

Version 1.3
September 2023

**SOCIAL
MEDIA
GUIDE**

NEOS

Freiheit
Fortschritt
Gerechtigkeit

EINLEITUNG

Willkommen zum Social Media Guide.

Was du hier gerade betrachtest, ist der Social Media Guide von NEOS. Hier findest und siehst du die wichtigsten Elemente sowie Beschreibungen unseres Außenauftritts.

Es steckt viel Arbeit dahinter, weshalb wir darum bitten, sich so genau wie möglich an die Vorgaben und Vorlagen zu halten, damit sich das NEOS Branding voll entfalten kann.

Wir wünschen viel Freude an der Gestaltung und falls es Fragen gibt, kann man sich jederzeit an uns wenden:

mediencenter@neos.eu

INHALT

Logo
Font
Farben

Formate
Posting Aufbau
Carousel Ads
Untertitelung Bewegtbild
Grafische Elemente
Konfiguration

Stilvorgaben

Do's
Don'ts

Vorlagen

DAS LOGO

Das Logo ist mächtig, klar und souverän. Die Sprechblase ist ein „Zitat“ und es gibt einen Zusatz, in dem die 3 Grundwerte – der Kern von NEOS – transportiert werden.



DAS RESPON- SIVE LOGO

Das Logo erlaubt es uns, mit den einzelnen Elementen – Schriftzug, Sprechblase und Kernwerte – frei umzugehen. Je nach Einsatz, kann man nur das Logo ohne Zusatz und in bestimmten Fällen sogar nur die reduzierte Sprechblase verwenden.

Im Social Media Bereich verwenden wir hauptsächlich die Standalone Variante des Logos.

NEOS Freiheit
Fortschritt
Gerechtigkeit

NEOS



DIE SPRECH- BLASE

Die „zitierte“ Sprechblase ist ein „lebendiger“ Bestandteil des Logos. Sie erlaubt einen spielerischen Umgang – speziell für den Einsatz im Social Media Bereich.

Wird sie als Gestaltungselement verwendet, darf sie nicht verändert werden.



LOGO FARBEN

Das Logo kann und darf NUR in diesen 3 Farben eingesetzt werden. Wie, siehst du im Teil Farbkombinationen.

R203 #CB1967
G25
B103

NEOS Freiheit
Fortschritt
Gerechtigkeit

R245 #F6D000
G209
B0

NEOS Freiheit
Fortschritt
Gerechtigkeit

R237 #EDED
G237
B237

NEOS Freiheit
Fortschritt
Gerechtigkeit

DIE SCHRIFT SOEHNE

Die Soehne ist unsere Corporate Identity Schrift. Alle anderen Schriften, die es davor gab, kommen NICHT mehr zum Einsatz. Von ihrer Schriftfamilie verwenden wir für das Branding ausschließlich die Schnitte BOOK, MEDIUM, HALBFETT und DREIVIERTELFETT. Wie und wo wir sie verwenden, siehst du im Teil „Typografie“.

Wir verwenden die Schrift innerhalb unserer gesamten Kommunikation. In Anwendungen, die SOEHNE nicht verwenden können, greifen wir auf **Arial** oder **Helvetica** zurück.

Soehne Dreiviertelfett

**abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
1234567890!“\$%&/
)=?,-;:**

Soehne Book

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!“\$%&/()=?,-;:

Soehne Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!“\$%&/()=?,-;:

Soehne Halbfett

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!“\$%&/()=?,-;:

TYPOGRAFIE FONT- ANWEN- DUNG

Headlines schreiben wir ausschließlich in Versalien in der Font Soehne Dreiviertelfett. Darüber hinaus verwenden wir Gemischtschrift.

Soehne Dreiviertelfett
Großbuchstaben
Zeilenabstand **100%**
Laufweite (Buchstabenabstand) **-20**
Textausrichtung **Linksbündig** oder **Zentriert**

Soehne Medium
Groß/klein
Zeilenabstand **120%**
Laufweite (Buchstabenabstand) **0**
Textausrichtung **Linksbündig** oder **Zentriert**

Soehne Dreiviertelfett
Groß/klein
Zeilenabstand **95%**
Laufweite (Buchstabenabstand) **0**
Textausrichtung **Zentriert**

HALLO, ICH BIN EINE HEADLINE

Und ich bin eine Subheadline oder ein
Einleitungstext für die Headline

Ich bin
ein
Störertext

DIE FARBEN

Unsere Farben lassen uns souverän wirken. Und anstatt einem reinen Weiß, verwenden wir ein 10% Schwarz (sehr helles Grau).

