



Corporate Design Handbuch **AO Agrar-Office**

Visuelle Kommunikation

Inhalt

Einleitung	03	Co-Branding	27
Logo	04	5.1 Co-Branding _ Position	28
1.1 Logo _ Varianten	05	Händlerereindruck	29
1.2 Logo _ Schutzzone	06	6.1 Händlerereindruck _ Position und Größe	30
1.3 Logo _ Einsatz	07	Bildsprache	31
1.4 Logo _ Module	08	Key Visuals	33
Typografie	09	8.1 Key Visual _ allgemein	34
2.1 Typografie _ Schriftarten und Schriftschnitte	10	8.2 Key Visual _ AO Pflanze Weizen	35
2.2 Typografie _ Schriftformate	12	8.3 Key Visual _ AO Pflanze Gerste	36
Farbsystem	13	8.4 Key Visual _ AO Tier	37
3.1 Farbsystem _ Markenfarben	14	8.5 Key Visual _ AO Betrieb	38
3.2 Farbsystem _ Gestaltungsfarben	15	Anwendungen	39
3.3 Farbsystem _ Modulfarben	16	8.1 Anwendungen _ Katalog	40
Grundraster	17	8.2 Anwendungen _ Anzeigen	41
4.1 Grundraster _ Schritt 1 _ Logo	18	8.3 Anwendungen _ Einladung	42
4.2 Grundraster _ Schritt 2 _ URL	19	8.4 Anwendungen _ Flyer DINlang	43
4.3 Grundraster _ Schritt 3 _ Co-Branding	20	8.5 Anwendungen _ Plakat	44
4.4 Grundraster _ Schritt 4 _ Bild	21	8.6 Anwendungen _ Präsentation	45
4.5 Grundraster _ Schritt 5 _ Headline	22	8.7 Anwendungen _ Roll Ups	46
4.6 Grundraster _ Schritt 6.1 _ Module mit Headline	23	Impressum	47
4.7 Grundraster _ Schritt 6.2 _ Module ohne Headline	24		
4.8 Grundraster _ Vorder- und Rückseite	25		
4.9 Grundraster _ Aktionsstörer und Infobox	26		

Hinweis

Die in diesem Dokument definierten Regeln gelten für AO Agrar-Office, ein Produkt der FarmFacts GmbH.

Die Richtlinien gelten sowohl für die interne als auch für die externe Kommunikation. Um einen einheitlichen visuellen Auftritt der Marke zu gewährleisten, ist es notwendig, diese Vorgaben einzuhalten.

Bei Unklarheiten in der praktischen Anwendung können Sie sich gerne an Frau Sarah Herzner: sarah.herzner@farmfacts.de wenden.

Diese CD-Regeln sind in folgender Sprache verfügbar: deutsch

Die Produktmarke AO Agrar-Office ist eine Eigenmarke der FarmFacts GmbH. In diesem Handbuch befinden sich die Gestaltungsregeln für die Marke AO Agrar-Office.

In der Kommunikation ist darauf zu achten, dass es nur einen Absender geben kann. Wenn also Produkte und Dienstleistungen der Marke AO Agrar-Office kommuniziert werden, dann unter Verwendung der nachfolgend aufgeführten Gestaltungsrichtlinien. Optimalerweise wird in der Kommunikation mit dem Absender der Eigenmarke AO Agrar-Office stets auf die Unternehmung und die komplementären Dienstleistungen der FarmFacts mit dem Ziel des idealen Cross-Sellings verwiesen. Dabei ist mindestens immer das Co-Branding unter Beachtung der definierten Richtlinien (Seite 20 und 27) zu verwenden.

1. Logo

Einsatz der Wortmarke

Logo AO Agrar-Office ohne Claim



Logo AO Agrar-Office mit Claim



1

Varianten

Das Logo ist eines der gestalterischen Kernmerkmale des Corporate Designs. Form und Farben sind fest definiert und dürfen nicht verändert werden.

Das Logo gibt es in zwei Varianten:

- ohne Claim
- mit Claim

Die Variante mit Claim ist für die Kommunikation zu bevorzugen und wenn möglich immer zu verwenden. In der Software kann das Logo auch ohne Claim eingesetzt werden.

Größenangaben

Logo ohne Claim

darf in der Anwendung eine Höhe von 4 mm nicht unterschreiten.

Logo mit Claim

darf in der Anwendung eine Höhe von 7 mm nicht unterschreiten.

Logo AO Agrar-Office (mit Claim) mit Schutzzone



Kastenhöhe = X

= Schutzzone

1

Schutzzone

Das Logo wird von einer Schutzzone umgeben, die eine räumliche Präsenz der Marke gewährleisten soll.

Sie orientiert sich an der Kastenhöhe von Agrar-Office und beschreibt den optimalen Frei-raum, der um die Marke eingehalten werden soll. Nach links erstreckt sich die Schutzzone über das ganze Dokument.

Um es zu vereinfachen, ist es gestattet die Werte der Größen auf- bzw. abzurunden.

Logo AO Agrar-Office farbig

2-Farbdruck, mit Sonderfarbe Pantone 347
oder 4-Farbdruck, in CMYK



Logo AO Agrar-Office Graustufen

1-farbig, Schwarz



Logo AO Agrar-Office auf dunklem Hintergrund

2-Farbdruck, mit Sonderfarbe Pantone 347
oder 4-Farbdruck, in CMYK



Logo AO Agrar-Office: unzulässige Anwendungen



kein Einsatz auf anderen Farben ohne weißen Fond



keine Negativversion



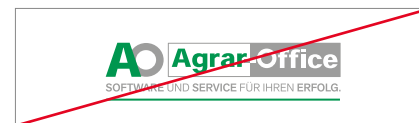
keine Platzierung auf Bildern



keine Platzierung auf Illustrationen



keine Farbveränderungen



keine Erweiterungen

1

Einsatz

Das Logo steht immer auf weißem Untergrund. Es darf nie auf Bildern und Illustrationen oder negativ platziert werden. Die Proportionen des Logos dürfen nicht verändert werden. Gestaltungselemente, wie Texte oder Grafiken dürfen nicht in den Schutzraum eindringen. Die Wortmarke darf zudem nicht eigenständig um Textelemente erweitert werden. Auf dunklen Untergründen wird das Logo mit einem weißen Fond hinterlegt, der in seiner Größe mindestens dem definierten Freiraum der Wortmarke entspricht.

Mehr zur Größe und Position siehe Seite 17 bis 18.

