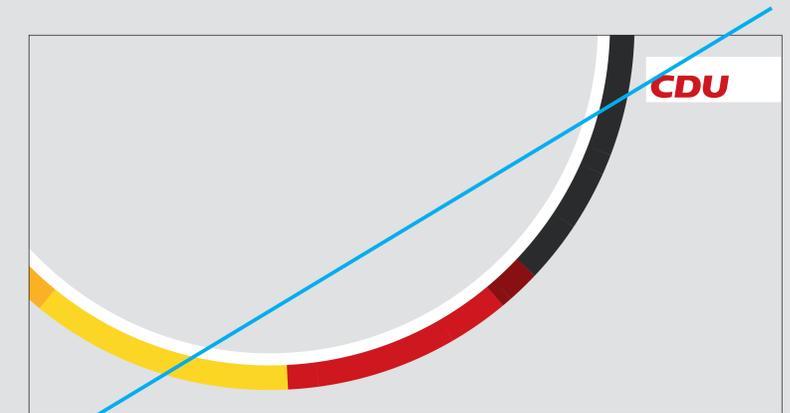


Logoschutzzone

(Ausnahme: Bei der Platzierung kann die Schutzzone durch den Abstand zum Formatrand unterschritten werden.)



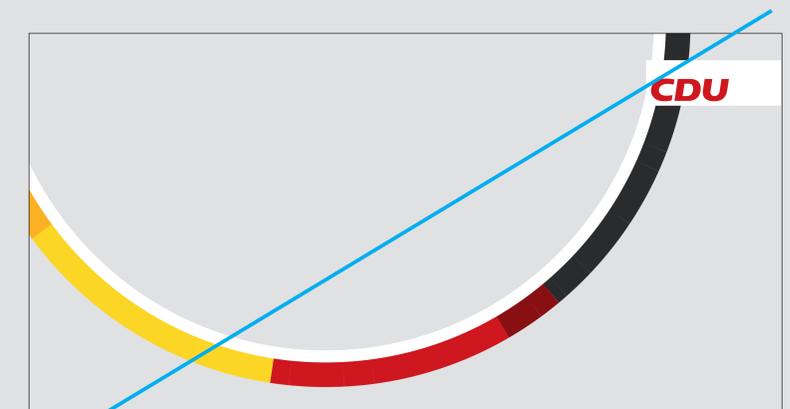
Logo überlagert Unionkreis eindeutig



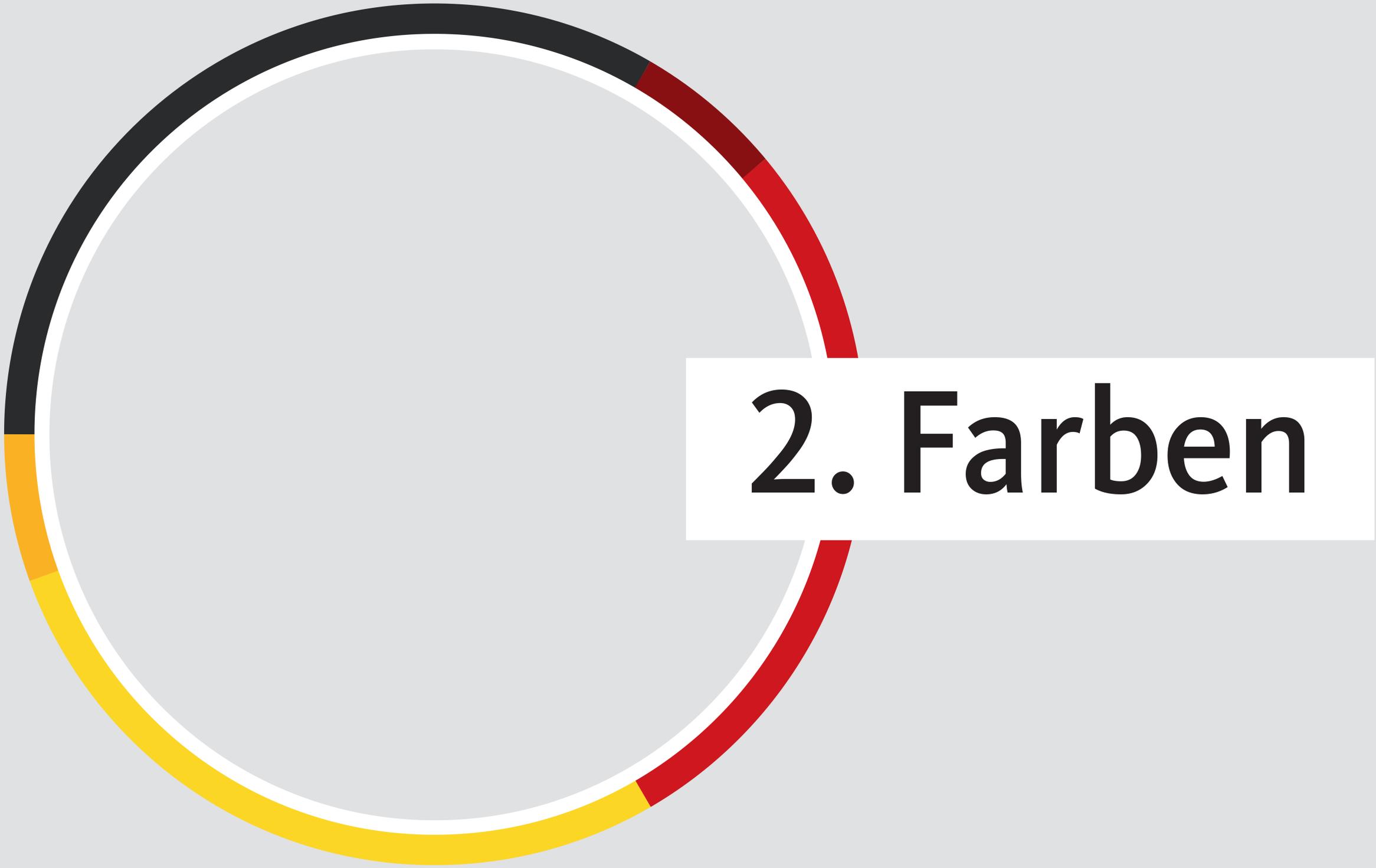
Logoschutzzone unterschritten



Logo überlagert Illustration



Überlagerung Logo/Unionkreis zu gering



2. Farben

2.1 Farbwerte

Das CDU Farbspektrum ist in Primär- und Sekundärfarben unterteilt. Die Primärfarben kommen in der Logowortmarke und im Unionkreis zum Einsatz. Die Sekundärfarben bilden hier Ergänzungen und werden für Typografie oder – je nach Layout und Kommunikation – hintergrundfüllend oder strukturierend eingesetzt.

Unionschwarz

CMYK 65 – 58 – 56 – 69
RGB 50 – 48 – 46
Web #32302e
PNT 447
RAL 8019

Unionrot

CMYK 2 – 100 – 100 – 13
RGB 202 – 8 – 12
Web #ca080c
PNT 180
RAL 3020

Uniongelb

CMYK 1 – 13 – 92 – 0
RGB 255 – 215 – 0
Web #ffd700
PNT 129
RAL 1021

Unionorange

CMYK 0 – 34 – 95 – 0
RGB 250 – 178 – 0
Web #fab200
PNT 143
RAL 1028

Uniondunkelrot

CMYK 20 – 100 – 100 – 38
RGB 140 – 18 – 8
Web #8c1208
PNT 1815
RAL 3011

Prozessschwarz

CMYK 0 – 0 – 0 – 100
RGB 0 – 0 – 0
Web #000000

Weiß

CMYK 0 – 0 – 0 – 0
RGB 255 – 255 – 255
Web #ffffff

Uniongrau

CMYK 0 – 0 – 0 – 13
RGB 231 – 231 – 231
Web #e7e7e7
PNT Cool Grey 2c
RAL 9002

Das Grau kann zur Strukturierung von Inhalten (zum Beispiel als Hintergrundfarbe für die Separierung von Contentmodulen auf Websites) auch entsprechend aufgerastert werden.