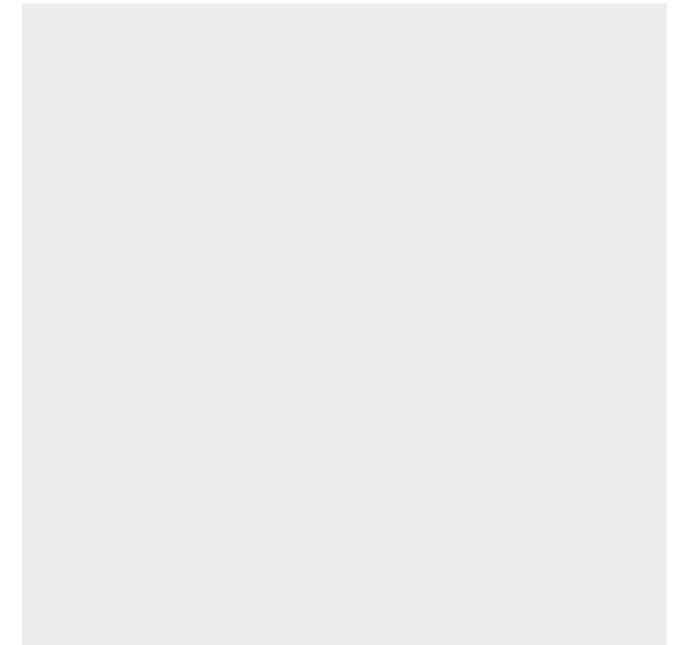
Informationen zu den Farbkombinationen finden sich in einem späteren Abschnitt des Manuals.



R203 #CB1967
G25
B103



R246 #F6D000
G209
B0

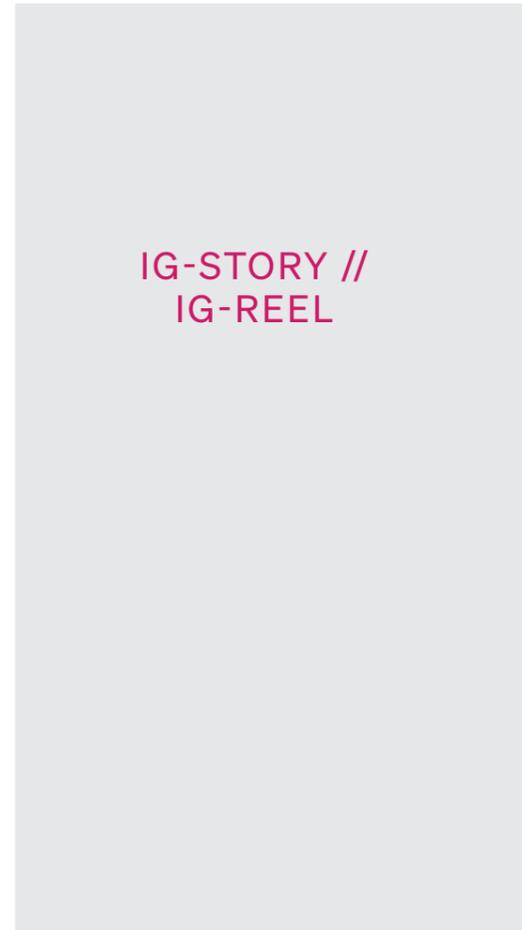


R237 #EDED
G237
B237

DIE POSTING FORMATE

Die gängigsten Formate, mit denen wir auf Social Media kommunizieren.