Logoverversionen Dateinamen

AO_Logo_2C
AO_Logo_Claim_2C
(2-Farbdruck, mit Sonderfarbe Pantone 347)

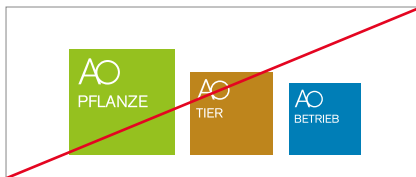
AO_Logo_4C
AO_Logo_Claim_4C
(4-Farbdruck, in CMYK)

AO_Logo_sw
AO_Logo_Claim_sw
(1-farbig, Schwarz positiv)

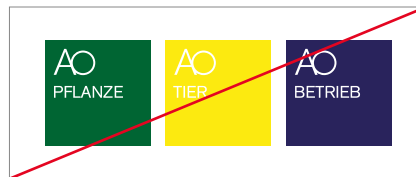
Module



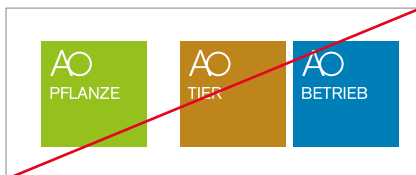
Module: unzulässige Anwendungen



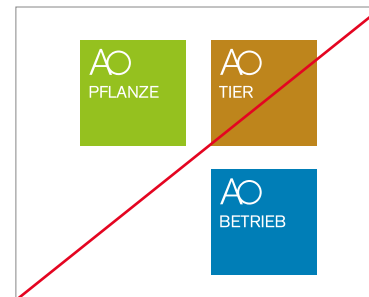
keine unterschiedlichen Größen



keine Farbveränderungen



keine unterschiedlichen Abstände



keine anderen Anordnungskombinationen

1

Module

Die Module sind ein fester Bestandteil des Corporate Designs. Form und Farben sind fest definiert und dürfen nicht verändert werden. Alle Module müssen immer das gleiche Größenverhältnis haben und in gleichmäßigen Abständen immer alle nebeneinander bzw. untereinander gesetzt werden. Ausnahme ist das Onlinemodul auf der Startseite Homepage. Hier musste aufgrund von Platzmangel auf die Abstände verzichtet werden.

Farbdefinition siehe Seite 16

Position siehe Seite 23 bis 24

Größe

Das Modul darf in der Anwendung eine Höhe und Breite von 10 mm nicht unterschreiten.

Ausnahme

Die Module dürfen mit einer feinen weißen Outline und als Hinweis mit einem Hacken versehen werden (Siehe Seite 34 Key Visual allgemein)

Module Dateinamen

(4-Farbdruck, in CMYK)

AO_Modul_Pflanze

AO_Modul_Tier

AO_Modul_Betrieb

2. Typografie

Schriftarten und Schriftschnitte

Akzidenz Grotesk Next

Akzidenz Grotesk Next Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Aa

Nemquiasitem et ate nonsect urionsequis magnis ipsunt pa nimet eveliti unditio. Ebis aute pe ni volupta necabore des et ea venis excerum asimus rehenda am, int etusanimus nus del inullorum ut alianduste arissitae exerferias estiamustest ex es et esci rem ipictius sincta. Nemquiasitem et ate nonsect urionsequis magnis ipsunt pa nimet eveliti unditio. Ebis aute pe ni volupta necabore des et ea venis excerum asimus rehenda am, int etusanimus nus del inullorum ut alianduste arissitae exerferias estiamustest ex es et esci rem ipictius sincta.

Akzidenz Grotesk Next Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Aa

Nemquiasitem et ate nonsect urionsequis magnis ipsunt pa nimet eveliti unditio. Ebis aute pe ni volupta necabore des et ea venis excerum asimus rehenda am, int etusanimus nus del inullorum ut alianduste arissitae exerferias estiamustest ex es et esci rem ipictius sincta. Nemquiasitem et ate nonsect urionsequis magnis ipsunt pa nimet eveliti unditio. Ebis aute pe ni volupta necabore des et ea venis excerum asimus rehenda am, int etusanimus nus del inullorum ut alianduste arissitae exerferias estiamustest ex es et esci rem ipictius sincta.

2

Print-Kommunikation

Um einen einheitlichen und hochwertigen Look zu gewähren, werden für die gesamte Printkommunikation von AO Agrar-Office die Schriftschnitte Akzidenz Grotesk Next Regular und Medium verwendet. Somit wird die Wiedererkennbarkeit garantiert.

In vereinzelt Fällen, sowie für gezielte Auszeichnungen (beispielsweise Zweisprachigkeit) ist zusätzlich der Einsatz der Akzidenz Grotesk Next Italic erlaubt. Beim Gestalten von Medien ist darauf zu achten, dass das Markenerstellungsbild durch die Schriftschnitte AGN Regular und AGN Medium geprägt wird.

Arial

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Aa

Nemquiasitem et ate nonsect urionsequis magnis ipsunt pa nimet eveliti unditio. Ebis aute pe ni volupta necabore des et ea venis excerum asimus rehenda am, int etusanimus nus del inullorum ut alianduste arissitae exerferias estiamustest ex es et esci rem icipitius sincta. Nemquiasitem et ate nonsect urionsequis magnis ipsunt pa nimet eveliti unditio. Ebis aute pe ni volupta necabore des et ea venis excerum asimus rehenda am, int etusanimus nus del inullorum ut alianduste arissitae exerferias estiamustest ex es et esci rem icipitius sincta.

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Aa

Nemquiasitem et ate nonsect urionsequis magnis ipsunt pa nimet eveliti unditio. Ebis aute pe ni volupta necabore des et ea venis excerum asimus rehenda am, int etusanimus nus del inullorum ut alianduste arissitae exerferias estiamustest ex es et esci rem icipitius sincta. Nemquiasitem et ate nonsect urionsequis magnis ipsunt pa nimet eveliti unditio. Ebis aute pe ni volupta necabore des et ea venis excerum asimus rehenda am, int etusanimus nus del inullorum ut alianduste arissitae exerferias estiamustest ex es et esci rem icipitius sincta.

2

Online-Kommunikation inkl. MS Office

Bei Online- und Büroanwendungen, wie zum Beispiel MS Office, wird ausschließlich die Schrift „Arial“ verwendet.

Zur Erweiterung der Schriftvarianz können zwei verschiedene Schriftschnitte dieser Schriftfamilie verwendet werden: Arial Regular (normal) und Arial Bold (fett). Das Schriftbild der für Bildschirme optimierten Systemschrift „Arial“ ähnelt der AO Agrar-Office-Hausschrift (Akzidenz Grotesk Next) sehr stark, wodurch die Sachlichkeit und Klarheit des AO Agrar-Office Designs gewahrt wird. Die Kombination unterschiedlicher Schrifttypen ist nicht gestattet.

Akzidenz Grotesk Next

Ein Titel in 48pt.

Akzidenz Grotesk Next Medium

Hier steht eine Headline in 28pt.

Akzidenz Grotesk Next Regular

Hier steht eine Subheadline in 18pt.

Akzidenz Grotesk Next Regular

- Aufzählungspunkt
- Aufzählungspunkt
- Aufzählungspunkt

Fließtext mit Auszeichnung 9pt / ZAB 13pt.