Primärfarben

Sekundärfarben

2.2 Farbgestaltung und -einsatz

Farben werden akzentuiert eingesetzt. Die Unionfarben kommen nur im Logo und im Unionkreis zum Einsatz. Fernwirksames Branding wird durch den plakativen Einsatz des Unionkreises und dessen partieller Einspiegelung im Format erzeugt. Kommt kein Bildmotiv zum Einsatz, ist der Hintergrund grau oder weiß. Schriftflächen, Logofläche und die innere Kreiskontur werden dann in der jeweils gegensätzlichen Farbe eingesetzt.



2.3 Farbwerte Illustrationsfarben

Die Illustrationsfarben ergänzen die Primärfarben und erweitern das CDU Farbspektrum. Sie können für Illustrationen, Eventgestaltung, Social Media Kommunikation, Editorial-Inhalte oder Hintergründe genutzt werden. Die Illustrationsfarben sind gedeckt, pastellig, nie gesättigt oder intensiv. Sie müssen immer harmonisch mit den Farben des Unionkreises interagieren. Weitere Farben können unter og Parametern genutzt werden.

Illustration 1

CMYK 42 – 0 – 0 – 0
 RGB 155 – 216 – 247
 Web #9bd8f7

Illustration 2

CMYK 81 – 56 – 0 – 0
 RGB 60 – 106 – 178
 Web #3c6ab2

Illustration 3

CMYK 79 – 59 – 30 – 15
 RGB 68 – 92 – 126
 Web #445c7e

Illustration 4

CMYK 76 – 30 – 38 – 13
 RGB 56 – 129 – 140
 Web #38818c

Illustration 5

CMYK 47 – 7 – 29 – 0
 RGB 147 – 197 – 191
 Web #93c5bf

Illustration 6

CMYK 8 – 77 – 46 – 1
 RGB 221 – 87 – 104
 Web #dd5768

Illustration 7

CMYK 18 – 42 – 64 – 7
 RGB 204 – 151 – 99
 Web #cc9763

Illustration 8

CMYK 8 – 21 – 71 – 0
 RGB 239 – 200 – 97
 Web #efc861

Illustration 9

CMYK 83 – 77 – 29 – 16
 RGB 68 – 66 – 111
 Web #44426f



2.4 Farbwerte Ambientfarben

Ambientfarben unterstützen Themen visuell. Sie werden eingesetzt um Tonalitäten zu erzeugen oder um Bilder visuell zu stärken, Dabei können die Ambientfarben auch aus der Farbigkeit von Bildern extrahiert werden. Ambientfarben sind immer gedeckt oder pastellig, nie bunt und intensiv und nehmen sich optisch zurück. Die Farben müssen immer mit der Farbigkeit des Unionkreises harmonisieren.

CDU

Mit nachhaltigem Wachstum
zum **KLIMANEUTRALEN**
Industrieland.

Wir werden unsere Wirtschaft wieder in Schwung bringen und für sichere und zukunftsfähige Jobs sorgen. Dabei verbinden wir nachhaltiges Wachstum, Klimaschutz und soziale Sicherheit.

Wir wollen die entscheidenden Schritte gehen, damit Deutschland bis 2045 ein klimaneutrales Industrieland wird. Wir gehen diesen Weg gemeinsam mit den Sozialpartnern, damit Arbeitsplätze in der Industrie erhalten bleiben und niemand überfordert wird.

So ermöglichen wir
WIRTSCHAFTSWACHSTUM
und **KLIMASCHUTZ**.

KLIMANEUTRALITÄT 2045. Bis 2030 sollen in Deutschland 65 Prozent weniger Treibhausgase entstehen als 1990. 2045 soll unser Land klimaneutral sein.

ERNEUERBARE ENERGIE AUSBAUEN. Wir wollen ein „Sonnenpaket“ zur Förderung des Ausbaus von Photovoltaik. Unser Ziel ist, nachhaltigen Strom deutlich voranzubringen und so den Grundstein dafür zu legen, dass Deutschland zum Wasserstoffland Nr. 1 wird.

BEZAHLBARER STROM. Wir wollen mit den Einnahmen aus dem Emissionshandel die Strompreise senken. Dafür schaffen wir die EEG-Umlage ab.

WIR NEHMEN BEI DER CO2-NEUTRALEN MOBILITÄT FAHRT AUF. Wir bauen die Ladeinfrastruktur weiter aus: Schnellladesäulen sollen im Fernverkehr überall in zehn Minuten zu erreichen sein. Für Bahnreisende bringen wir den Deutschlandtakt auf die Schiene.

DESHALB: JETZT MIT BEIDEN STIMMEN CDU

Mehr Informationen: cdu.de

Herausgeber: CDU-Bundesgeschäftsstelle
Kampagne und Marketing - Klingelhöferstraße 8 - 10785 Berlin - cdu.de/kontakt
Bestell-Nr. BW-206 600/0721
Klimaneutraler Druck auf holzfreiem PEFC®-zertifiziertem Bilderdruck-Papier

CDU

Neue Dynamik
für künftigen
WOHLSTAND.

Wir wollen ein modernes und wirtschaftlich starkes Deutschland. Wir fördern Firmen-Gründer, neue Ideen und kreative Startups. Wir unterstützen die klügsten Köpfe, die besten Forscher und Unternehmer mit Weitblick für eine gute Zukunft unseres Landes. Forschung und Innovation sind für uns Wachstumstreiber. Wir werden Unternehmen von unnötiger Bürokratie und zu hohen Steuern entlasten, damit sie ihre Kraft in den Erfolg und in sichere Jobs stecken können.

So sorgen wir für
eine starke **WIRTSCHAFT**,
gute **ARBEITSPLÄTZE** und
solide **FINANZEN**.

MODERNISIERUNGSAHRZEHT FÜR DEUTSCHLAND. Wir fördern Forschung und Innovation, helfen Gründern und bieten beste Startbedingungen. Wir werden Unternehmen von Bürokratiekosten in Milliardenhöhe entlasten. Das wirkt wie ein Konjunkturprogramm und stärkt den Standort Deutschland.

SICHERE ARBEIT MIT ZUKUNFT. Wir stärken die Sozialpartnerschaft zwischen Arbeitnehmern und Arbeitgebern und setzen uns für eine höhere Tarifbindung ein. Betriebsräte sollen auch online gewählt werden können. Wir sichern die Vielfalt und Zukunft des Arbeitsmarktes und wollen Zielland für die klügsten Köpfe der Welt sein.

