

Loseblatt # 1

ENTWICKLUNG EINES STYLEGUIDES
ZUR STÄRKUNG DES WIEDERERKEN-
NUNGSWERTES DER DURCH DIE INNO-
VATIONSGRUPPE AUFWERTEN
DURCHGEFÜHRTEN ÖFFENTLICH-
KEITSARBEIT

Gerd Brünig, Daniela Brünig, Christian Böhm



Entwicklung eines Styleguides zur Stärkung des Wiedererkennungswertes der durch die Innovationsgruppe AUFWERTEN durchgeführten Öffentlichkeitsarbeit

Autoren

Gerd Brünig, Daniela Brünig, Christian Böhm

Anschriften und Kontaktdaten

Gerd Brünig, Atelier VorSicht, Adelheidstraße 62, 65185 Wiesbaden
E-Mail: gbruenig@vorsicht.de

Daniela Brünig, Atelier VorSicht, Adelheidstraße 62, 65185 Wiesbaden
E-Mail: dbruenig@vorsicht.de

Dr. Christian Böhm, Brandenburgische Technische Universität Cottbus-Senftenberg, Fachgebiet Bodenschutz und Rekultivierung, Konrad-Wachsmann-Allee 6, 03046 Cottbus
e-mail: boehmc@b-tu.de

Forschungsprojekt

"Innovationsgruppe AUFWERTEN – Agroforstliche Umweltleistungen für Wertschöpfung und Energie"

Projektlaufzeit: 01.11.2014 bis 31.07.2019

URL: <http://agroforst-info.de/>

Förderung und Förderkennzeichen:

Die Förderung des Projektes erfolgte durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) innerhalb des Rahmenprogramms Forschung für Nachhaltige Entwicklung (FONA)

Förderkennzeichen: 033L129

Die Verantwortung für den Inhalt dieses Loseblattes liegt bei den Autoren.

Cottbus, den 28.04.2020

INHALTSVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis	2
Zusammenfassung	4
1 Einleitung	5
2 Das Erscheinungsbild	5
2.1 Innovationsgruppe AUFWERTEN	5
2.2 Agroforst-Info	6
2.3 Anwendung und Fortführung des Erscheinungsbildes	8
2.3.1 Farben und Farbdefinitionen	8
3 Die Website www.agroforst-info.de	10
3.1 Technische Basis und Gestaltungsgerüst	10
3.2 Schriften der Website	11
3.3 Aufbau der Website.....	12
4 Anwendungsbeispiele für Grafiken und Printmedien der Innovationsgruppe AUFWERTEN	16
4.1 Faltblatt.....	16
4.2 Rollup und Hängebanner	17
4.3 Postkarte	17
4.4 Label für Agroforstprodukte	20
4.5 Agroforst-Veranstaltungen.....	21
4.6 Infografiken	22
4.7 Innovationskonzept.....	23
4.8 Weitere Anwendungen	23
4.9 Erweiterung von Grafikelementen	24

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Logo der Innovationsgruppe AUFWERTEN während der Vorbereitungsphase (links) und daraus abgeleitete finale Form (rechts)	6
Abbildung 2: Proportion und Farbcodes des Logos der Innovationsgruppe AUFWERTEN	6
Abbildung 3: Das Logo der Marke Agroforst-Info mit unterschiedlichen Farbvarianten des Logohintergrundes	7
Abbildung 4: Der Schutzraum des Logos der Marke Agroforst-Info	7
Abbildung 5: Systemgrafik bzw. „Keyvisual“ der Innovationsgruppe AUFWERTEN und der Marke Agroforst-Info	8
Abbildung 6: Für die Innovationsgruppe AUFWERTEN und die Marke Agroforst-Info charakteristische Farbkombination Grün, Braun, Blau	9
Abbildung 7: Druck-Farbdefinitionen für Printmedien (z.B. Faltblatt, Innovationskonzept) der Innovationsgruppe AUFWERTEN und der Marke Agroforst-Info	9
Abbildung 8: Bildschirm-Farbdefinitionen für digitale Medien (z.B. Website, Animationsfilm) der Innovationsgruppe AUFWERTEN und der Marke Agroforst-Info	10
Abbildung 9: Kopffarben der Unterseiten der Website agroforst-info.de	10
Abbildung 10: Ausschnitt der Startseite der Website agroforst-info.de vor der Nutzung dieser Internetpräsenz durch den Deutschen Fachverband für Agroforstwirtschaft (DeFAF) e.V.	11
Abbildung 11: Beispiele von Überschriften und Fließtext der Website www.agroforst-info.de... ..	12
Abbildung 12: Startseite der Website agroforst-info.de vor der Nutzung dieser Internetpräsenz durch den Deutschen Fachverband für Agroforstwirtschaft (DeFAF) e.V.	13
Abbildung 13: Beispiel einer Hauptseite der Website agroforst-info.de vor der Nutzung dieser Internetpräsenz durch den Deutschen Fachverband für Agroforstwirtschaft (DeFAF) e.V.	14
Abbildung 14: Beispiel eines Ausschnittes einer Unterseite der Website agroforst-info.de	15
Abbildung 15: Informations-Faltblatt der Innovationsgruppe AUFWERTEN (Vorder- und Rückansicht sowie Einschlag)	16
Abbildung 16: Informations-Faltblatt der Innovationsgruppe AUFWERTEN (Innenseiten).....	17
Abbildung 17: Beispiele für Hängebanner aus Stoff zu den Themen Agroforstwirtschaft allgemein und Produkte aus Agroforstgehölzen	18
Abbildung 18: Beispiele für Hängebanner aus Stoff zu den Themen Agroforstwirtschaft als Zukunftssystem und Profitabilität von Agroforstsystemen	19
Abbildung 19: Beispiele einer Agroforst-Info- bzw. Kontaktkarte im Postkartenformat.....	19
Abbildung 20: Label für Agroforstprodukte (allgemeingültige Form)	20
Abbildung 21: Label für Agroforstprodukte (produktspezifische Formen).....	21
Abbildung 22: Hinweise zu Agroforst-Veranstaltungen im Corporate Design der Innovationsgruppe AUFWERTEN	21
Abbildung 23: Beispiel für eine einfache Informationsgrafik zu Agroforstprodukten.....	22
Abbildung 24: Beispiele für Diagrammdarstellungen unter Beachtung der Farben des Corporate Designs von AUFWERTEN	22

Abbildung 25: Innovationskonzept der Innovationsgruppe AUFWERTEN; Titelblatt (links) und Beispiele der im Zuge des Kapitelfortschritts sich sukzessiv aufbauenden Agroforst-Systemgrafik (rechts) 23

Abbildung 26: Agroforst-Landkarte (links) und Beispiele des Infobriefes der Innovationsgruppe AUFWERTE (rechts) 24

Abbildung 27: Agroforst-Info-Animationsfilm (links) und Bildschirm-Beispiele der Agroforst-Bildungs-App (rechts) 24

Abbildung 28: Beispiele für Grafikelemente des Corporate Designs der Innovationsgruppe AUFWERTEN 25

Abbildung 29: Beispiele für Grafikelemente, die speziell für bestimmte Anwendungen erstellt wurden 25

Abbildung 30: Beispiele für weiß gefärbte Grafikelemente auf farbigem Untergrund 25

ZUSAMMENFASSUNG

Das Loseblatt „Entwicklung eines Styleguides zur Stärkung des Wiedererkennungswertes der durch die Innovationsgruppe AUFWERTEN durchgeführten Öffentlichkeitsarbeit“ zeigt Aspekte der Entwicklung des Corporate Designs der Innovationsgruppe AUFWERTEN auf. In diesem Zusammenhang werden nicht nur die gewählten Farbcodes, Schriftarten u.a. angegeben, sondern auch konkrete Anwendungsbeispiele vorgestellt. In der Gesamtheit der aufgezeigten Beispiele wird das facettenreiche, grafische Erscheinungsbild der Innovationsgruppe AUFWERTEN und – hieraus ableitbar – des mit dieser eng verbundenen Themas Agroforstwirtschaft erkennbar. Die Entwicklung eines eingängigen Corporate Designs besitzt für die Öffentlichkeitsarbeit und damit für die Verbreitung des Kernanliegens eines Innovationsprozesses große Bedeutung.