Otatur ad quam se di Fuibu adaid ullaboritium quatis que pro oditiist apiet Lautet lamil, qui utem es Dolupta pores Errorers pelendis dolupastatio consequae Aut que moluptaepero temolupt at sinima Polorpos mos Sequi opta que nonsedit **Auszeichnung** quiaeris unt la vle.

Fließtext mit Auszeichnung Mindestgröße 6pt / ZAB 9pt.

Otatur ad quam se di Fuibu adaid ullaboritium quatis que pro oditiist apiet Lautet lamil, qui utem es Dolupta pores Errorers pelendis dolupastatio consequae Aut que moluptaepero temolupt at sinima **Auszeichnung** Polorpos mos Sequi opta que nonsedit **Auszeichnung** quiaeris unt la velet Sae odi velest Quiaulla nusapis.

2

Schriftformate

Titel werden in Schwarz in der AGN Medium gestetzt. Headlines, Subheadlines und Fließtexte werden in der AGN Regular in der Regel Schwarz gesetzt. Es ist aber auch erlaubt Grün sowie Schwarz/Grün in Kombination bei Headlines und Subheadlines zu verwenden. Wichtig ist dabei, dass eine Variante stringent weiterverfolgt wird. Wird z.B. Headline grün und Subheadline schwarz gesetzt, ist dies innerhalb eines Printproduktes einheitlich zu setzen.

Bei Headlines, die auf Bilder gesetzt werden, ist auf die Lesbarkeit zu achten.

Aufzählungspunkte immer in Schriftfarbe und mit Kästchen setzen. (siehe Kasten links)

Auszeichnungen werden mit der AGN Medium hervorgehoben.

Zeilenabstände (ZAB)

- bis 18 pt: Schriftgröße x 1,4
 - ab 18 pt: wie Schriftgröße (kompress)
- Laufweite: 0

Alle Texte werden im Blocksatz gesetzt. Außnahmen sind natürlich Aufzählungen.

Gleiche Regeln gelten für die interne Schriftart Arial
 Arial Regular = AGN Regular
 Arial Bold = AGN Medium

3. Farbsystem

Definitionen und Einsatz

AO Agrar-Office Markenfarben

AO Agrar-Office Grün

Pantone	347
CMYK	100/0/90/0
RGB	0/150/80
HEX	#009650

AO Agrar-Office 50% Schwarz

CMYK	0/0/0/50
RGB	157/157/157
HEX	#9d9d9c

AO Agrar-Office Weiß

CMYK	0/0/0/0
RGB	255/255/255
HEX	#FFFFFF

3

Markenfarben

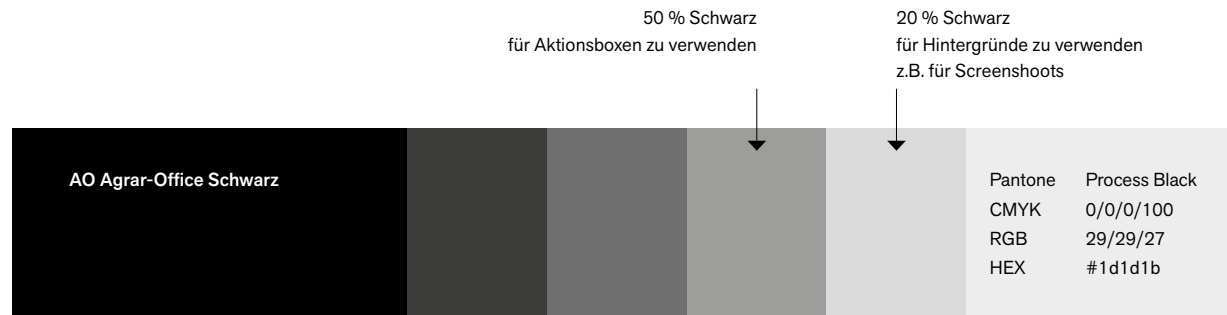
Das AO Agrar-Office Farbsystem besteht aus den Markenfarben Grün, Grau und Weiß. Weiß und Grau wird flächig eingesetzt, während Grün hauptsächlich in der Typografie und in Boxen verwendet wird.

AO Agrar-Office Grün darf nicht aufgerastert werden.

Das Farbspektrum von AO Agrar-Office finden in unterschiedlichen Farbsystemen Verwendung: als Sonderfarbe (Pantone), für Vierfarbdrucke (CMYK) und für Bildschirmanwendungen (RGB). Der definierte Pantone-Farbtone bildet die Referenz, dem sich die ergänzenden Farbsysteme bestmöglich annähern.

Die Bildschirmdarstellung im RGB-Farbraum kann, je nach Kalibrierung des Monitors, farblich von der Referenz geringfügig abweichen.

AO Agrar-Office Gestaltungsfarben



3

Gestaltungsfarben

Als Gestaltungsfarben stehen zusätzlich Grau, Grün, Rot und Schwarz zur Verfügung.

AO Agrar-Office Grün darf nicht aufgerastert werden.

Schwarz wird primär für Typografie verwendet, Grün eignet sich für vereinzelte Auszeichnungen und zum Setzen von z.B. Infoboxen. Screenshots werden auf einen 20 %igen Schwarz Fond platziert.

Ausschließlich für Aktionsstörer und in der werblichen Kommunikation wird die Auszeichnungsfarbe Rot verwendet.

AO Agrar-Office Modulfarben					
AO Agrar-Office Modul AO Pflanze					CMYK50/0/100/0 RGB148/193/31 HEX#94c11f
AO Agrar-Office Modul AO Tier					CMYK30/50/100/0 RGB190/133/28 HEX#be851c
AO Agrar-Office Modul AO Betrieb					CMYK85/40/10/0 RGB0/126/182 HEX#007eb6

3

Modulfarben

Die Module sind ein fester Bestandteil des Corporate Designs.