9:16



IG-STORY //
IG-REEL

4:5



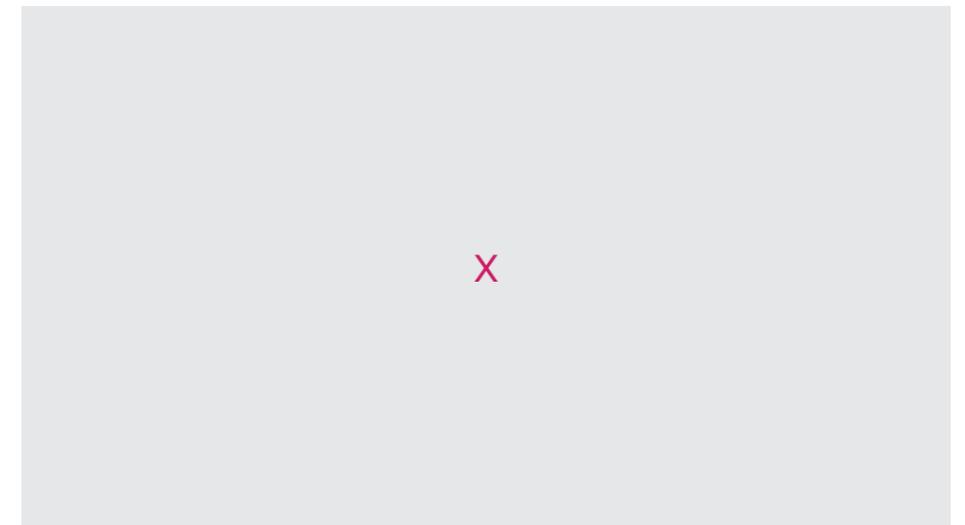
IG-POST

1:1



FB/IG-POST

16:9



X

SO GEHT'S

Logoposition rechts unten. Wir verwenden ausschließlich den Headline-Schnitt der Font. Nur in Störern oder in Subheadlines schreiben wir gemischt.

Font: Soehne Dreiviertelfett



Zeilenabstand ist ident mit Schriftgrad
(Schrift 100 pt = Zeilenabstand 100 pt)

Logohöhe:
1/12 der Formathöhe
Abstand zum Rand:
 $x(=\text{Logohöhe})/4 \times 3$

LESBAR- KEIT VERBES- SERN

Um die Lesbarkeit von Texten auf Bildern zu verbessern, kann entweder eine Farbfläche mit 70% Transparenz verwendet werden oder ein farbiger, linearer Verlauf von unten nach oben.



INSTA- GRAM CAROU- SEL

Für Carousel-Ads kann man entweder einen Anfangs- und Endkader gestalten oder eine durchgängige Grafik anlegen, die sich über mehrere Kader zieht.



DIE UNTER- TITEL

Untertitel dürfen maximal zwei Zeilen hoch sein. Der Abstand zum unteren Rand muss je nach Format/Medium gewählt werden. Dabei ist zu beachten, dass der Text nicht unter etwaige UI-Elemente des Mediums gerät. Außerdem muss die Schrift einen Textschatten haben, sodass sie auch auf hellem Hintergrund gut zu lesen ist.

Achtung bei der Positionierung des Textes:
Bei Videos (z.B. Reels auf Instagram) muss darauf geachtet werden, den Text noch genügend hoch vom unteren Rand zu positionieren. Empfehlung bei Adobe Premiere: Vom unteren Punkt gemessen ca. -350px – zu finden bei „Zone“.

Groß/klein
Zeilenabstand: 95%
Größe: 70
Laufweite: 0
Zextausrichtung: zentriert
Textschatten: 80%
Winkel vom Schatten: 135°