1 EINLEITUNG

Ein Styleguide gibt Hinweise zum Gebrauch des Corporate Designs einer Marke, eines Unternehmens oder auch eines Projektes. Im Rahmen des Forschungsprojektes AUFWERTEN wurden zu Beginn wichtige Elemente eines einheitlichen Corporate Designs erstellt. Hierzu gehören u.a. bestimmte Farben, Schriftarten und Icons. Diese Elemente wurden im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Innovationsgruppe AUFWERTEN verwendet und sorgten hier für ein einheitliches Erscheinungsbild mit hohem Wiedererkennungswert. Von Beginn an wurde dabei darauf geachtet, dass durch die Grafikelemente des AUFWERTEN-Corporate-Designs nicht nur ein Bezug zur Innovationsgruppe AUFWERTEN selbst, sondern vor allem auch zu dem Thema Agroforstwirtschaft allgemein hergestellt wird. Hintergrund dieses Bestrebens war das Ziel, auch nach Ende des AUFWERTEN-Projektes – also im Zuge der Verstetigung – Grafikelemente nutzen zu können, die auf der Basis der Innovationsgruppenarbeit sofort mit der agroforstlichen Landnutzung in Deutschland in Verbindung gebracht werden. Beispielhaft seien hier die Internetseite und der Animationsfilm genannt, die auch nach Beendigung der Innovationsgruppenarbeit eine projektunabhängige Informationsvermittlung zu Agroforstwirtschaft ermöglichen.

Im Rahmen dieses Loseblattes werden ausgewählte, wichtige Elemente des Corporate Designs bzw. deren Entwicklung vorgestellt. Die dazugehörigen Erläuterungen geben hierbei auch Hinweise zur Intention des jeweiligen Corporate-Design-Bausteins. Die Beispiele dienen somit auch dazu, ein Gefühl für die Grundidee des Auftritts zu vermitteln. Diese Grundidee sollte bei Adaptionen für neue Anwendungen und bei einer Weiterentwicklung des Erscheinungsbildes spürbar bleiben.

2 DAS ERSCHEINUNGSBILD

Die Definition der Grundsätze für das Erscheinungsbild orientierte sich an der Arbeit der Innovationsgruppe AUFWERTEN. Die Bedeutung dieses Akronyms erschließt sich wie bei vielen Namensgebungen im Forschungsbereich nur durch textliche Erläuterung. Bei der grafischen Darstellung des Erscheinungsbildes wurde daher das Kernthema der Innovationsgruppe – Agroforstwirtschaft – in den Vordergrund gestellt. Dies diente auch dem Ziel, den Aktivitäten zu Agroforstsystemen in Deutschland insgesamt ein allgemeinverständliches und attraktives Dach zu bieten. Vor diesem Hintergrund erfolgte neben der Erstellung eines Logos für die Innovationsgruppe AUFWERTEN daher auch ein allgemeingültiges Logo für das Thema Agroforstwirtschaft, das u.a. auch für verschiedene Formate der Informationsbereitstellung zu diesem Thema genutzt werden kann. Der Informationscharakter kommt dabei bereits im Namen Agroforst-Info zum Ausdruck.

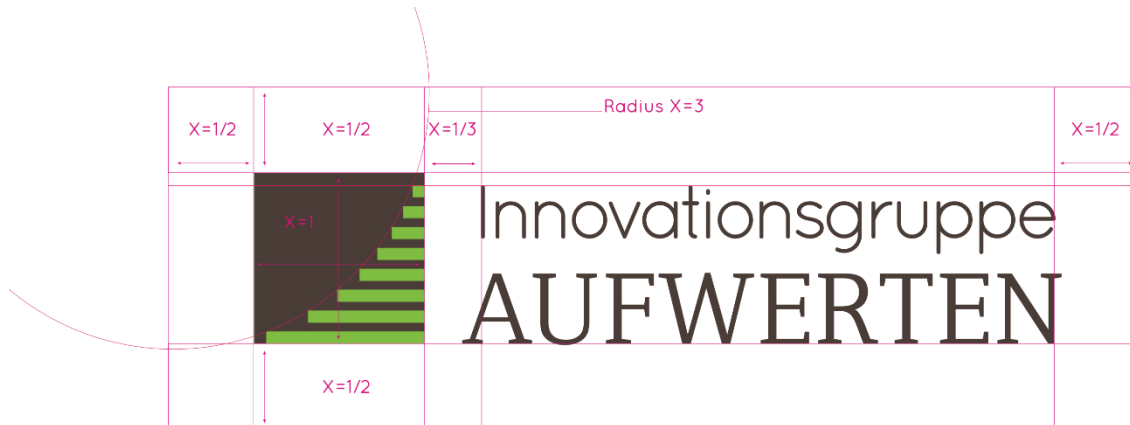
2.1 Innovationsgruppe AUFWERTEN

Für das Logo der Innovationsgruppe AUFWERTEN wurden die Farben braun und grün verwendet, wobei braun für den Boden bzw. Acker und grün für die Gehölze steht, die – wie durch die Linienform angedeutet – häufig streifenförmig auf der landwirtschaftlich genutzten Fläche gepflanzt werden. Gemäß dieser Intention erfolgte bereits während der Vorbereitungsphase des Projektes AUFWERTEN ein Logoentwurf, der als Grundlage für das spätere AUFWERTEN-Logo diente. Dieses zeichnete sich durch gedecktere Farbtöne und klarere Linienstrukturen aus. Zudem wurde der Schriftzug „Innovationsgruppe AUFWERTEN“ größer dargestellt, wodurch nicht nur eine bessere Lesbarkeit, sondern mit Blick auf das gesamte Logo auch eine harmonischere Austarierung von Grafik- und Schriftteil erreicht wurde (Abb. 1). Der Verzicht auf Farbverläufe und filigrane Grafikbestandteile erleichtert zudem eine Schwarz-Weiß-Darstellung sowie eine Nutzung als Stempel.

Die genutzten Farben und exakten Proportionen sind in Abbildung 2 ersichtlich.