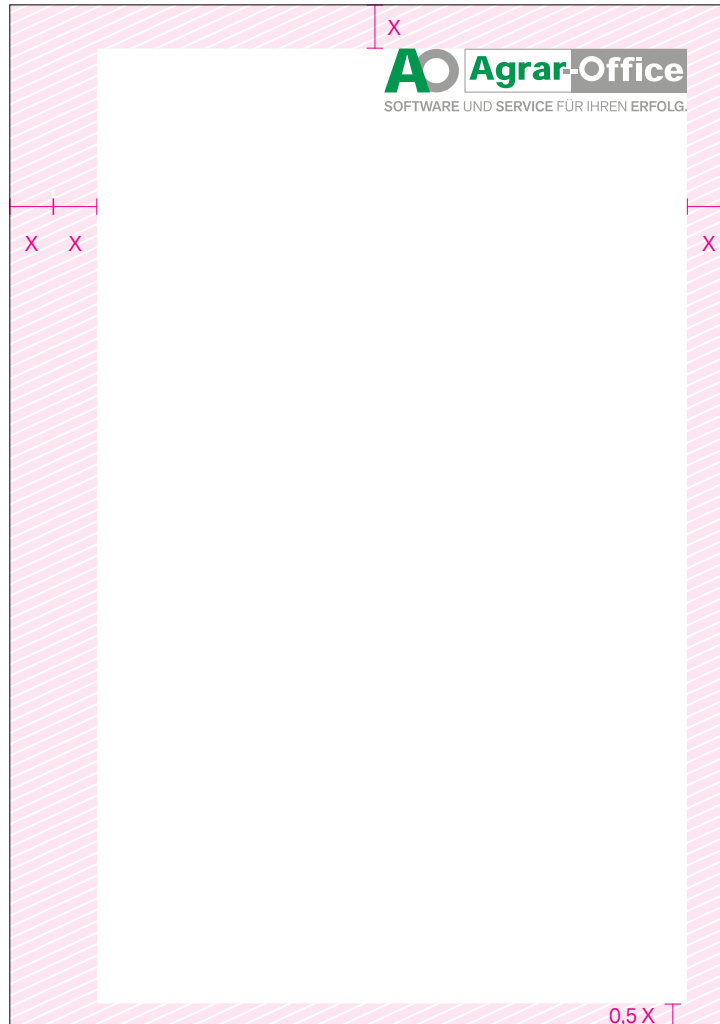
Die Farben der Module dürfen nicht verändert werden und dienen als Farbcodierung der einzelnen Produktbereiche AO Pflanze, AO Tier und AO Betrieb.

Die Farben mit Abstufungen kommen in der Gestaltung nur innerhalb des jeweiligen Moduls zum Einsatz (siehe Beispiel Katalog Seite 40) und dürfen nicht bei der Gestaltung von allgemeinen Seiten verwendet werden.

4. Grundraster

Leitfaden für Proportionen und
Stand der einzelnen Elemente

AO Agrar-Office Grundraster am Bsp. A4



Logo
42 % = 88,2 mm

4

Grundraster

Das Grundraster ist in sechs Schritten aufgebaut und gibt die Sicherheit für ein einheitliches Erscheinungsbild.

Vorgehensweise Schritt 1

Logogröße definieren

42 % der kurzen Seite des Dokuments ergibt die Logobreite.

Beispiel A4: 88,2 mm Logobreite
Um es zu vereinfachen ist es gestattet die Werte der Größen auf- bzw. abzurunden.

Abstand zum Rand

Durch die Logogröße definiert sich die Schutzzone, die zugleich den Rand definiert.

(Schutzzone siehe Seite 6)

Rand unten muss mindestens 0,5 mal X sein.

Um es zu vereinfachen ist es gestattet die Werte der Größen auf- bzw. abzurunden.

Bei Formaten, die sich außerhalb der DIN oder den Proportionen wie bei unserem Beispiel A4 befinden, muss die Logobreite individuell definiert und mit der Marketingabteilung abgestimmt werden.

AO Agrar-Office Grundraster am Bsp. A4



Logo
42 % = 88,2 mm

URL
32 % = 28,2 mm

4

Vorgehensweise Schritt 2

URL Größendefinition und Stand

Die Breite der URL ist **32 %** der Logobreite und steht immer unten rechts im Dokument.

Beispiel A4: 28,2 mm Breite URL
Um es zu vereinfachen ist es gestattet die Werte der Größen auf- bzw. abzurunden.

Die URL wird allgemein bei allen Anwendungen ohne „www“ gesetzt.

AO Agrar-Office Grundraster am Bsp. A4



4

Vorgehensweise Schritt 3

Co-Branding FarmFacts Größendefinition und Stand

Die Logobreite des FarmFacts Logo ist **42 %** der Logobreite des AO Agrar-Office Logo und steht immer unten links im Dokument.

Das Logo hat immer den Zusatz:
„AO Agrar-Office ist ein Produkt von.“
Dieser Zusatz steht immer über oder links vom Co-Branding Logo.

Beispiel A4: 37 mm Logobreite FarmFacts
Um es zu vereinfachen ist es gestattet die Werte der Größen auf- bzw. abzurunden.

AO Agrar-Office Grundraster am Bsp. A4



Bildbereich
74 % = 219,8 mm

4

Vorgehensweise Schritt 4

Positionierung des Bildes

Die Bildhöhe entspricht **74 %** der Formathöhe.
Es positioniert sich mit dem Abstand X unter dem Logo und wird randabfallend gesetzt.
(Definition für X siehe Schutzzone Seite 6)

Beispiel A4: 219,8 mm Bildhöhe
Um es zu vereinfachen ist es gestattet die Werte der Größen auf- bzw. abzurunden.

AO Agrar-Office Grundraster am Bsp. A4



Variante 1



Variante 2

4

Vorgehensweise

Schritt 5

Positionierung Headline Variante 1

Die Headline positioniert sich mit dem Abstand 3 mal X unter dem Logo gesetzt.

Positionierung Headline Variante 2

Wenn die Headline unter das Bild gesetzt wird positioniert sie sich mit einem Mindestabstand X unter dem Bildbereich.

AO Agrar-Office Grundraster am Bsp. A4



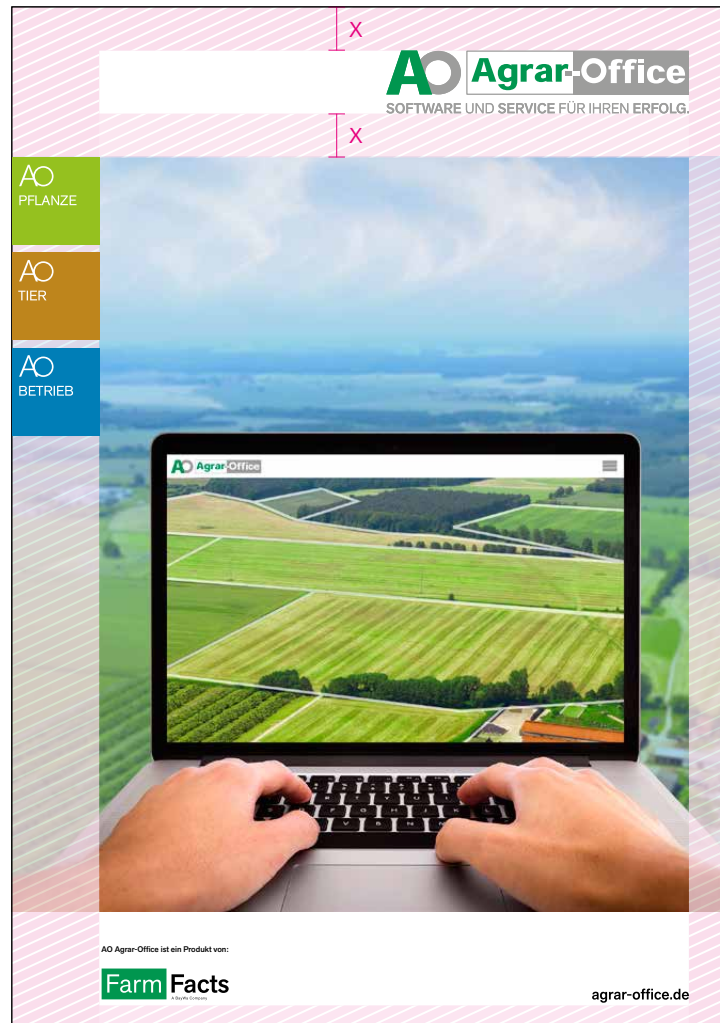
4

Vorgehensweise
Schritt 6.1

Positionierung Module

Die Module werden bündig zum Bild in der
Randbreite (2 mal X) links gesetzt.