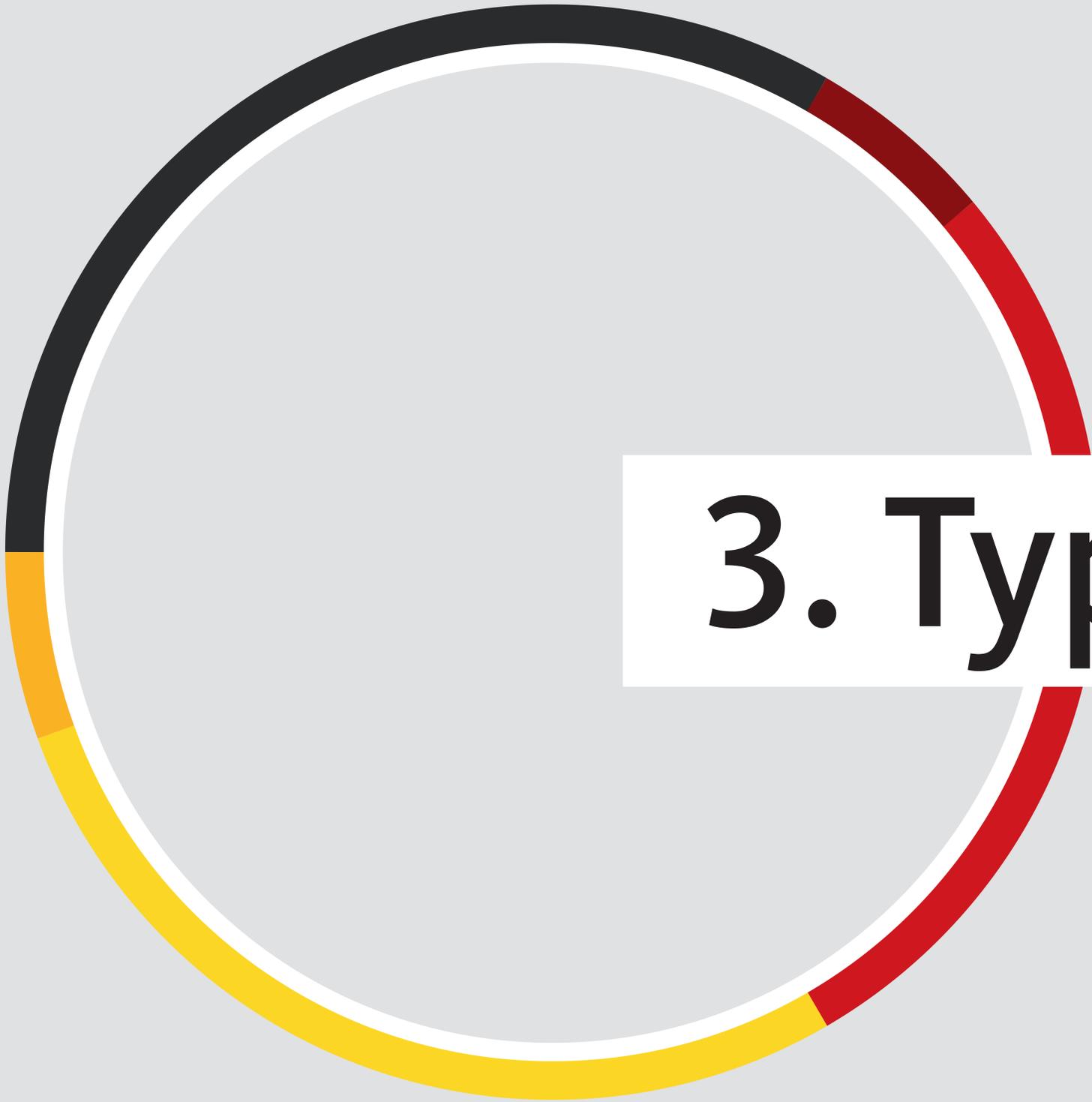
FAIRE STEUERN UND ABGABEN. Wir wollen die Lohnzusatzkosten bei maximal 40 Prozent halten. Unser Ziel ist eine wettbewerbsfähige Unternehmensbesteuerung. Die Steuerlast für Gewinne, die im Unternehmen verbleiben, wollen wir perspektivisch auf 25 Prozent deckeln.

SOLIDE FINANZEN. Wir bekennen uns zur Schuldenbremse und wollen so schnell wie möglich ausgeglichene Haushalte ohne neue Schulden erreichen. Das ist wichtig für Investitionen und ein gutes Wirtschaftswachstum.

DESHALB: JETZT MIT BEIDEN STIMMEN CDU

Mehr Informationen: cdu.de

Herausgeber: CDU-Bundesgeschäftsstelle
Kampagne und Marketing - Klingelhöferstraße 8 - 10785 Berlin - cdu.de/kontakt
Bestell-Nr. BW-207 600/0721
Klimaneutraler Druck auf holzfreiem PEFC®-zertifiziertem Bilderdruck-Papier



3. Typografie

3.1 Schrifteinsatz

Head- und Sublines werden linksbündig im Schriftschnitt Kievit Medium in Schwarz auf weißer (oder grauer) Trägerfläche gesetzt. Um Inhalte hervorzuheben, können Passagen im Schriftschnitt Kievit Extra Bold gesetzt werden. Störertexte werden im Schriftschnitt Kievit Extra Bold in Weiß auf schwarzer Trägerfläche gesetzt.

**Headlines in Kievit Medium
auf weißer Trägerfläche,
linksbündig in Gemischt-
schreibweise.**

Sublines in Kievit Medium.

**Headlines auf grauer
Trägerfläche, auf weißem
Hintergrund.**

Sublines in Kievit Medium.

**Headline in
Kombination mit
Highlighttext.**

**Störertexte auf schwarzen Träger-
flächen in Kievit Extra Bold.**

3.2 Schriftspezifikationen

Typografie wird unter Berücksichtigung unten stehender Spezifikationen mit folgenden Parametern gesetzt:

linksbündig, Laufweite = 0, Zeilenabstand Head- und Sublines = 110 %, Zeilenabstand Copytexte = 140 %.

Sublinegrößen entsprechen je nach Medium, Layout, Format und Textvolumen min. 1/3 bis max. 2/3 der Headlinegröße.

Headlines in Kievit Medium
auf weißer Trägerfläche,
linksbündig in Gemischt-
schreibweise.

Sublines in Kievit Medium.

Die typografischen Trägerflächen werden mit der OpenType-Funktion „Unterstreichungsoption“ erstellt:

Stärke (pt) =

Schriftgröße (pt) x 1,2

Versatz (pt) =

Schriftgröße (pt) x -3,5

Umsetzungen ohne OpenType-Funktionen müssen den genannten Parametern optisch entsprechen.

Kievit Medium
auf weißer Trägerfläche,
linksbündig in Gemischt-
schreibweise.

Subline in Kievit Medium

zweizeilig gesetzt.

1/2 X

X

X

Zeilenanfang:
2 Leerzeichen
Headline

Zeilenabschlüsse:
2 Leerzeichen
Headline

Zeilenabschlüsse:
2 Leerzeichen
Headline

3.3 Texthervorhebungen

Um Inhalte zu gewichten, können einzelne Wörter durch die Verwendung des Schriftschnitts Kievit Extra Bold hervorgehoben werden. Auch können einzelne Zeilen vergrößert eingesetzt werden. Sublines werden in diesem Fall nicht eingesetzt. Insgesamt dürfen Lesbarkeit und inhaltlicher Fokus nicht beeinträchtigt werden.

Headlines in Kievit Medium
auf weißer Trägerfläche,
linksbündig in Gemischt-
schreibweise.

Sublines in Kievit Medium.

Werden einzelne Zeilen vergrößert eingesetzt, bestimmt der Zeilendurchschuss der kleineren Zeilen die Abstände.

Kievit Medium

Wichtig

linksbündig in Gemischt-
schreibweise.