Abbildung 1: Logo der Innovationsgruppe AUFWERTEN während der Vorbereitungsphase (links) und daraus abgeleitete finale Form (rechts)



CMYK: 53 0 100 0
RGB: 140 190 31
Hex: 8CBE1F

Schriftarten:

Quicksand regular

Foundry Form Serif Book



CMYK: 55 63 64 45
RGB: 92 69 60
Hex: 5C453C

Abbildung 2: Proportion und Farbcodes des Logos der Innovationsgruppe AUFWERTEN

2.2 Agroforst-Info

Um das Thema Agroforstwirtschaft von Anfang an in den Mittelpunkt zu setzen, wurde neben einem Logo für die Innovationsgruppe AUFWERTEN auch ein Logo für die Marke Agroforst-Info erstellt. Hierbei handelt es sich um eine Text/Bild-Marke, bestehend aus Zeichen, Schrift und Schriftergänzung (Abb. 3).

Die Marke Agroforst-Info steht gleichzeitig für die Website und ist mit der URL agroforst-info.de identisch. Der Absender dieser Seite ist bzw. war die Innovationsgruppe AUFWERTEN, denn nach Beendigung der Innovationsgruppenarbeit soll diese Internetpräsenz weitergeführt und als Agroforst-Informationsplattform in Deutschland weiter ausgebaut werden. Aktuell wird diese Seite durch den neu gegründeten Deutschen Fachverband für Agroforstwirtschaft (DeFAF) e.V. genutzt.

Das Logo der Marke Agroforst-Info, das im Zuge der Umgestaltung zur Internetpräsenz des DeFAF nicht mehr auf der erwähnten Website zu finden ist, wurde so angelegt, dass es auch Adaptionen

für andere Anwendungen ermöglicht. Dies kam beispielsweise beim Agroforst-Label zur Anwendung, in dem sich das Bild-Zeichen des Logos wiederfindet (vgl. **Kap. 2**).



Abbildung 3: Das Logo der Marke Agroforst-Info mit unterschiedlichen Farbvarianten des Logohintergrundes

Das Logo Agroforst-Info wird nur in der kompletten Form eingesetzt, mit Bäumen, Schrift und „Info-Element“. Im Fließtext ist die Schreibweise Agroforst-Info. Die helle Grundfläche ist – wie in Abbildung 3 dargestellt – entweder weiß oder beige (#edeadd bzw. C9 M7 Y8 K15). Durch die helle Grundfläche eignet sich das Logo auch auf dunklen Untergründen oder Bilduntergründen. Eine Negativ-Variante existiert nicht. Der Schutzraum um das Logo entspricht Höhe und Breite des großen „O“ (Abb. 4).



Abbildung 4: Der Schutzraum des Logos der Marke Agroforst-Info

Es existieren zwei Logovarianten, die sich nur leicht in der Schriftdicke unterscheiden. Die dünnere Schrift „Logo_agro_info-01“ ist die normale Fassung. Bei kleinen Darstellungen und für robuste Bildschirm- und Beamer-Einsätze kommt die etwas schwerere Fassung „Logo_agro_info-02“ zum Einsatz. Das Logo verwendet die Schrift „Quicksand“ (Licensed under the SIL Open Font License).

2.3 Anwendung und Fortführung des Erscheinungsbildes

Der Wiedererkennungseffekt der AUFWERTEN-Produkte, Veranstaltungen und der Website gründet in erster Linie auf dem Farbklang grün, braun, blau in seiner abgetönten Form. Daneben wurde schon durch die ersten Informationsgrafiken ein Stil mit hoher Wiedererkennbarkeit etabliert. Zu nennen ist vor allem die Systemgrafik in Abbildung 5, die sich schnell zum „Keyvisual“ entwickelt hat.



Abbildung 5: Systemgrafik bzw. „Keyvisual“ der Innovationsgruppe AUFWERTEN und der Marke Agroforst-Info

Die Grafiken, Illustrationen, Animationen, Apps, die Bildschirmdarstellungen und die Printprodukte greifen die Elemente dieser Systemgrafik auf. Das Set an Grafikelementen wurde je nach Anforderungen ergänzt und bildet eine Art Grafikbaukasten.

Mit diesem Styleguide werden die wichtigsten Parameter dieses Baukastens festgeschrieben. Gleichzeitig soll über die Produktbeispiele ein Gefühl für die Grundidee des Auftritts vermittelt werden. Diese Grundidee sollte bei Adaptionen für neue Anwendungen und bei einer Weiterentwicklung des Erscheinungsbildes spürbar bleiben.

2.3.1 Farben und Farbdefinitionen

Die Farbpalette wurde bewusst reduziert. Um für Grafiken ausreichende Abgrenzungen zu bekommen, wurde einige Schattierungen eingeführt. Der Dreiklang mit dem führenden Grün, reduziertem Blau und Braun ist schnell charakteristisch für AUFWERTEN und Agroforst-Info geworden (Abb. 6).

Wichtig ist, dass die Farben möglichst exakt eingesetzt werden, damit die unterschiedlichen Produkte miteinander harmonieren und einen professionellen Gesamtauftritt unterstützen.



Abbildung 6: Für die Innovationsgruppe AUFWERTEN und die Marke Agroforst-Info charakteristische Farbkombination Grün, Braun, Blau

Die Bildschirm-Farbdefinitionen unterscheiden sich geringfügig von den Druck-Farbdefinitionen (Abb. 7 und 8). Das ist technologiebedingt. Je nach Druckverfahren kann es Sinn machen, der Druckerei ein gedrucktes Muster für die Feinabstimmung von Flächenfarben zu überlassen, damit die Produkte letztendlich aus einem Guss erscheinen.

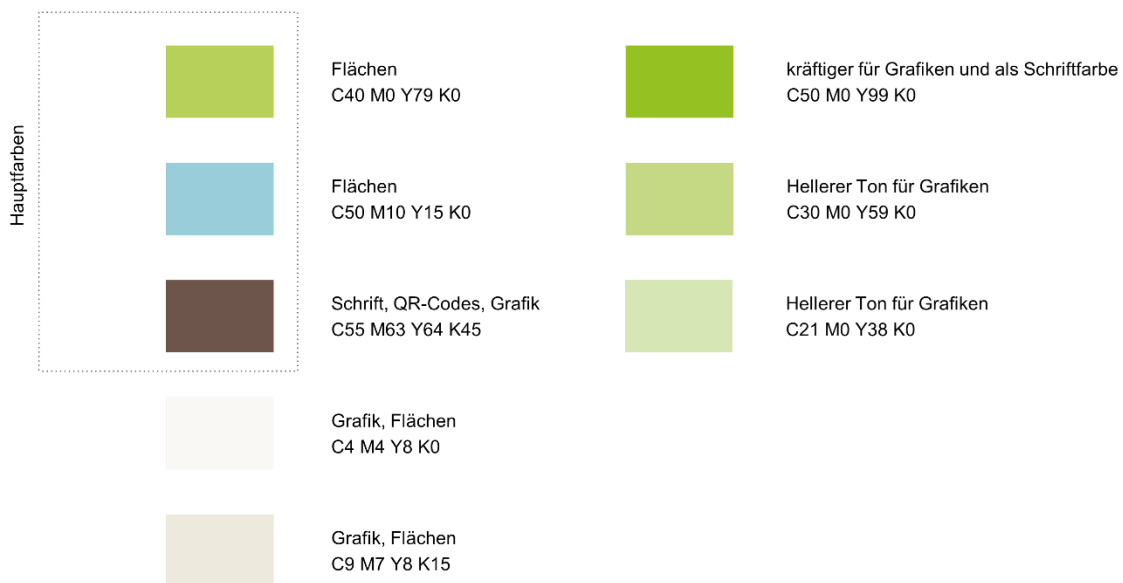


Abbildung 7: Druck-Farbdefinitionen für Printmedien (z.B. Faltblatt, Innovationskonzept) der Innovationsgruppe AUFWERTEN und der Marke Agroforst-Info