AO Agrar-Office Grundraster am Bsp. A4



4

Vorgehensweise
Schritt 6.2

Positionierung Module ohne Headline
Die Module werden bündig zum Bild oben in der Randbreite (2 mal X) links gesetzt.

AO Agrar-Office Co-Branding FarmFacts



4

Vorder- und Rückseite

Das Bild der Vorderseite wird mit einem grauen Fond auf der Rückseite weiter geführt.

Auf der Rückseite werden im unteren weißen Balken Informationen wie CO-Branding, Absender (Anschrift, Tel, Fax, Mail-Adresse sowie der Link zum direkten Ansprechpartner) aufgeführt. Der obere weiße Balken bleibt frei von Informationen. Der graue Bereich (20 % Schwarz) ist max. dem Händlereindruck (siehe Seite 29) vorbehalten.

Ebenso die Module. 1/2 mal X.

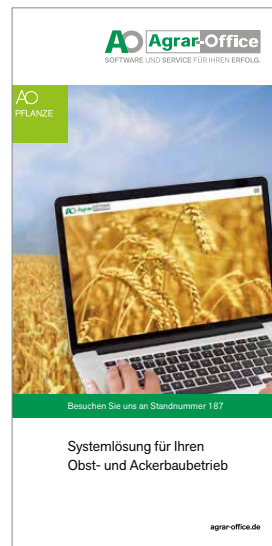
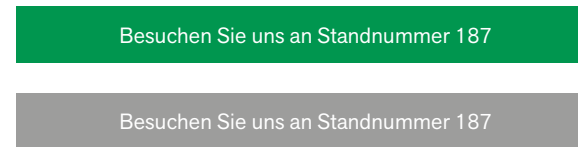
Gibt es eine Rückseite so wandert das Co-Branding auf die Rückseite. Weiter Informationen zum Co-Branding siehe Seite 27.

AO Agrar-Office Aktionsstörer

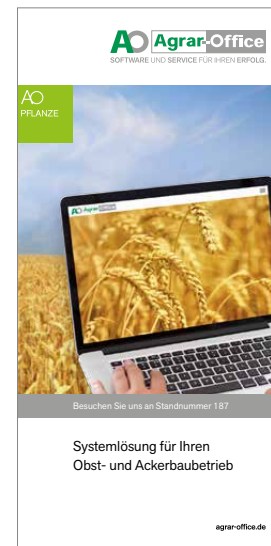


Anwendungsbeispiel

AO Agrar-Office Infobox



Anwendungsbeispiel



4

Aktionsstörer

Der Aktionsstörer wird für kurze wichtige Botschaften verwendet, die besonders hervorgehoben werden sollen.

Drehung: 8° gegen den Uhrzeigersinn.
Niemals mehr als ein roter Störer pro Seite!

Infobox

Für Botschaften mit mehr Text in den Farben Grün und 50 % Schwarz.

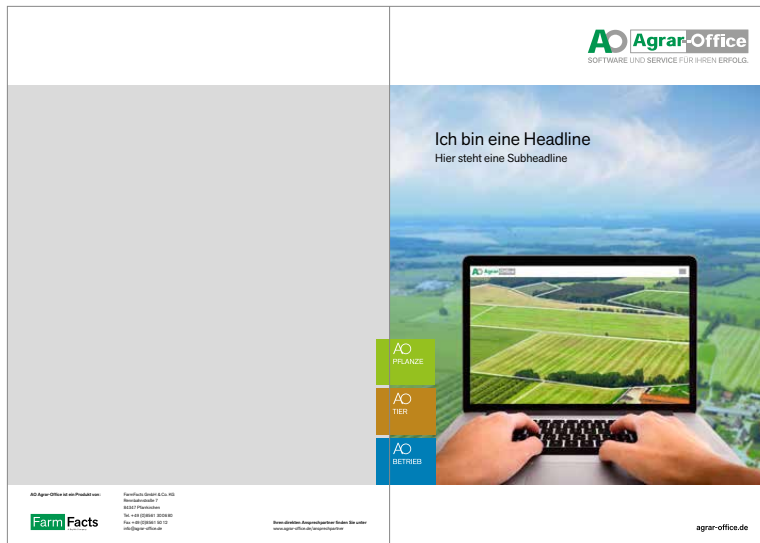
Wichtige Botschaften, die nicht absolute Prio 1 haben. Einzusetzen, wenn es bereits einen roten Störer auf der gleichen Seite gibt oder die Textmenge mehr Platz benötigt.

Die Infoboxen werden niemals in den Laptop gesetzt, sondern immer an den unteren Rand des Bildes.

5. Co-Branding

FarmFacts

AO Agrar-Office Co-Branding FarmFacts



Co-Branding

Das Co-Branding FarmFacts ist auf mehrseitigen Dokumenten immer auf der Rückseite unten links zu setzen.

Bei einem einseitigen Dokument positioniert sich das Co-Branding ebenfalls unten links.

Es darf nicht zweimal auf einem Dokument
gesetzt werden.

Angaben zur Größe und Position siehe Seite 20.

6. Händler- eindruck

AO Agrar-Office Händlereindruck



6

Händlereindruck

Für unsere Partner (Händler und Hersteller) kann die Rückseite (weißes Feld auf grauem Fond) mit Logo versehen werden.

Größe der weißen Fläche: 80 x 45 mm

Der Bereich beinhaltet immer einen Textzusatz, z.B. „Erhältlich bei:“

7. Bildsprache



7

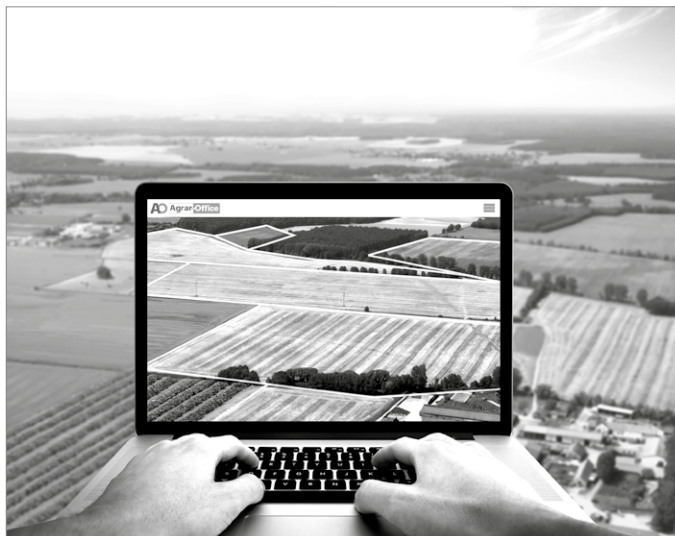
Bildsprache

AO Agrar-Office ist das bewährte Farm-Management-System der FarmFacts. In das Produkt fließen mehr als 30 Jahre Erfahrung bei der Entwicklung innovationsstarker Softwarelösungen für landwirtschaftliche Anforderungen und technologische Kompetenz ein.