Zeilenanfang:
2 Leerzeichen
kleinere Textzeile

Kievit Medium

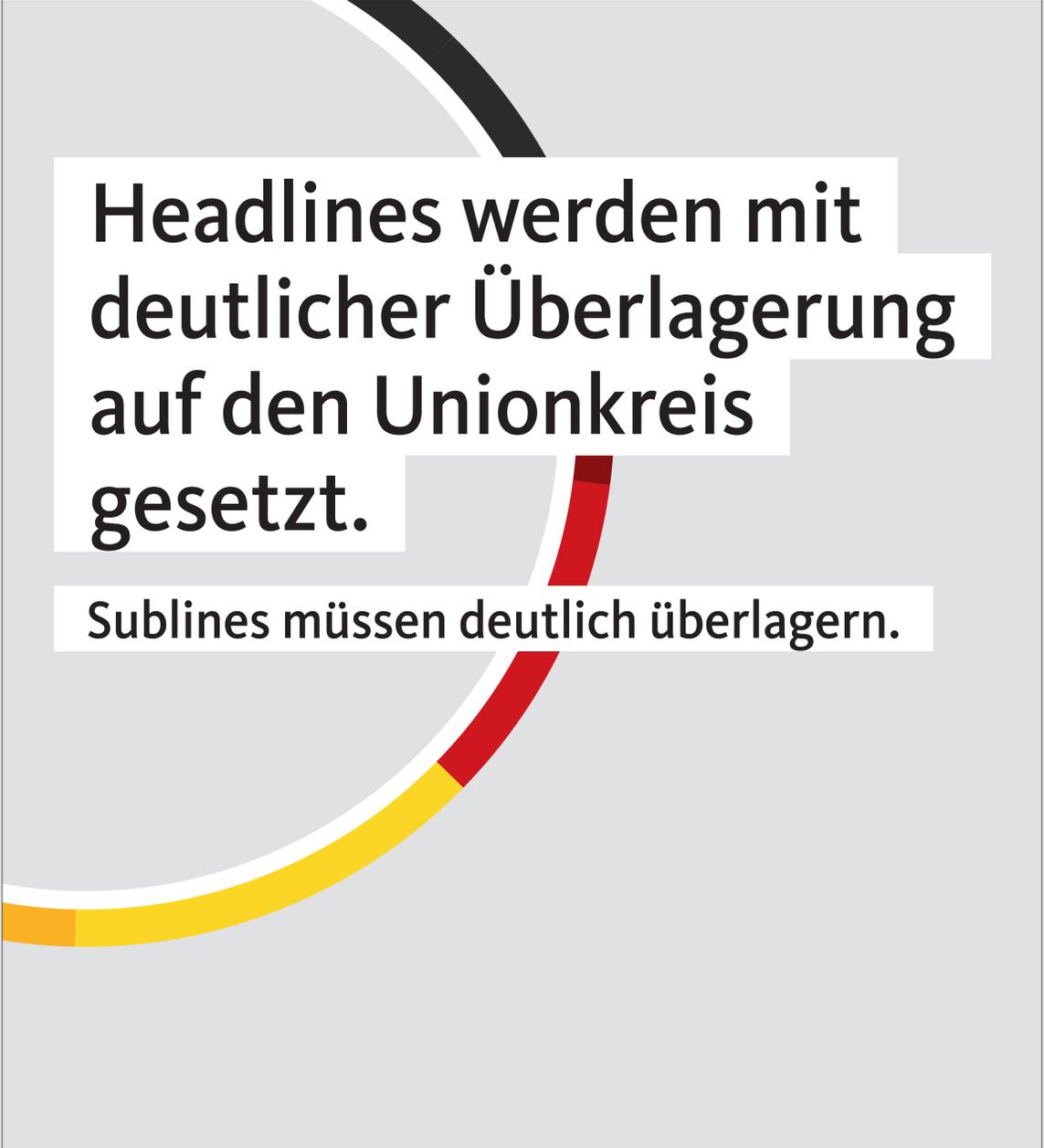
Lauter

linksbündig in
schreibweise.

Zeilenabschlüsse:
2 Leerzeichen
kleinere Textzeile

3.4 Textplatzierung

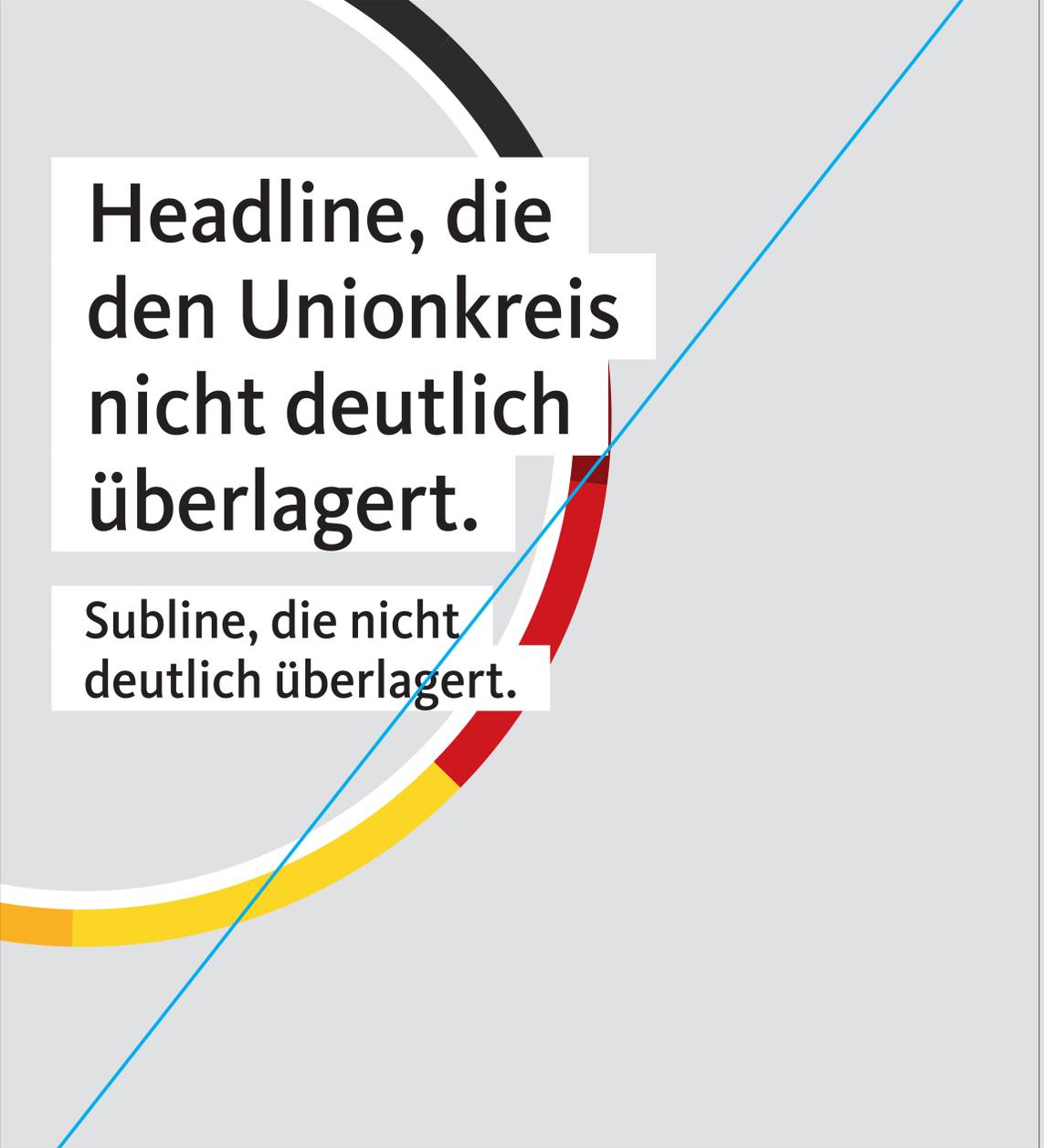
In der Regel werden Head- und Sublines in Kombination mit dem Unionkreis eingesetzt. Dabei muss die Überlagerung von Textblöcken und Unionkreis immer eindeutig sein.



Headlines werden mit deutlicher Überlagerung auf den Unionkreis gesetzt.

The diagram shows a grey square containing a white semi-circle (the union circle) with a red and yellow arc. A white text box with a black headline is positioned over the top of the circle, overlapping it clearly. Below the circle, a white text box with a black subline is also clearly overlaid on the grey background.