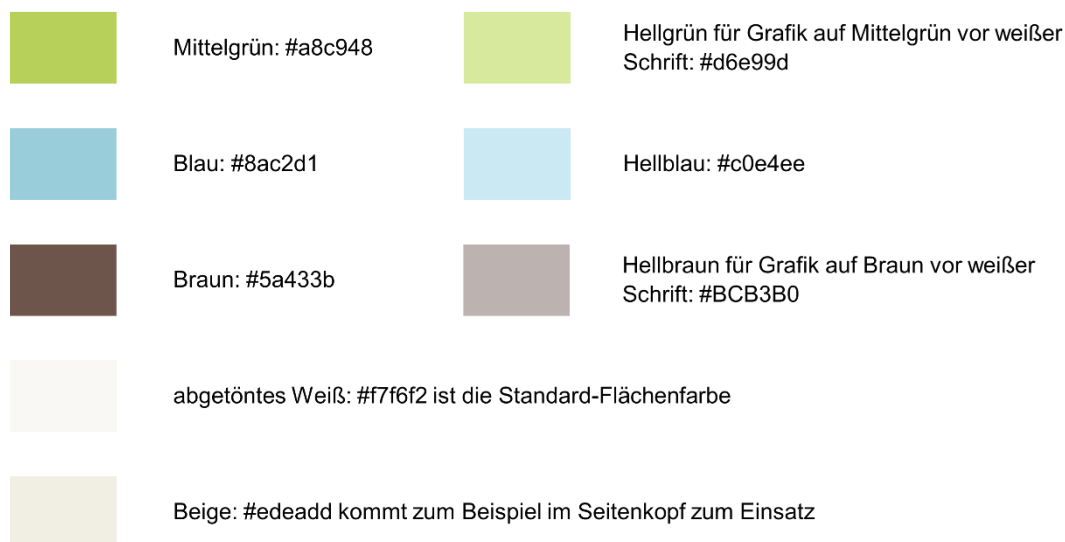


Abbildung 8: Bildschirm-Farbdefinitionen für digitale Medien (z.B. Website, Animationsfilm) der Innovationsgruppe AUFWERTEN und der Marke Agroforst-Info

Für die Kopffarben der Unterseiten der Website wurden die in Abbildung 9 dargestellten Farben verwendet.

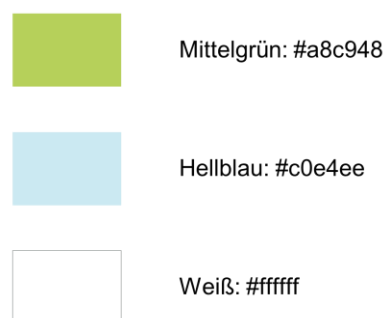


Abbildung 9: Kopffarben der Unterseiten der Website agroforst-info.de

3 DIE WEBSITE WWW.AGROFORST-INFO.DE

3.1 Technische Basis und Gestaltungsgerüst

Die Website www.agroforst-info.de (Abb. 19) wurde in Wordpress umgesetzt. Als Theme kam „Enfold“ von Krisi zum Einsatz. (Envato/Themeforest). Durch den „Content Builder“ von Enfold wird eine einfache und übersichtliche Pflege ermöglicht. Aus diesem Grund wurden ursprüngliche Anpassungen, die unter grafischen Gesichtspunkten erfolgt sind, wieder größtenteils rückgängig gemacht. Die dadurch eingegangenen Kompromisse in der Detailgestaltung sind zugunsten einer schnellen Einarbeitung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aber verkraftbar. Zusätzlich sollte die Website dadurch auch robust bei Updates von Wordpress und „Enfold“ sein. Ein „Child Theme“ wurde nicht angelegt.

Aus den oben genannten Gründen wurden die Gestaltungsfunktionen des Themes möglichst nicht umprogrammiert. Die Anpassungen wurden größtenteils in den Einstellungen „allgemeines Styling“ und „erweitertes Styling“ im Theme vorgenommen. Die einzige CSS-Einstellung im „Quick CSS“ ist: `h1, h2, h3 {text-transform: none !important;}`.



Abbildung 10: Ausschnitt der Startseite der Website agroforst-info.de vor der Nutzung dieser Internetpräsenz durch den Deutschen Fachverband für Agroforstwirtschaft (DeFAF) e.V.

3.2 Schriften der Website

Auf der Website www.agroforst-info.de gibt es im Unterschied zu den Printprodukten keine schwarzen Schriften. Sie sind vielmehr braun oder weiß auf dunklen Untergründen. Links werden in grüner Farbe dargestellt. Die Farben und Schnitte sind in den Stilfestlegungen (CSS) für die Website fest eingerichtet.

Überschriften werden in der Schriftart „Source Serif Pro“ dargestellt. Je nach Ordnung der Überschrift ändert sich die Größe. Überschriften am Seitenanfang (H1) weisen eine Größe von 40 Pixel auf, Untertitel von 25 Pixel (Abb. 11). Zwischenüberschriften (H2) und nachfolgende Zwischenüberschriften (H3) werden entsprechend kleiner dargestellt.

Für Fließtexte wird die Schriftart „Open Sans“ verwendet (Abb. 11). Die Größe als Standardschriftgrad beträgt 15 Pixel.

Überschriften werden generell nur im „Normal“-Schriftschnitt eingesetzt. Im Fließtext können jedoch auch andere Schnitte (z.B. „Fett“) sparsam eingesetzt werden, um Texte zu gliedern.

AKTUELLE FORSCHUNGSERGEBNISSE

Aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse fließen kontinuierlich in die Arbeit der Innovationsgruppe Agroforst ein.

Ergebnisse aus der Forschung

Themen und Ergebnisse aus der Forschung rund um Agroforst

➤ Wie trägt Agroforst dazu bei, Bodenabtrag zu vermeiden?

Durch Gehölzstreifen wird die Windgeschwindigkeit effektiv reduziert und der Bodenabtrag deutlich verringert. Auch Wassererosion kann in Agroforstsystemen erheblich gemindert werden.

Windmessungen in einem Agroforstsystem mit 4,5 m hohen und 50 m voneinander entfernten Gehölzstreifen zeigten, dass Windgeschwindigkeiten, die Bodenerosion bewirken können, um 90 % reduziert wurden.

Abbildung 11: Beispiele von Überschriften und Fließtext der Website www.agroforst-info.de

3.3 Aufbau der Website

Die Startseite ist relativ frei gestaltet (Abb. 12). Der hier verwendete Parallax-Effekt mit dem Hintergrundbild wird auf keiner anderen Seite eingesetzt, was zur Abhebung der Startseite von den anderen Seiten beiträgt.

Die Hauptseiten sind die Führungsseiten der einzelnen Menüpunkte und entsprechen dem obersten Menüpunkt (Abb. 13). Wenn untergeordnete Seiten bei anderen Menüpunkten eingesetzt werden, können weitere Führungsseiten existieren. Hier steht die Orientierungsunterstützung des Besuchers oder der Besucherin im Vordergrund.