Bilder sind ein wesentlicher Bestandteil des AO Agrar-Office Markenauftritts. Mit keinem anderen Gestaltungselement kann die Software besser emotionalisiert und die Leistung besser transportiert werden.

Bei der Bildauswahl ist darauf zu achten, aussagekräftiges Bildmaterial zu verwenden. Nach Möglichkeit sollten Bilder realistisch retuschiert werden, keine unechten/irrealen Bildkompositionen, z.B. Satellit im Getreidefeld. Je nach Thema ist passendes Bildmaterial sowie Screenshots aus der Software, die auf grauem Fond platziert werden, zu verwenden.

8. Key Visuals



8

Key Visual

Das Key Visual für den allgemeinen Auftritt von AO Agrar-Office schafft die Verbindung zwischen Produkt, Anwendung und Arbeitsumfeld des Kunden.

Die Digitale- und Arbeitswelt werden miteinander verknüpft und alle drei Module AO Pflanze, AO Tier und AO Betrieb sind ersichtlich.

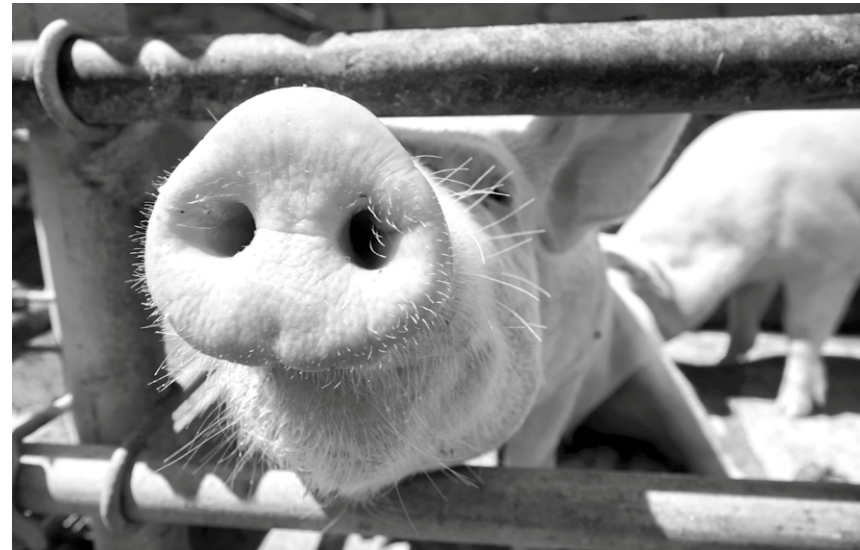
Bei allen Key Visuals (siehe Seite 35 bis 38) wird das Arbeitsumfeld mit dem Produkt (dargestellt durch den Laptop) verbunden.

Im allgemeinen Key Visual setzen wir Augmented Reality Elemente (weiße Linien um Felder) direkt in den Laptop. Im Hintergrund verläuft das Bild etwas unschärfer in die Weite. Bei den 3 Key Visuals zu AO Pflanze, AO Tier und AO Betrieb befindet sich im Laptop immer die Nahaufnahme, im Hintergrund ist die Weite zu sehen. Hier setzen wir keine AR Elemente ein. Für AO Pflanze sind 2 unterschiedliche Visuals zu wählen: Weizen **oder** Gerste. Je nach Region kann aus diesen beiden Visuals eines gewählt werden.

Die Key Visuals sind anderen Bildern für die Titelfeld-Gestaltung vorzuziehen.



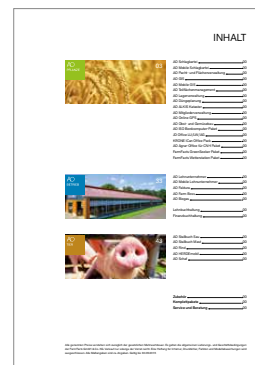
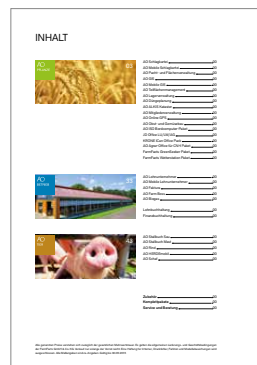
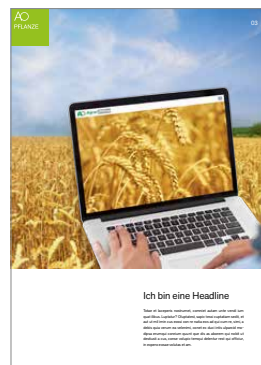
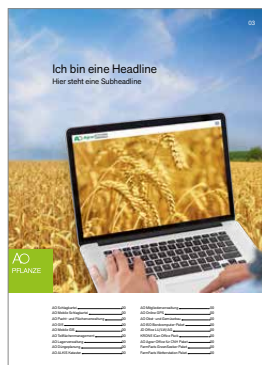






9. Anwendungen

AO Agrar-Office Katalog

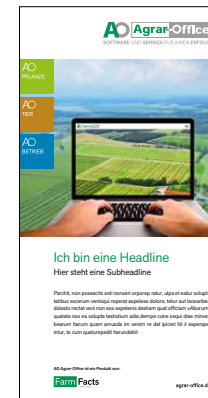


9

Katalog

- Bitte die Gestaltungsgrundlagen für Logo, Ränder, etc. beachten (Seite 17-26).
- Grundsätzlich: Farbigkeiten der Headlines innerhalb eines Mediums gleich; Platzierung von Seitenzahlen immer oben, nummeriert von 01 bis 99, etc.
- Kapiteltrenner: 2 Varianten. Eine davon ist zu wählen und innerhalb eines Mediums zu verfolgen.
- Editorial: Copy ist zweispaltig zu setzen. Inhalte sind innerhalb des definierten Rasters harmonisch zu setzen. Labels sind bestmöglich nach unten zu setzen.
- Inhaltsverzeichnis: Je nach Platzierung auf links oder rechts ist die richtige Variante zu wählen.
- Inhaltsseite: Je nach Modul ist die Farbwelt zu hinterlegen. Screenshots stehen immer auf Grau (20 % Schwarz), Hervorhebungen auf aufgerasterter Modulfarbe (AO Pflanze, AO Tier, AO Betrieb).

AO Agrar-Office Anzeigenserie



9

Anzeigen

- Bitte die Gestaltungsgrundlagen für Logo, Ränder, etc. beachten (Seite 17-26).