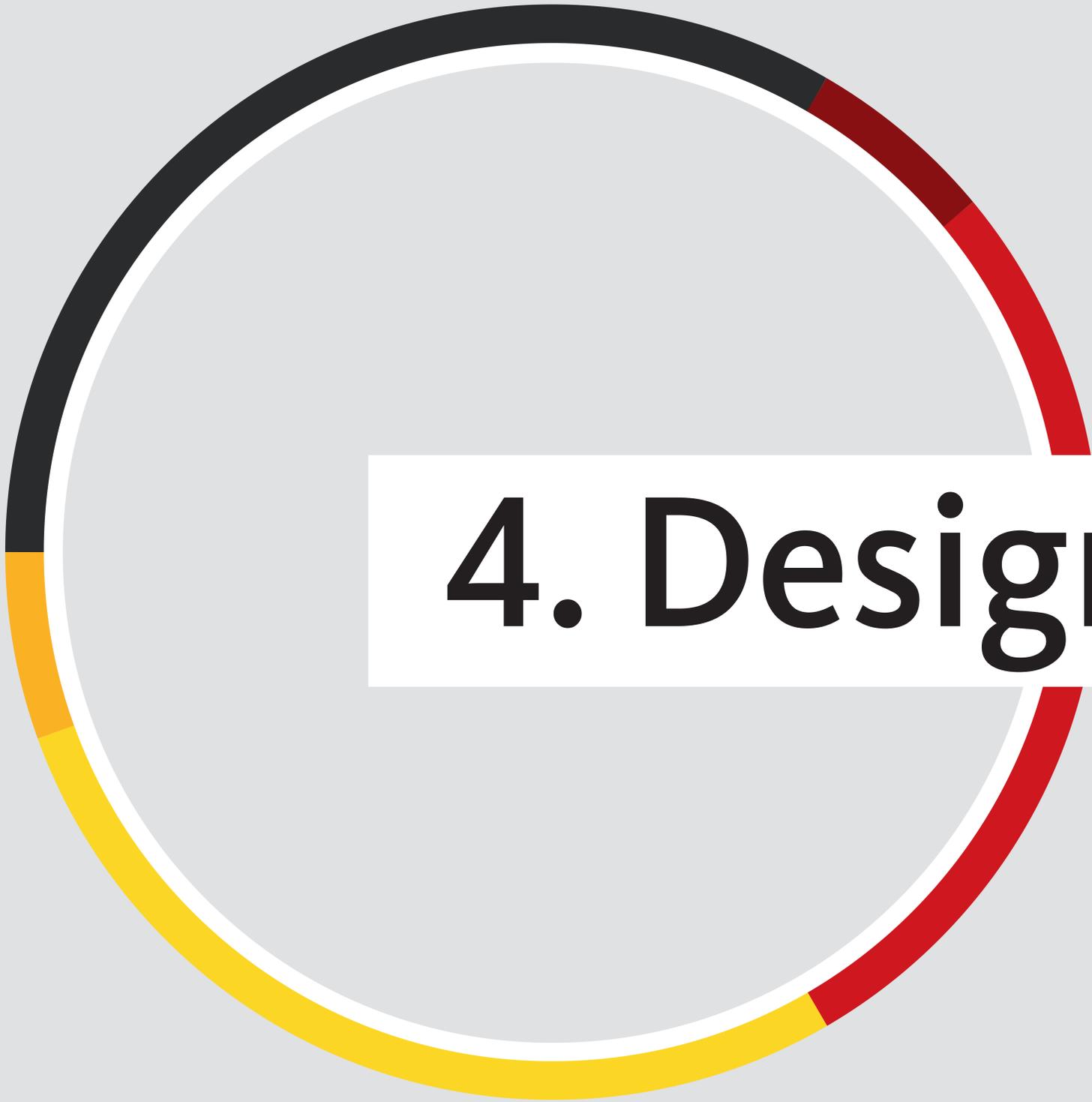
Sublines müssen deutlich überlagern.



Headline, die den Unionkreis nicht deutlich überlagert.

The diagram shows the same grey square and white semi-circle as the first diagram. However, the white text box with the black headline is positioned lower, so its bottom edge is not clearly overlapping the top of the circle. A blue diagonal line is drawn across the diagram, passing through the text box and the circle, to highlight the ambiguity of the overlap.

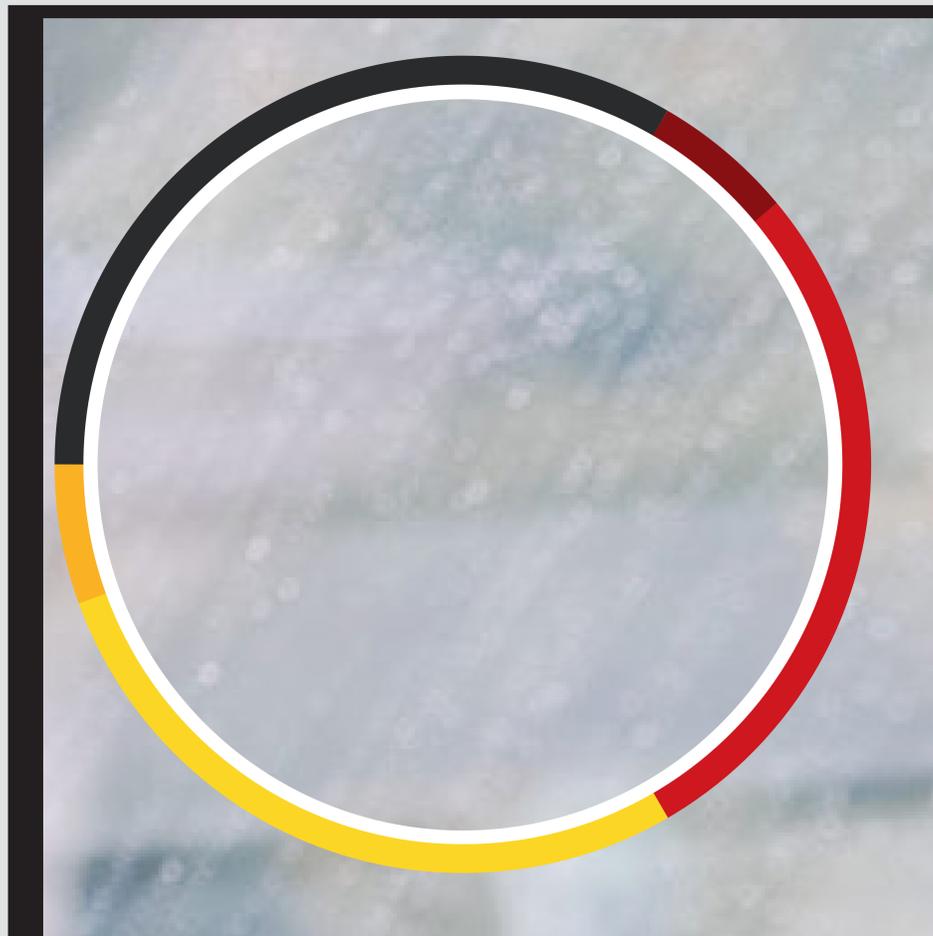
Subline, die nicht deutlich überlagert.