Der Kopfbereich ist 350 Pixel hoch. Die Schrift ist weiß, wenn es der Kontrast mit der Hintergrundfarbe erlaubt. Dadurch wird ein möglichst leichter Gesamteindruck erreicht. Die Hintergrundfarben der Inhalte sind möglichst hell zu wählen (siehe Farbvorgaben in Kapitel 2.3.1). Die Grundeinstellung der Website bietet die hellen Hintergründe bereits als Standard an.

Überschriften erster Ordnung (h1, 40 Pixel; Untertitel 20 Pixel) kommen ausschließlich im Kopfbereich zum Einsatz. Unterhalb werden wichtige Überschriften der zweiten Ordnung (h2) zugeordnet. Überschriften dritter und weiterer Ordnungen gelten als Zwischenüberschriften.

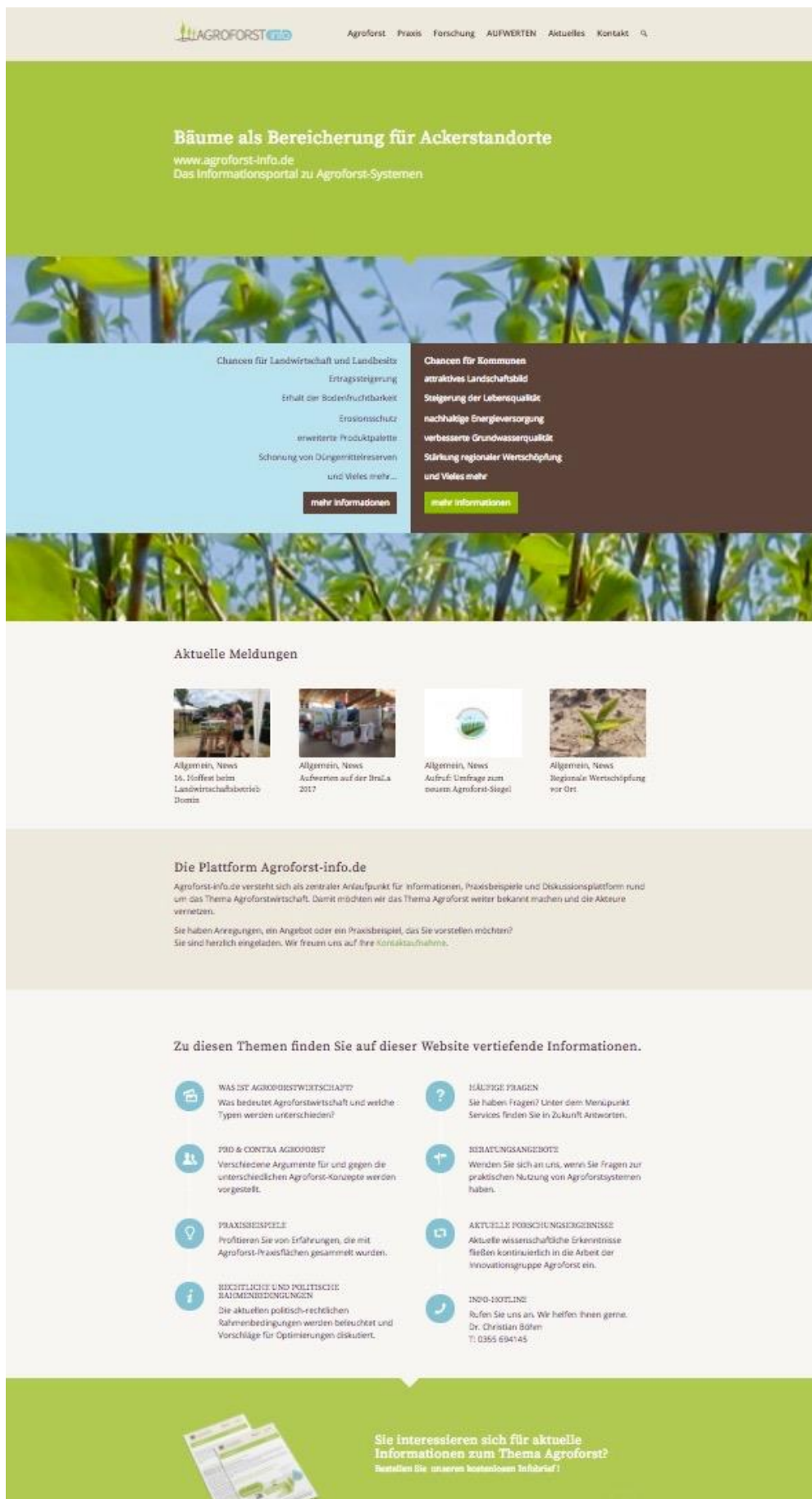


Abbildung 12: Startseite der Website agroforst-info.de vor der Nutzung dieser Internetpräsenz durch den Deutschen Fachverband für Agroforstwirtschaft (DeFAF) e.V.