Hier steht ein Text zur Untertitelung
von Bewegtbild in maximal 2 Zeilen

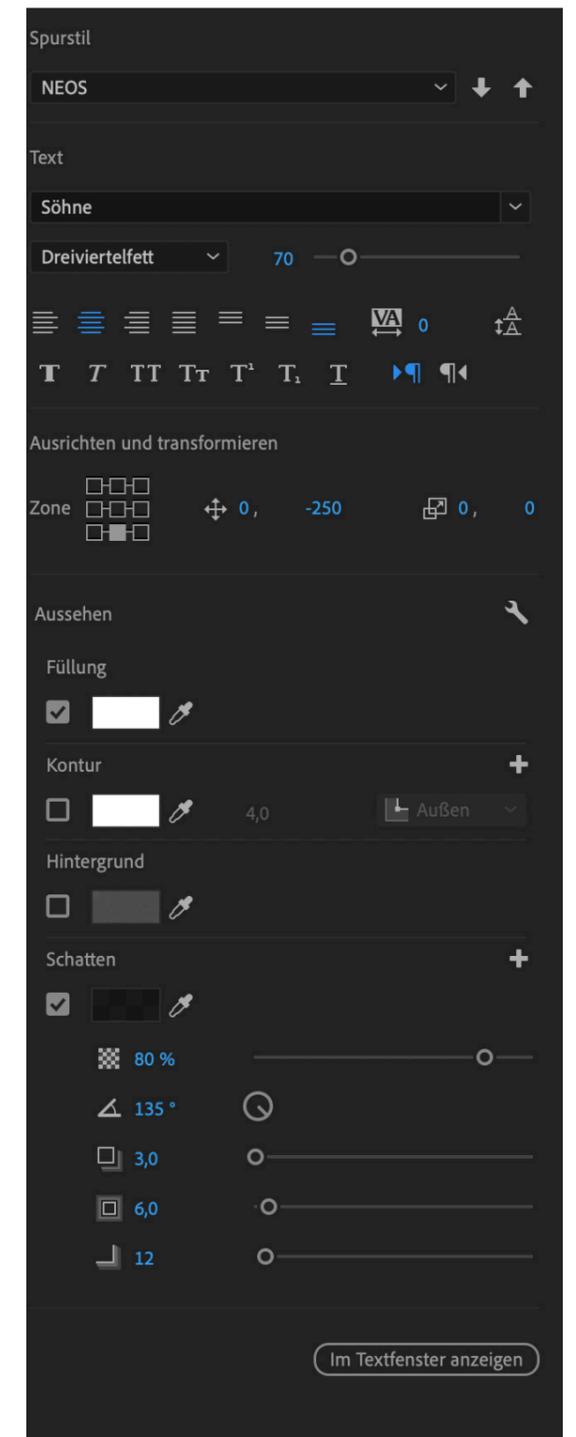
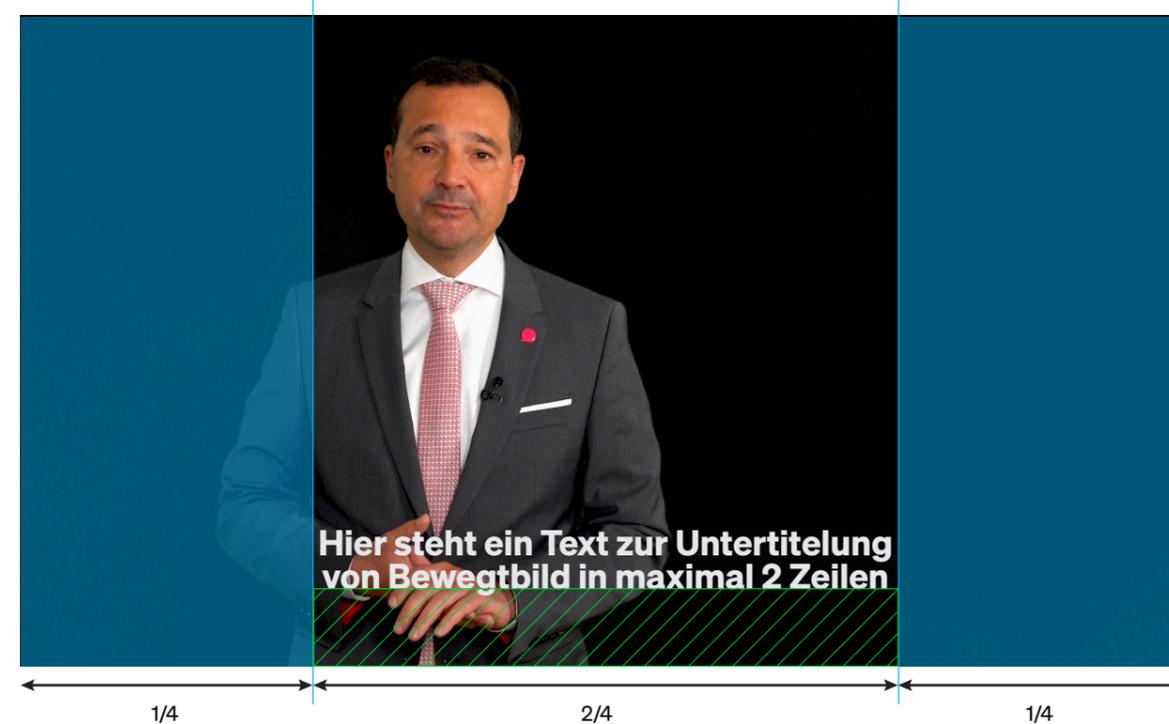
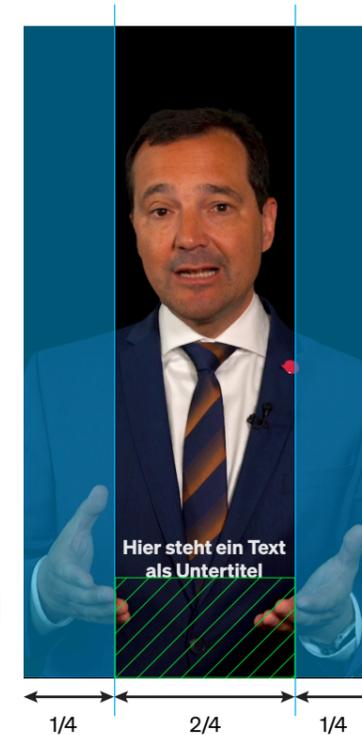