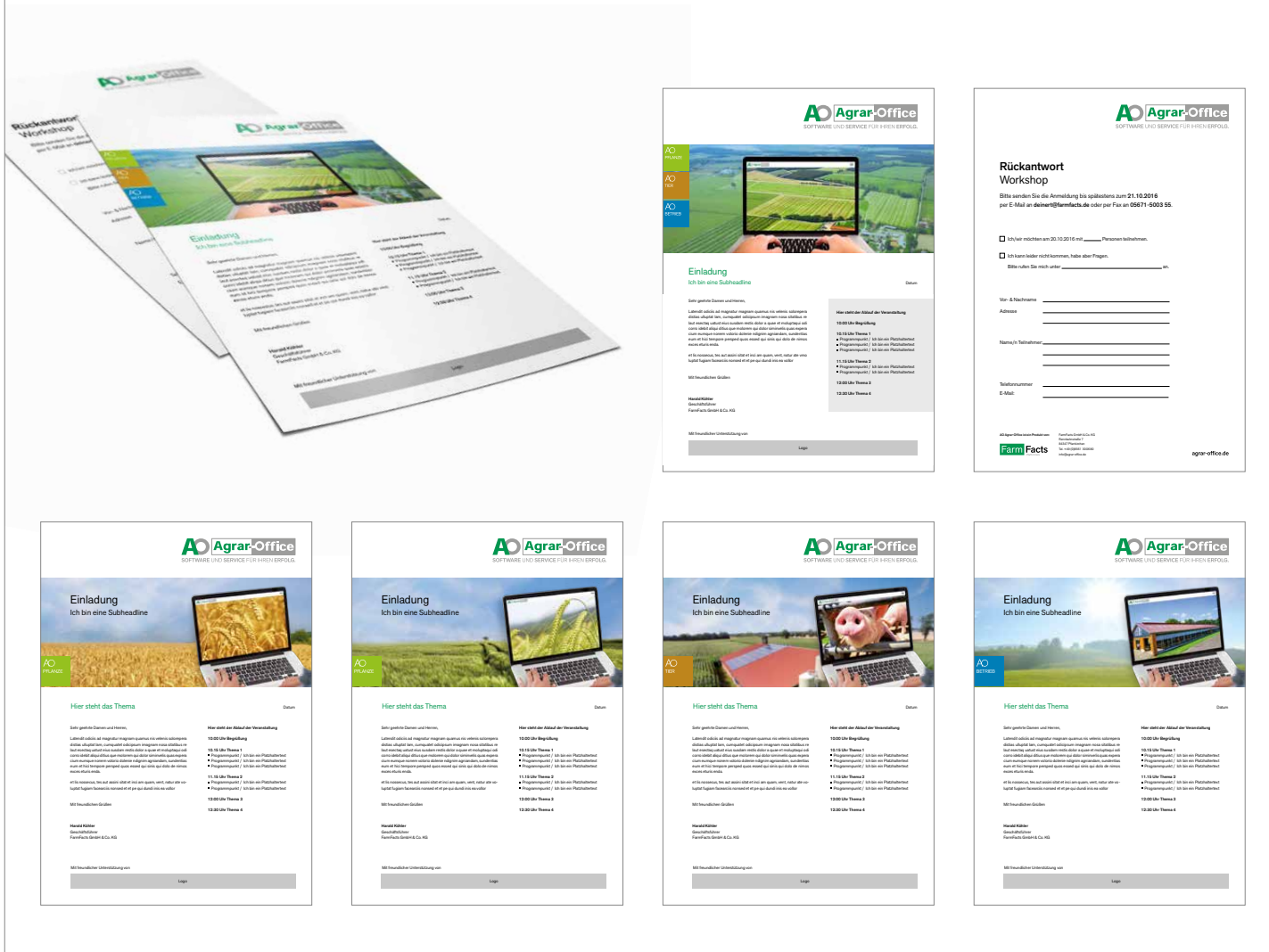
Bei Formaten die sehr schmal sind muss die Logogröße angepasst werden.

- Je nach Größe der Anzeige wird der Text 1- oder 2-spaltig gesetzt.

- Bei Anzeigen die nicht randabfallend sind immer einen Rahmen setzen.
Linienfarbe: Schwarz
Linienstärke: 0,7 pt

- Bei Querformaten kommt es auf das Textvolumen an. Siehe Gestaltungsbeispiele im Kasten links.

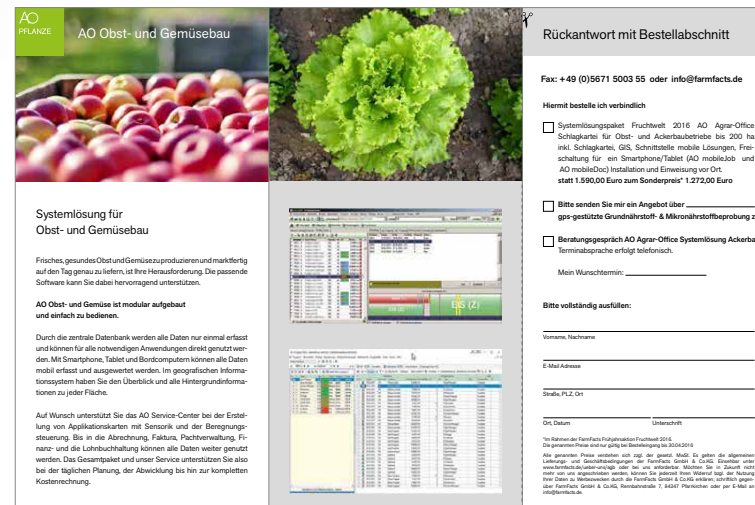
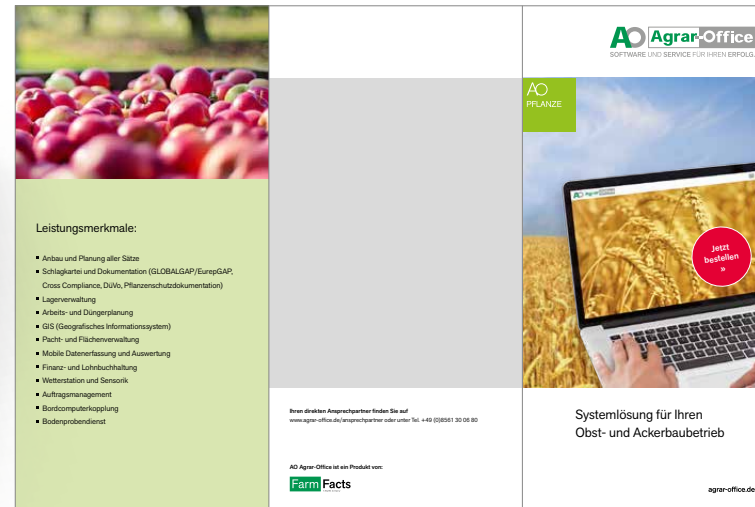
AO Agrar-Office Einladungstemplate



Einladung

- Bitte die Gestaltungsgrundlagen für Logo, Ränder, etc. beachten (Seite 17-26).
- Das Dokument ist zweispaltig aufgebaut. Links befindet sich der Fließtext, rechts die Kurzinfos.
- Bei der Allg. Einladung wird die Head- und Subline aufgrund der 3 Module unter das Bild gesetzt.
- Partner-Logos sollten im grauen Bereich platziert werden.