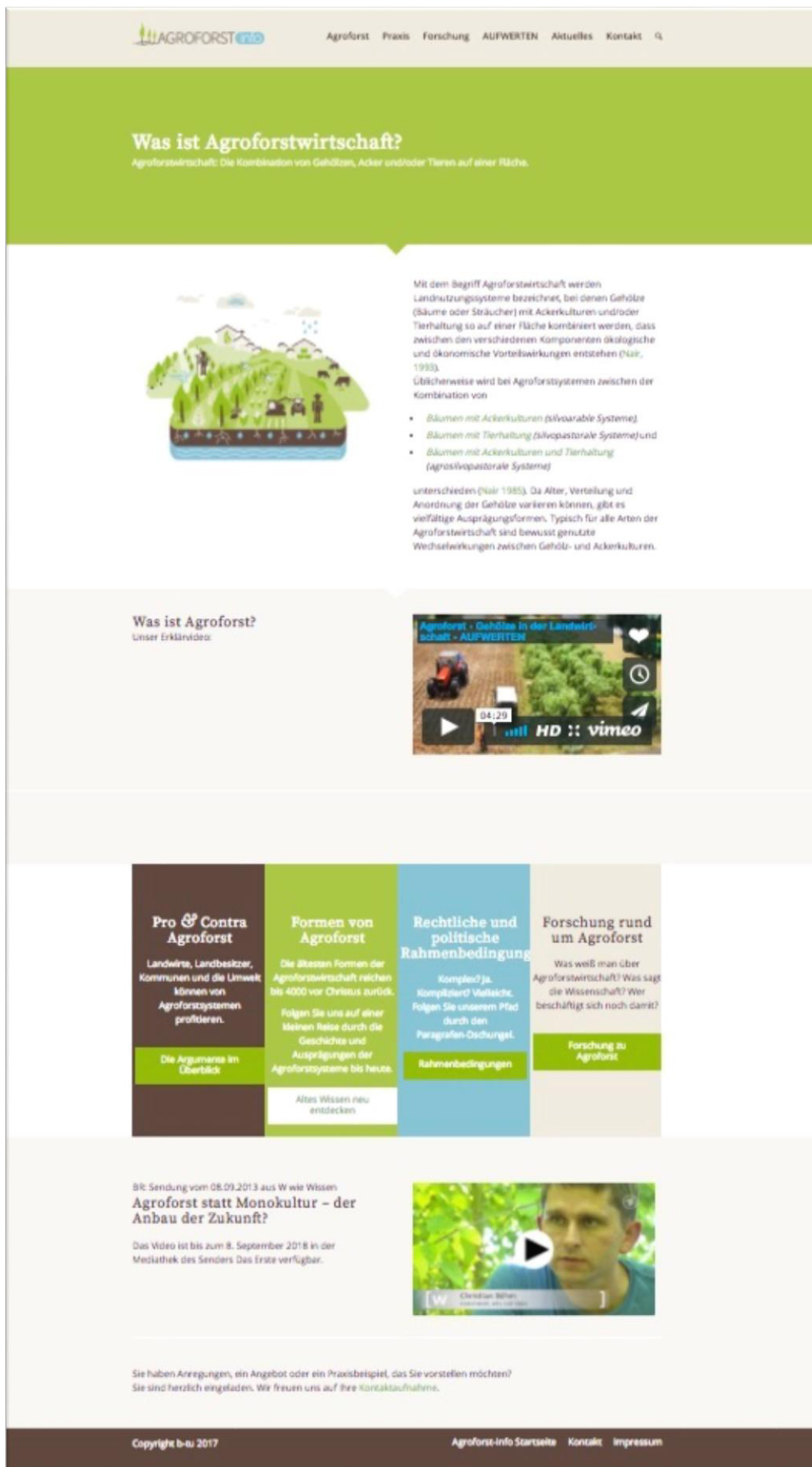


Abbildung 13: Beispiel einer Hauptseite der Website agroforst-info.de vor der Nutzung dieser Internetpräsenz durch den Deutschen Fachverband für Agroforstwirtschaft (DeFAF) e.V.

Die Unterseiten sind auf der ersten oder zweiten Menüebene zu finden (Abb. 14). Die Höhe des Kopfbereiches beträgt hier 200 Pixel. Wenn es keine logische „Elternseite“ gibt, erfolgt die Navigation ohne „Breadcrumb“. Macht eine Navigation zur nächsthöheren Ebene Sinn (z.B. um eine andere Unterseite aufzurufen oder weil sie sich logisch aufeinander beziehen) wird mit „Breadcrumb“ navigiert. Seiten auf der zweiten Menüeben (seitliches Ausklappmenü) haben grundsätzlich eine „Breadcrumb“-Navigation. Dies unterstützt besonders die Orientierung und Navigation auf mobilen Endgeräten.

Weitere Unterseiten können als dritte Ebene eingesetzt werden. Sie werden dann über Links, Buttons, Linkboxen etc. von den Unterseiten aus aufrufbar und haben ebenfalls eine „Breadcrumb“.

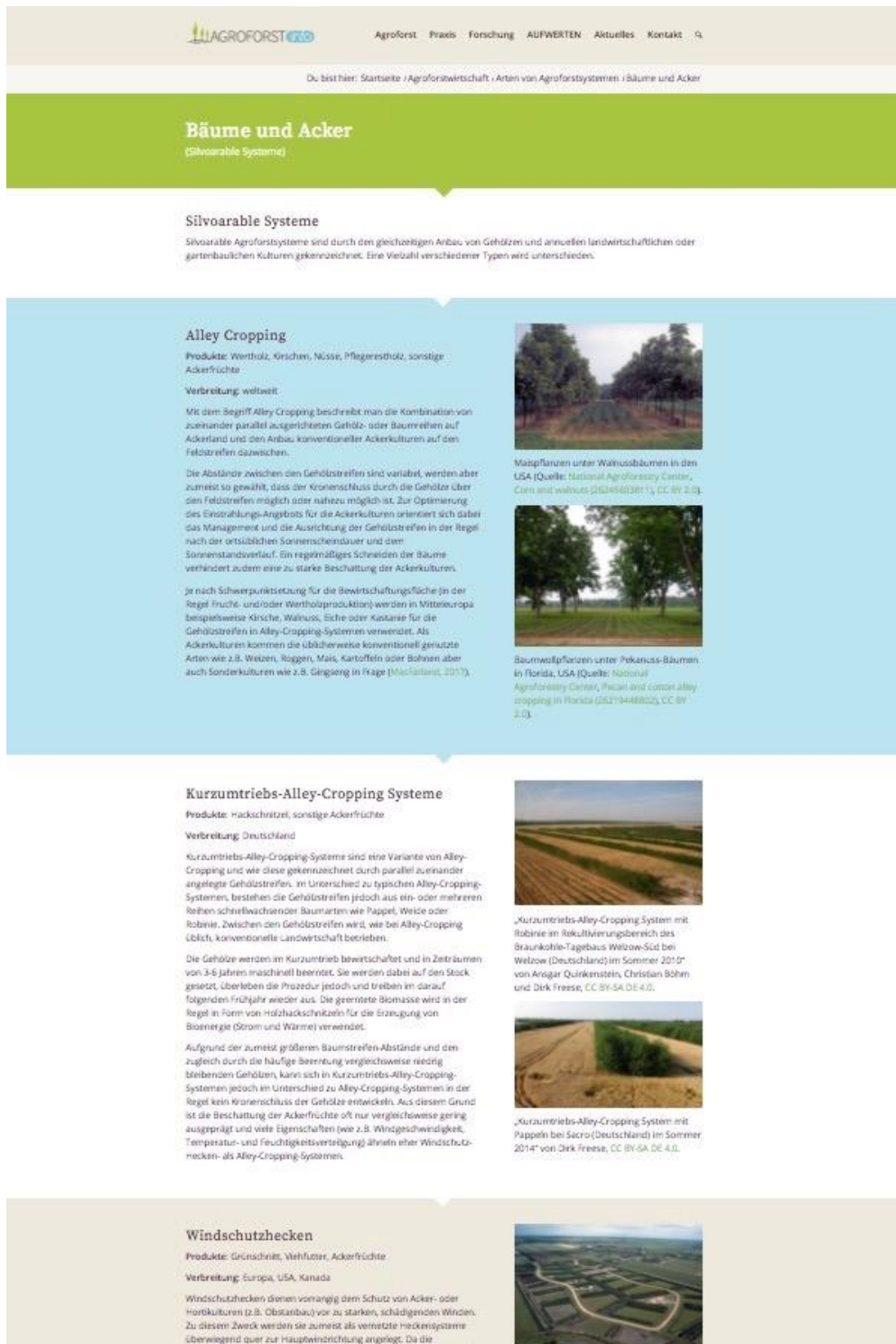


Abbildung 14: Beispiel eines Ausschnittes einer Unterseite der Website agroforst-info.de

4 ANWENDUNGSBEISPIELE FÜR GRAFIKEN UND PRINT-MEDIEN DER INNOVATIONSGRUPPE AUFWERTEN

4.1 Faltblatt

Zu Beginn der Innovationsgruppenarbeit wurde ein Faltblatt erstellt, welches in kurzgefasster und leicht verständlicher Form sowohl über Agroforstwirtschaft als auch über die Innovationsgruppe AUFWERTEN informiert (Abb. 15 und 16). Anhand der Farben und Grafikelemente (z.B. die Systemgrafik) konnte seitens der Leser ein klarer Bezug zu anderen Medien der Innovationsgruppe AUFWERTEN hergestellt werden. Da fast 2.000 Exemplare dieses Faltblattes im Verlauf der Projektarbeit verteilt wurden, ist diesem bei der Verbreitung und Festigung des Corporate Designs eine hohe Bedeutung beizumessen.