Abb. der Einstellungen in Adobe Premiere

UNTER- TITEL MIT APPS

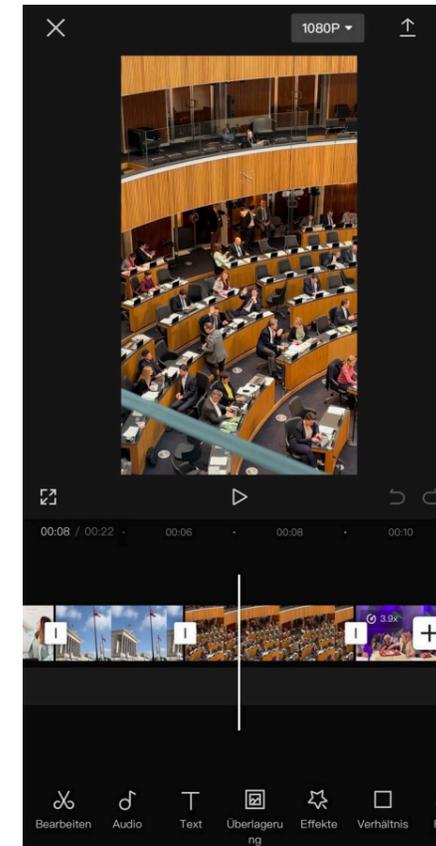
Bei der Untertitelung mit Apps wie z.B. Inshot ist besonders auf die Lesbarkeit und Einhaltung unserer CI-Richtlinien zu achten. Ausgenommen von Untertitel-Guidelines sind KI-Anwendungen wie Captions usw.



Captions



Inshot



CapCut



So bitte nicht

DIE GRAFI- SCHEN ELEMENT- TE

Alle grafischen Elemente finden sich
auf der neos.net Branding Seite



DIE KONFIG- URATION

Aus den oben ersichtlichen Elementen ergeben sich die möglichen Farbkombinationen für die Shareables. Bis auf **Gelb auf Grau, Grau auf Gelb** und **Pink auf Verlauf** darf, im Rahmen der Stilvorgaben, frei kombiniert werden.

Eine Ausnahme bilden Postings im Polaroid-Stil. Hier sind ausschließlich pinke Balken mit gelben oder grauen Elementen erlaubt.



Hintergründe



Textfarben



Störer



Logofarben



Don'ts



Postings im Polaroid-Stil.

SELBST- BEWUSST LÄSSIG

Pinker Hintergrund mit grauer Schrift.
Keine Verläufe.

Die Farbkombination „selbstbewusst
lässig„ ist einfach einzusetzen und
passt zu so gut wie jedem Thema und
jeder Stimmung. Sie ist nicht zu schrill,
aber wirkt trotzdem frisch und bringt
auch eine Ernsthaftigkeit mit sich –
eben selbstbewusst lässig.