4. Designprinzip

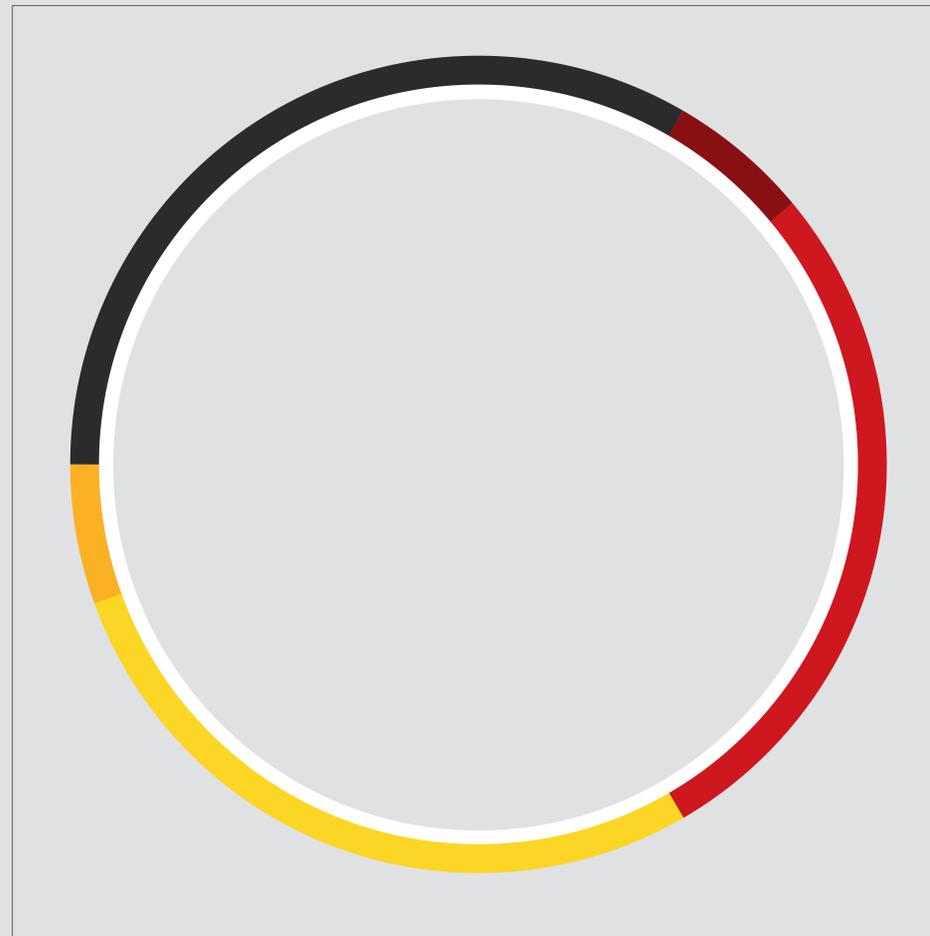
4.1 Unionkreis

Der Unionkreis ist das zentrale Gestaltungsprinzip des CDU Markenauftritts. Er ist die visuelle Übersetzung des Uniongedankens. Je nach Hintergrund steht der Unionkreis in zwei Basisvarianten zur Verfügung.



Unionkreis mit weißer Innenkontur.

Einsatz auf Bildmotiven oder mit maskiertem Bildmotiv im Kreis oder auf grauen Hintergründen.

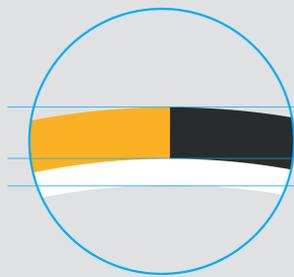


Unionkreis mit grauer Innenkontur.

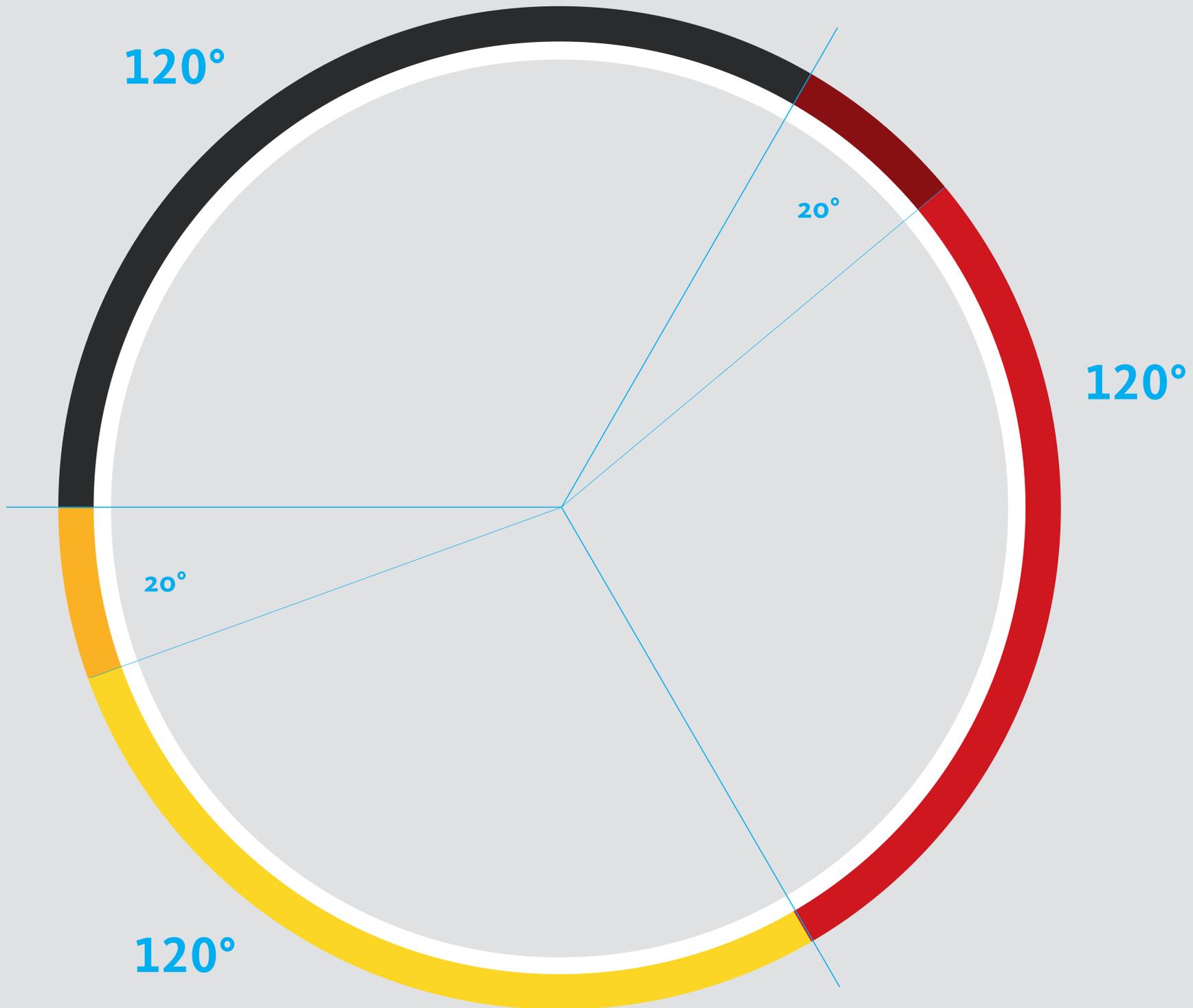
Einsatz auf weißen Hintergründen.

4.2 Aufbau Basiskreis

Der Basiskreis besteht aus den fünf Unionfarben. Der Kreis ist wie abgebildet segmentiert. Farbigkeit und Segmentierung gelten auch für den Basiskreis mit grauer Innenkontur.