Als Format für das Faltblatt wurde „Din-lang“ gewählt, Die Faltung erfolgte als Wickelfalz. In dem Faltblatt wurde ein charakteristischer Dreieckspfeil eingeführt, der später auch bei anderen Druck- und Digitalmedien (z.B. in Vortragsfolien und bei Postern) genutzt wurde.



Abbildung 15: Informations-Faltblatt der Innovationsgruppe AUFWERTEN (Vorder- und Rückansicht sowie Einschlag)



Abbildung 16: Informations-Faltblatt der Innovationsgruppe AUFWERTEN (Innenseiten)

4.2 Rollup und Hängebanner

Die Verwendung von Rollups mit zentralen Elementen des Corporate Designs (z.B. die Systemgrafik) besitzt vor allem auf Tagungen, Informationsveranstaltungen und Messen eine große Bedeutung. Ebenfalls eine große Wirkkraft geht in diesem Zusammenhang von Hängebannern aus, auf denen wichtige Informationen zur Agroforstwirtschaft in stark verdichteter Form aufgedruckt wurden (Abb. 17 und 18). Beispiele dieser Hängebanner zeigt Abbildung 17. Das Format dieser Stoffbanner betrug 85 x 200 cm.

4.3 Postkarte

Eine Möglichkeit zur Vermittlung von Kontaktdaten bieten Postkarten, die sich durch eine gute Handlichkeit auszeichnen und einerseits gerne als Erinnerung oder Gedankenstütze mitgenommen werden, andererseits aber auch ein geeignetes Format darstellen, um nach Gesprächen u.ä. seine Kontaktdaten auf besonders ansprechender Art weiterzugeben.

Auf der in Abbildung 19 dargestellten Karte wurde wiederum dies Agroforst-Systemgrafik in den Mittelpunkt gesetzt. Eine grafische Besonderheit ist hierbei der Blauverlauf, der aus dem Standardblau abgeleitet wurde.



Abbildung 17: Beispiele für Hängebanner aus Stoff zu den Themen Agroforstwirtschaft allgemein und Produkte aus Agroforstgehölzen



Abbildung 18: Beispiele für Hängebanner aus Stoff zu den Themen Agroforstwirtschaft als Zukunftssystem und Profitabilität von Agroforstsystemen



Abbildung 19: Beispiele einer Agroforst-Info- bzw. Kontaktkarte im Postkartenformat

4.4 Label für Agroforstprodukte

Zur Deklaration von Agroforstprodukten wurde ein Label entwickelt, das sowohl Basiselemente des Agroforst-Info-Logos (Bäume) als auch der Agroforst-Systemgrafik (Vögel) aufweist. Das Label kann später auch als Gütesiegel für zertifizierte Produkte der Agroforstwirtschaft dienen. Neben einer Grundform, die allgemein für alle Produkte eingesetzt werden kann (Abb. 20), wurden auch Label für spezifische Produkte wie Holz oder Gänse erstellt (Abb. 21). Hierbei wurde die Grundform lediglich durch ein dem Produkt entsprechendes Symbol ergänzt. Auf diese Weise können künftig auch Label für weitere, bislang noch nicht berücksichtigte Produkte kreiert werden.

Das Label hat eine runde Siegel-Form und zeichnet sich durch eine robuste Gestaltung aus, das heißt, es wurde bewusst auf filigrane Formen verzichtet. Hierdurch wird gewährleistet, dass das Label auch bei starken Verkleinerungen oder qualitativ anspruchsloseren Druckverfahren noch gut erkennbar ist. Hierzu trägt auch die gewählte, kräftigere Schriftart bei.

Der Schriftzug „Nachhaltigkeit hat einen Namen“ wurde auf die Label integriert, um explizit auf die ökologischen Vorteile der Agroforstwirtschaft hinzuweisen.



Abbildung 20: Label für Agroforstprodukte (allgemeingültige Form)

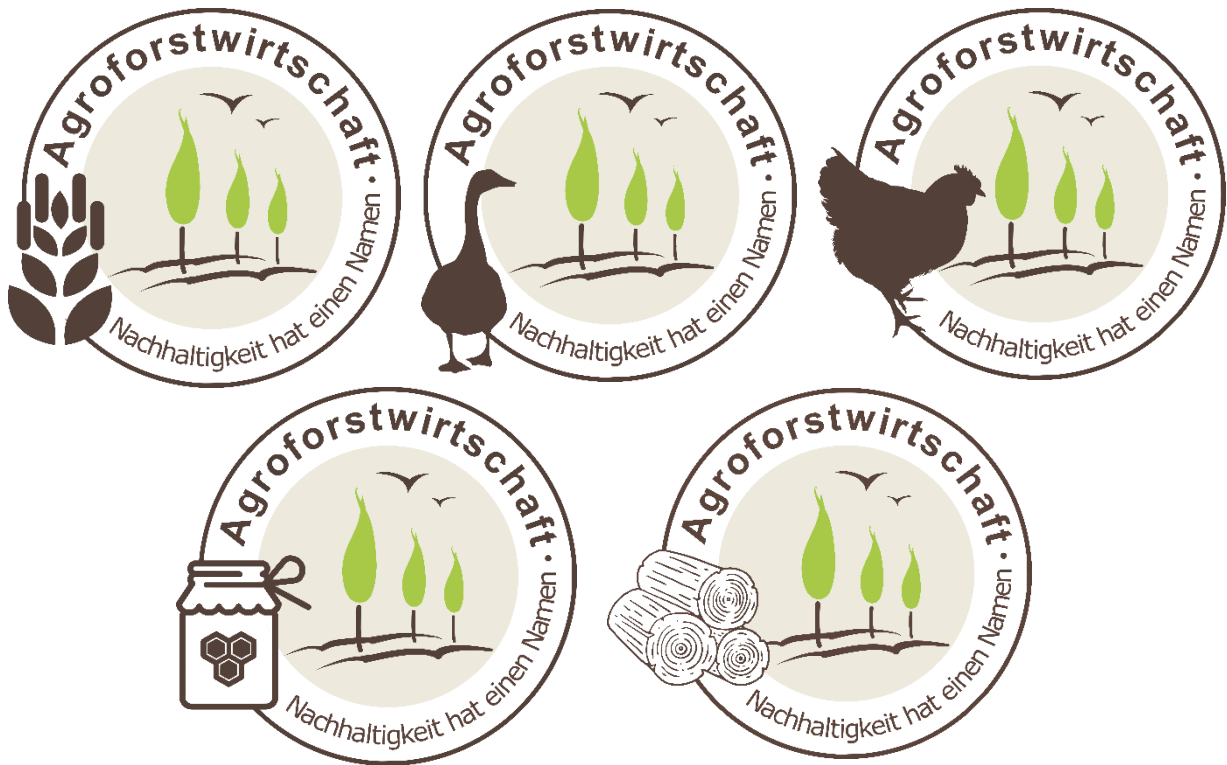


Abbildung 21: Label für Agroforstprodukte (produktspezifische Formen)

4.5 Agroforst-Veranstaltungen

Farbwahl und Grafikelemente des Corporate Designs der Innovationsgruppe AUFWERTEN bestimmten u.a. auch Einladungen, Programme, Tagungsmappen und die Raumdekoration von Veranstaltungen, die durch die Innovationsgruppe AUFWERTEN durchgeführt wurden. Zu nennen sind hier z.B. das 5. Forum Agroforstsysteme und die Abschlussveranstaltung.