Hintergrund einfarbig

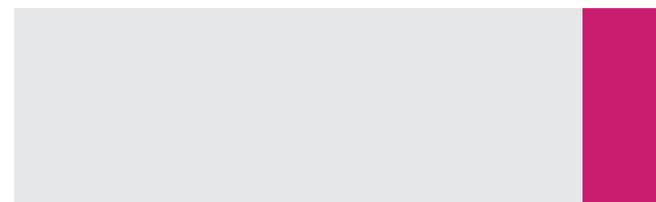


Hintergrund mit Studiofoto

SOU- VERÄN SERIÖS

Grau im Hintergrund mit pinker Schrift.
Keine Verläufe.

Die Farbkombination „souverän seriös“,
passt besonders gut zu Themen von
österreichweiter Bedeutung und lässt
sich in „staatstragenden„ Situationen
gut einsetzen. Sie ist edel und trans-
portiert eine gewisse Ruhe. Sie eignet
sich weniger für Kanäle mit besonders
jungen Zielgruppen.



Hintergrund einfarbig



Hintergrund mit Studiofoto

COOL SEXY

Pinker oder verlaufender Hintergrund mit gelber Schrift. Verläufe sind zulässig.

Die Farbkombination „cool sexy„ ist die jüngste und farbenfroheste Version der Kombinationen. Sie eignet sich besonders für TikTok und Instagram Anwendungen, sowie für Themen, die speziell junge Menschen ansprechend finden. Durch den Einsatz des Gelbs ist besonders auf Belichtungen in Fotos zu achten – sie sollten möglichst dunkel sein.



Farbhintergründe



Hintergrund mit Foto



LESBAR- KEIT UND TIPPS

Bei Texten, die auf Bildern stehen, sollte die Lesbarkeit unbedingt gewährleistet sein! Dazu gilt es bewusst Ruhe- zonen im Bild zu verwenden oder das Bild so abzdunkeln, dass die Schrift gut lesbar ist. Grundsätzlich ist weniger immer mehr. **Keep it simple and short.**



Hintergrund mit Foto



Hintergrund mit Foto und Farbfläche

SO BITTE NICHT



Keine unsauberen Freisteller. Keine Schatten oder Effekte auf Freisteller, Text oder Logo. Keine übertriebenen Filter auf Bildmaterial.



Nichts in die Sprechblase schreiben (nicht als Störer verwenden) oder sie verändern. **Einzige Ausnahme: Shareable Vorlagen mit Sprechblase als Hintergrundelement**



Nicht übermäßig viel Text (Long Copies in den Postingtext!)



Keine Rotation in Texten und Störern.



Keine Collagen oder ausufernde Grafiken.

FOTO + TEXT POLA- ROID STYLE

Postings im Polaroid-Stil. Die Headline kann, muss aber nicht, auch über den unteren Balken ragen. Unser Pink wird so wieder mehr in den Vordergrund geholt und sorgt für mehr Wiedererkennbarkeit. Hintergrundbilder können hier sowohl von unseren Abgeordneten als auch für allgemeine Themen verwendet werden.

Hier kommt ausschließlich die reduzierte Sprechblase zum Einsatz, um den Fokus weniger auf das Logo zu lenken.