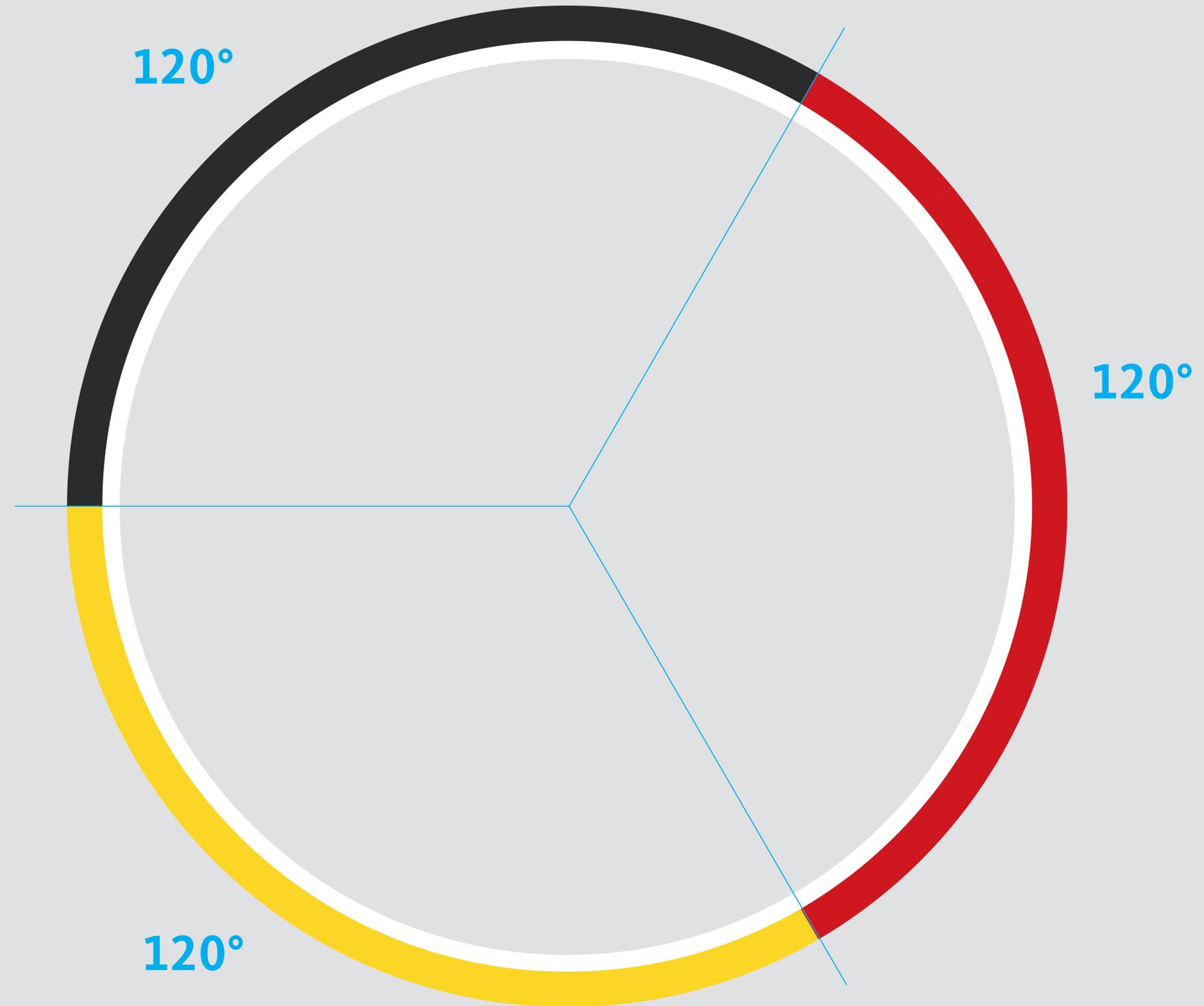


Farbkontur (pt) =
0,1 x Kreisdurchmesser (mm)
Innenkontur (pt) =
0,5 x Farbkontur (pt)



4.3 Produktionsbedingte Farbreduktion

Wenn aus produktionstechnischen Gründen keine fünf Farben gedruckt werden können, entfallen die Sekundärfarben in den Kreissegmenten.

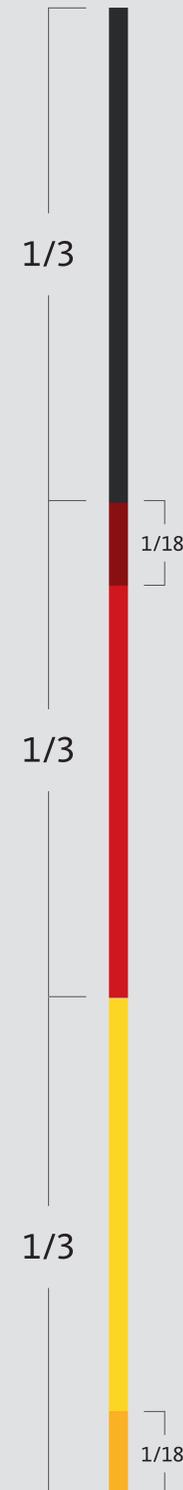


4.4 Anschnittprinzip

Der Unionkreis kann partiell im Anschnitt eingesetzt werden. Wichtig ist hierbei, dass die Farbsegmente in der Reihenfolge Unionschwarz, (Uniondunkelrot), Unionrot, Uniongelb, (Unionorange) angelegt werden.

Jede Farbe belegt $\frac{1}{3}$ des sichtbaren Kreischnitts (Unionrot und Unionorange belegen $\frac{1}{18}$ des Kreischnitts).

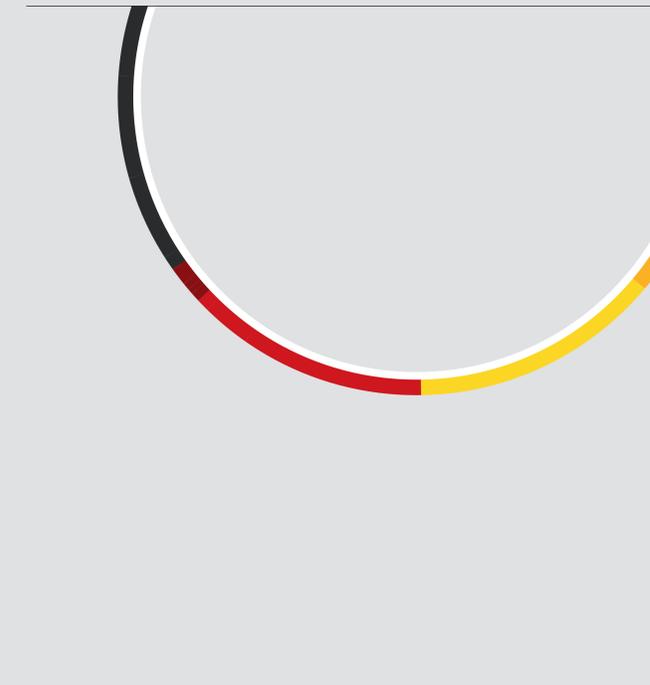
Liegt der oberste Punkt des Kreischnitts nicht im mittleren $\frac{1}{3}$, werden die Farbsegmente von oben nach unten angeordnet. In allen anderen Fällen verläuft die Segmentreihenfolge von links nach rechts.



Bsp. Farbsegmentreihenfolge von oben nach unten: oberster Kreischnittpunkt nicht im mittleren $\frac{1}{3}$ des Kreischnitts



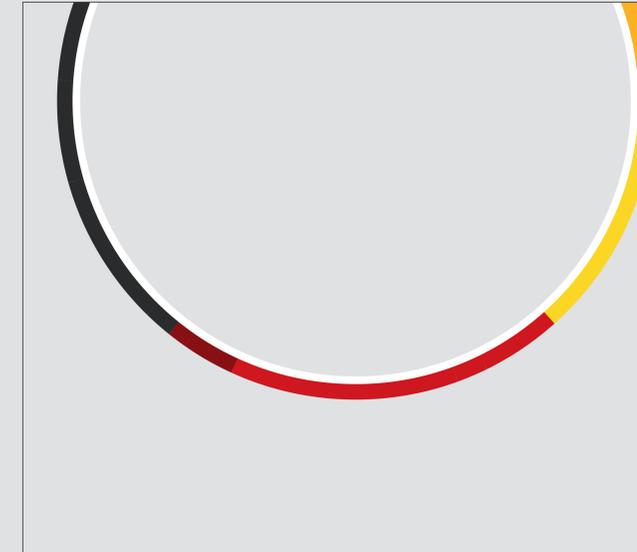
Bsp. Farbsegmentreihenfolge von oben nach unten: oberster Kreischnittpunkt nicht im mittleren $\frac{1}{3}$ des Kreischnitts



Bsp. Farbsegmentreihenfolge von oben nach unten: oberster Kreischnittpunkt nicht im mittleren $\frac{1}{3}$ des Kreischnitts



Bsp. Farbsegmentreihenfolge von links nach rechts: oberster Kreischnittpunkt im mittleren $\frac{1}{3}$ des Kreischnitts



Bsp. Farbsegmentreihenfolge von links nach rechts: zwei oberste Kreischnittpunkte



Bsp. Farbsegmentreihenfolge von oben nach unten: oberster Kreischnittpunkt nicht im mittleren $\frac{1}{3}$ des Kreischnitts

4.5 Proportionen

Der Basiskreis wird standardmäßig eingesetzt. Für mehr Flexibilität in Layout und Farbgewicht stehen darüber hinaus zwei weitere Proportionen des Unionkreises zur Verfügung. Im Bedarfsfall können die Proportionen den kommunikativen Anforderungen (z. B. Presserückwand) angepasst werden.