Für Einladungen und Programme wurden dabei zum Erscheinungsbild passende Flächen aus charakteristischen Einzelformen geschaffen, die unterschiedliche Texte aufnehmen können (Abb. 22).



Abbildung 22: Hinweise zu Agroforst-Veranstaltungen im Corporate Design der Innovationsgruppe AUFWERTEN

4.6 Infografiken

Auch Infografiken, die im Kontext zum Thema Agroforstwirtschaft erstellt werden, können so gestaltet werden, dass seitens des Betrachters ein klarer, ggf. auch unterbewusster Bezug zur Innovationsgruppe AUFWERTEN bzw. zu Agroforstwirtschaft allgemein hergestellt wird.

Dies gilt sowohl für Darstellungen einfacher Zusammenhänge (Abb. 23) als auch für Diagramme und anderen Datendarstellungen (Abb. 24).



Abbildung 23: Beispiel für eine einfache Informationsgrafik zu Agroforstprodukten

Die Wiedererkennbarkeit wird vor allem durch die Wahl der Farben und Icons erreicht. In Diagrammen können z.B. die Balken farblich angepasst werden. Sollten zusätzliche Farben benötigt werden, können zum Beispiel Schraffuren oder helle Abtönungen eingesetzt werden. Der nicht-bunte Gesamteindruck sollte erhalten bleiben. Bei einer hohen Anzahl an Grafikelementen sollten diese eher schwarz-weißen statt in weiteren Farben dargestellt werden. Ein Beispiel hierfür zeigt die farbliche Darstellung der Icons in Abbildung 24.

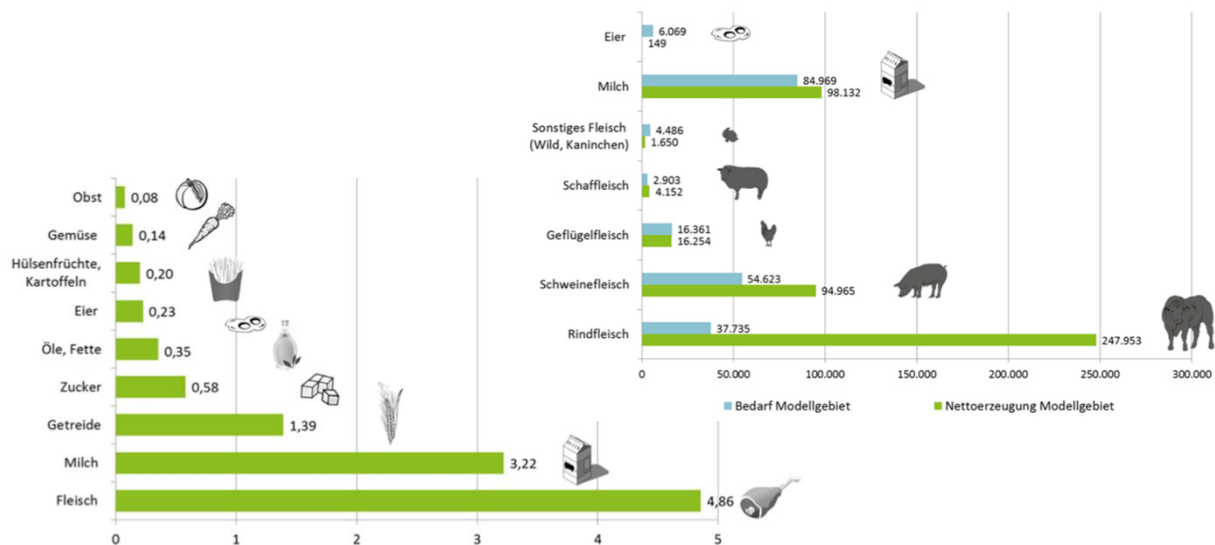


Abbildung 24: Beispiele für Diagrammdarstellungen unter Beachtung der Farben des Cororate Designs von AUFWERTEN

4.7 Innovationskonzept

Das Innovationskonzept als wesentliches Produkt der Innovationsgruppenarbeit wurde ebenfalls entsprechend des Corporate Designs der Innovationsgruppe AUFWERTEN gestaltet (Abb. 25). Hierbei wurden die typischen Farben Grün, Braun und Blau eingesetzt, um Überschriften zu kennzeichnen oder wichtige Stellen hervorzuheben. Auch die Systemgrafik sowie einzelne Icons wurden als Gestaltungselemente genutzt.

Anhand der Agroforst-Systemgrafik, die jeweils vor den Hauptkapiteln eingesetzt wurde, wird gut erkennbar, wie durch das Weglassen bzw. Hinzufügen einzelner Grafikelemente „Agroforst-Erzählungen“ spielerisch dargestellt werden können (Abb. 25). So baut sich diese Grafik von Kapitel zu Kapitel weiter auf und kennzeichnet symbolhaft damit den Weg zu einer verstärkten Umsetzung von Agroforstsystemen.



Abbildung 25: Innovationskonzept der Innovationsgruppe AUFWERTEN; Titelblatt (links) und Beispiele der im Zuge des Kapitelfortschritts sich sukzessiv aufbauenden Agroforst-Systemgrafik (rechts)

4.8 Weitere Anwendungen

Durch den wachsenden Grafikbaukasten und die klare Farbpalette wird das Erscheinungsbild durch jedes neu hinzukommende Medium und Kommunikat gestärkt.

Beispiele für weitere Anwendungen sind der Infobrief und die Agroforstlandkarte (Abb. 26) sowie die Agroforst-Bildungs-App und der Agroforst-Info-Animationsfilm (Abb. 27). Bei allen diesen Formaten erfolgte eine grafische Abstimmung mit dem Corporate Design der Innovationsgruppe AUFWERTEN, wodurch die thematische Zuordenbarkeit dieser Formate erleichtert und deren Wiedererkennungswert erhöht wurden.



Abbildung 26: Agroforst-Landkarte (links) und Beispiele des Infobriefes der Innovationsgruppe AUFWERTE (rechts)



Abbildung 27: Agroforst-Info-Animationsfilm (links) und Bildschirm-Beispiele der Agroforst-Bildungs-App (rechts)

4.9 Erweiterung von Grafikelementen

Die vorhandenen Grafikelemente, insbesondere die Icons (Abb. 28), sind bewusst abstrakt gehalten und repräsentieren ein einheitliches Gesamtbild. Im Zuge der Arbeit der Innovationsgruppe AUFWERTE wurde die ursprüngliche Palette an Grafikelementen für konkrete Anwendungen (z.B. für die Agroforst-Bildungs-App) erweitert (Abb. 29).

Die Icons können sowohl mehrfarbig also auch einfarbig bzw. auf farbigem Untergrund auch weiß dargestellt werden (Abb. 30).



Abbildung 28: Beispiele für Grafikelemente des Corporate Designs der Innovationsgruppe AUFWERTEN



Abbildung 29: Beispiele für Grafikelemente, die speziell für bestimmte Anwendungen erstellt wurden



Abbildung 30: Beispiele für weiß gefärbte Grafikelemente auf farbigem Untergrund