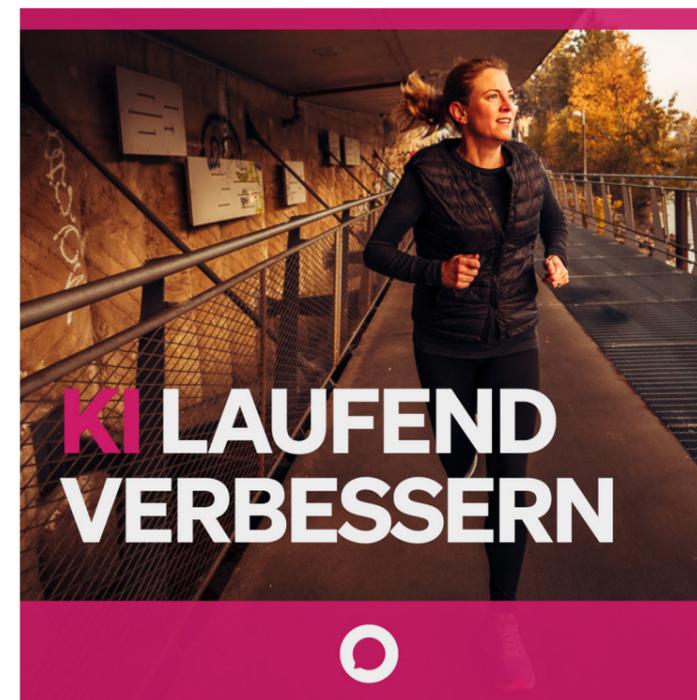


FOTO + TEXT MIT VERLAUF

Um die Lesbarkeit von Texten auf Bildern zu verbessern, kann entweder eine Farbfläche mit 70% Transparenz verwendet werden, oder ein farbiger, linearer Verlauf von unten nach oben. Wichtig ist auch, dass generell keine zu „überladenen“ Bilder verwendet werden. **Diese Variante eignet sich nicht für Fotos unserer Abgeordneten.**



FOTO + TEXT

Bei Shareables mit Fotos unserer Abgeordneten können Text, sowie grafische Elemente zum Einsatz kommen. Wo es notwendig ist, kann mit einem schwarzen Verlauf von unten nach oben abgedunkelt werden.

Eine Kombination, die hier nicht zum Einsatz kommt, ist als Foto mit grauem Logo und grauer Schrift. Es ist wichtig, darauf zu achten, dass unsere Shareables durch die primären NEOS Farben (Pink und Gelb) erkennbar bleiben.



FOTO + TEXT ZITAT & SPRECH- BLASE

Zitate unserer Abgeordneten können entweder in Verbindung mit einem Balken am linken Rand, direkt am Bild oder über das Bild in Form unserer Sprechblase ragend platziert werden.

Die Variante mit Bild in Form unserer Sprechblase kann auch für unsere Kernaussagen verwendet werden, gerne auch in Verbindung mit einem über die Sprechblase ragenden Freisteller. Hier ist es besonders wichtig, den Text kurz und in großer Schrift zu halten.



How to: Sprechblase + Freisteller

- Step 1:
Text & Logo platzieren
- Step 2:
HG Bild platzieren
- Step 3:
HG kopieren & an selber Stelle einfügen
- Step 4:
Oberes Bild freistellen
- Step 5:
Sprechblase hinter Text platzieren (Wie ein Sandwich aus HG + Sprechblase + Freisteller)

EINFÄR- BIG + TEXT

Hier ist es besonders wichtig, die Mes-
sage kurz zu halten. So kann für die
Headline eine große Schriftgröße ge-
wählt werden, unterstützt durch z.B.
einen Call to Action im Störer.



TEXT + GAFIK- ELEMENTEN- TE

Um die Message noch mehr hervorzuheben, können unsere grafischen Elemente zum Einsatz kommen. Die Pfeile lassen sich z.B. gut einsetzen, wenn wir zeigen wollen, dass mit uns etwas weiter geht, die Konfetti für feierliche Anlässe (MV, Sommerfest,...), etc.



TEXT + GRAFIK- ELEMENT- TE

Bei Shareables zu Job-Ausschreibungen wird der Jobtitel in Grau im „Meer der anderen Jobs“ hervorgehoben.

Für unsere Kernaussagen gibt es die Möglichkeit, diese über die Bubble ragen zu lassen. Auch hier ist es besonders wichtig, den Text kurz und in großer Schrift zu halten.