Basiskreis:

Farbkontur (pt) =

0,1 x Kreisdurchmesser (mm)

Innenkontur (pt) =

0,5 x Farbkontur (pt)



Kreisproportion 2:

Farbkontur (pt) =

0,15 x Kreisdurchmesser (mm)

Innenkontur (pt) =

0,5 x Farbkontur (pt)



Kreisproportion 3:

Farbkontur (pt) =

0,2 x Kreisdurchmesser (mm)

Innenkontur (pt) =

0,5 x Farbkontur (pt)



Kreisproportion 3 mit Logo:

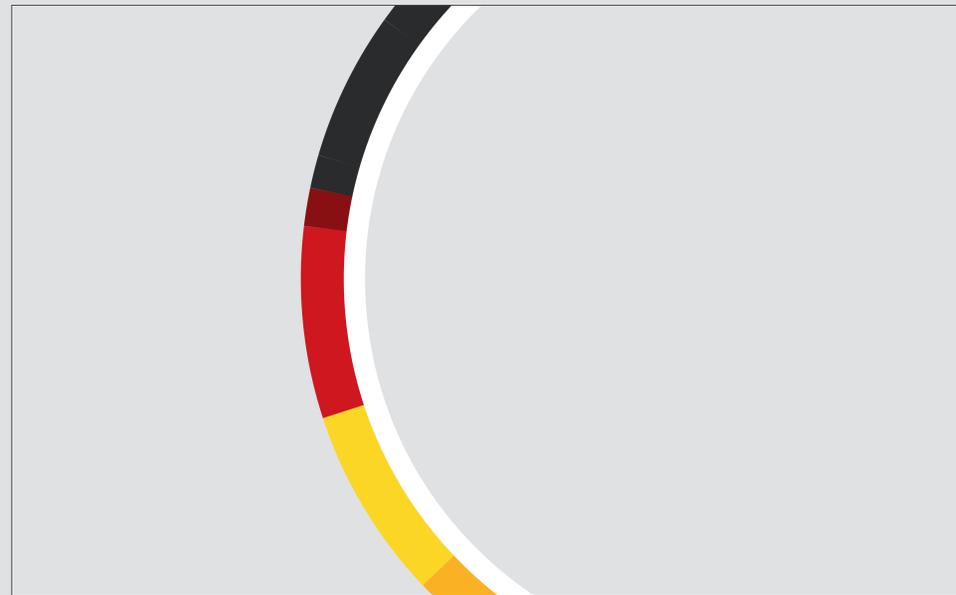
Logo/Unionkreis S-Version
(Einsatz zum Beispiel bei
Streuartikeln)

4.6 Farbgewichtung

Durch den Kreisausschnitt und die Wahl der Proportion können unterschiedliche Farbgewichtungen erzeugt werden. Die definierte Reihenfolge und die Anordnung der Farbsegmente müssen hierbei immer berücksichtigt werden.



Basiskreis



Bsp. Proportion 2



Bsp. Proportion 3



5. Anwendungs- beispiele

5. Anwendungsbeispiele



Bsp. Querformat mit vollflächigem Bildmotiv im Hintergrund



Bsp. Querformat mit uniongrauem Hintergrund und freigestelltem Bildmotiv



Bsp. Querformat mit uniongrauem Hintergrund und maskiertem Bildmotiv

5. Anwendungsbeispiele



Bsp. quadratisches Format mit vollflächigem Bildmotiv im Hintergrund

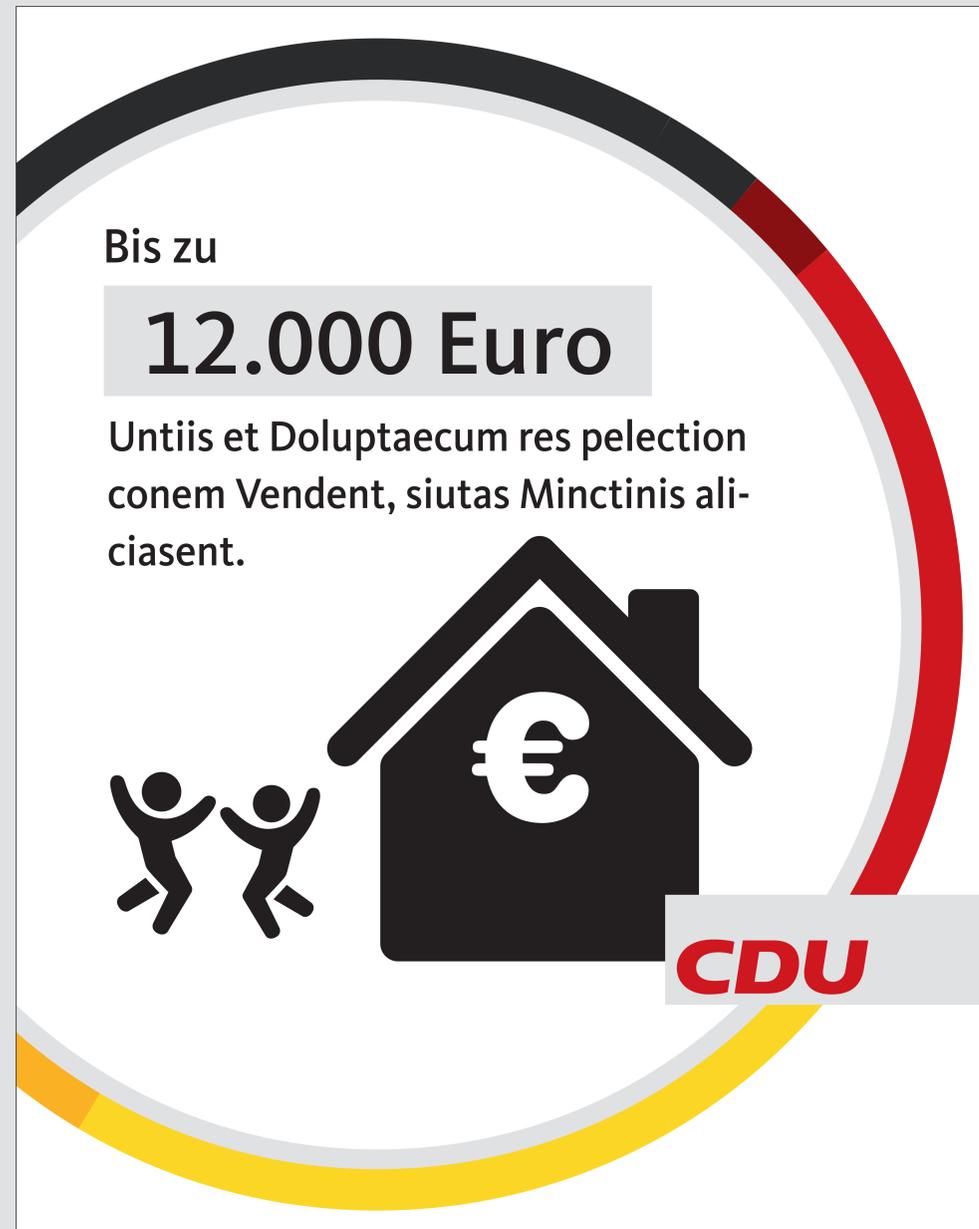


Bsp. Querformat mit vollflächigem Bildmotiv im Hintergrund

5. Anwendungsbeispiele



Bsp. Hochformat mit uniongrauem Hintergrund



Bsp. Hochformat mit weißem Hintergrund und Illustrationen



Bsp. quadratisches Format mit vollflächigem Bildmotiv und Aktionslogo