AO Agrar-Office Flyer AO Pflanze



Flyer

- Für die Gestaltung des Titels und der Rückseite bitte die Gestaltungsgrundlagen beachten (Seite 17-26).

Bei Formaten die sehr schmal sind muss die Logogröße angepasst werden.
z.B. DINlang Logobreite 60 mm

- Bilder im Innenbereich befinden sich im oberen Bereich. Es ist immer auf Bündigkeiten innerhalb des Layouts zu achten. Das Modul befindet sich immer oben links. Headlines werden mittig daneben gesetzt.
- Aktionsstörer für kurze wichtige Botschaften
Position: auf Bildschirm
Drehung: 8° gegen den Uhrzeigersinn.
Niemals mehr als ein roter Button pro Seite!
- Screenshoots werden immer auf einem grauen Fond (20% Schwarz) gesetzt.
- Hervorhebungen und Boxen können in der Modularfarbe (auch gerastert) gestaltet werden.

AO Agrar-Office Plakat A1

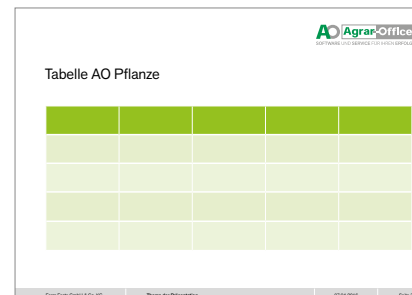
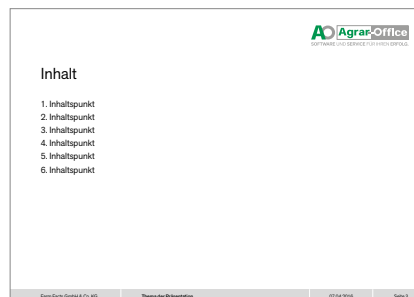


9

Plakate

Bitte die Gestaltungsgrundlagen für Logo, Ränder, etc. beachten (Seite 17-26).

AO Agrar-Office Power Point Präsentation

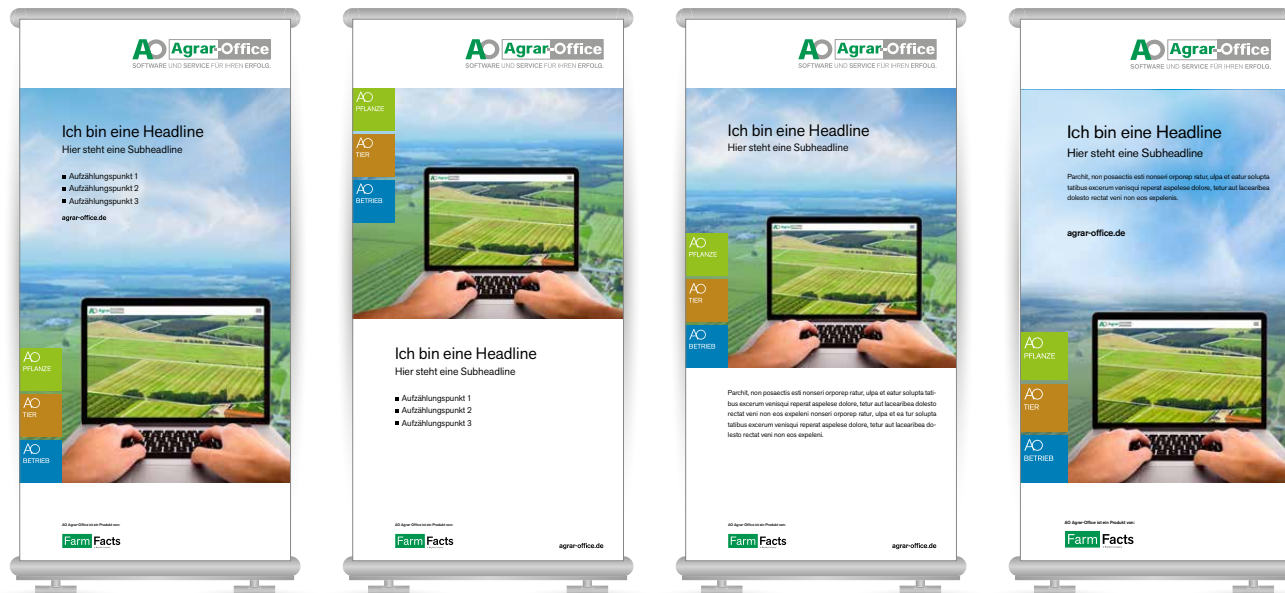


9

PowerPoint Präsentation

- Bitte die Gestaltungsgrundlagen für Logo, Ränder, etc. beachten (Seite 17-26).
- Zur Erstellung von Präsentationen steht Ihnen ein Powerpoint-Template mit vielen verschiedenen Folien zur Verfügung. Diese Vorlagen sind bindend, die Gestaltung darf nicht verändert werden.

AO Agrar-Office Roll Ups



Variante 1

Variante 2

Variante 3

Variante 4

9

Roll Ups

- Bitte die Gestaltungsgrundlagen für Logo, Ränder, etc. beachten (Seite 17-26).
- Copytext ist auf Roll Ups nur in Ausnahmefällen zu setzen. Besser auf kurze Aufzählungspunkte setzen, daher bevorzugt bitte Variante 1 und 2 verwenden.

Impressum

Urheberrechtshinweis

Sämtliche Inhalte dieses Dokuments, insbesondere Texte, Fotografien und Grafiken, sind urheberrechtlich geschützt. Bitte kontaktieren Sie die FarmFacts GmbH, falls Sie Inhalte dieses Dokuments verwenden möchten. Verstöße gegen das Urheberrecht sind gemäß §§ 106 ff. Urheberrechtsgesetz strafbar. Sie werden zudem kostenpflichtig abgemahnt und sind schadensersatzpflichtig. Alle im Dokument gezeigten Texte sind als Muster zu verstehen. Die rechtlichen Anforderungen der Medien sind mit den jeweiligen Organisationseinheiten abzustimmen, da sie abhängig sind vom Dokumententyp, der Gesellschaftsform, dem Land etc.

Herausgeber

FarmFacts GmbH
Vertrieb NEXT Farming und Marketing
St.-Martin-Straße 76
81541 München

Konzept, Text und Gestaltung

FarmFacts GmbH
KOMMID werbung

© 2016 FarmFacts GmbH

Stand 07/2016