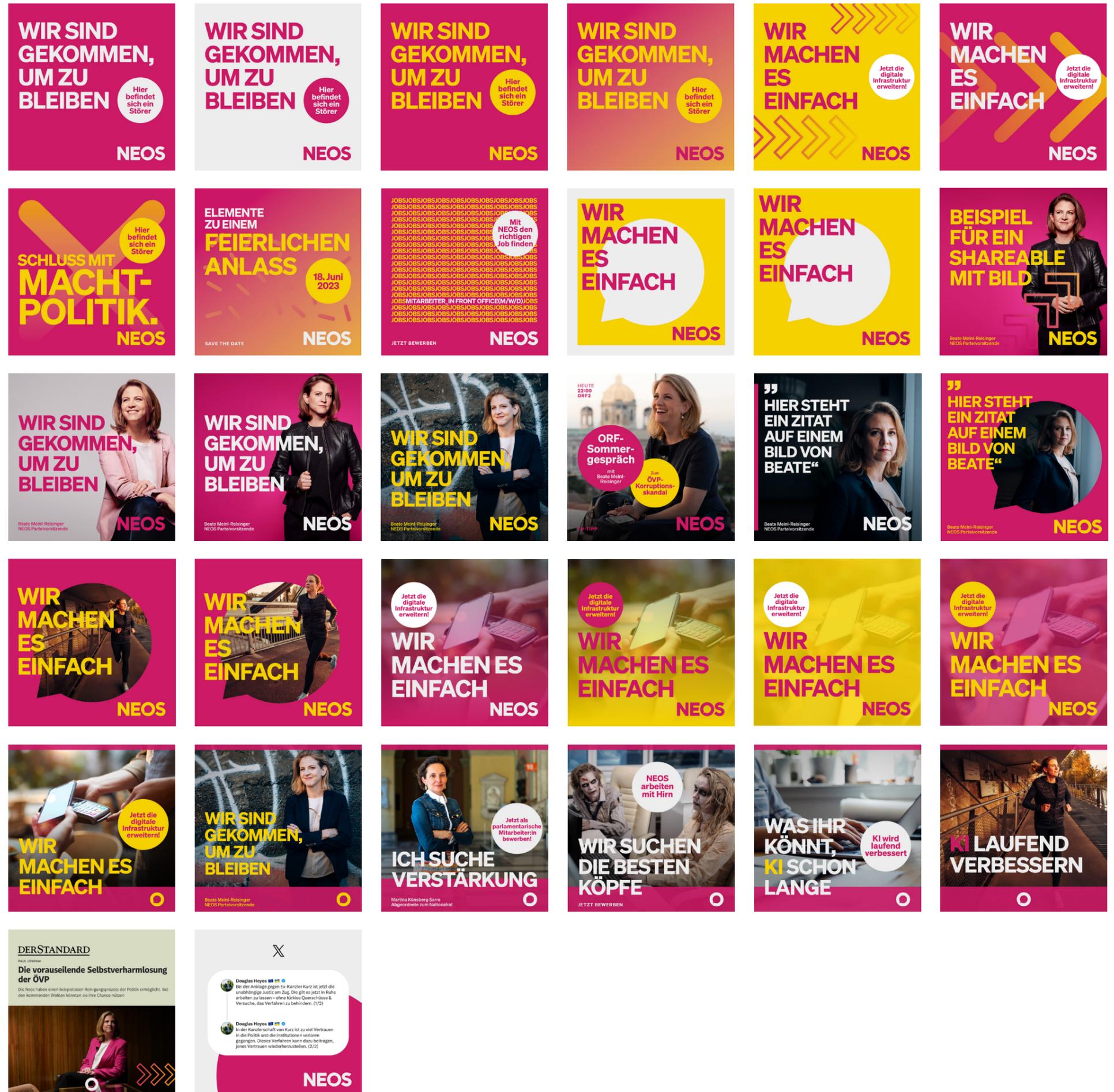


TEILEN EXTER- NER MEDIEN

Beim Teilen von Zeitungsartikeln bzw. Twitter/X Beiträgen muss das Logo des jeweiligen Mediums immer am Shareable ersichtlich sein. Hier werden Screenshots der jeweiligen Artikel am Shareable platziert. Bei Zeitungsartikeln dürfen gerne auch Farben und Stil des jeweiligen Mediums im Posting übernommen werden.



ALLE VORLA- GEN IM ÜBER- BLICK



ALLE VORLAGEN FINDEST DU AUCH AUF CANVA:

<https://www.canva.com/folder/FAFqMkhxXXk>

Version 1.3
September 2023

NEOS

Freiheit
Fortschritt
Gerechtigkeit

**NEOS
SOCIAL
MEDIA
GUIDE**

Für Fragen und Anregungen:
mediacenter@neos.eu