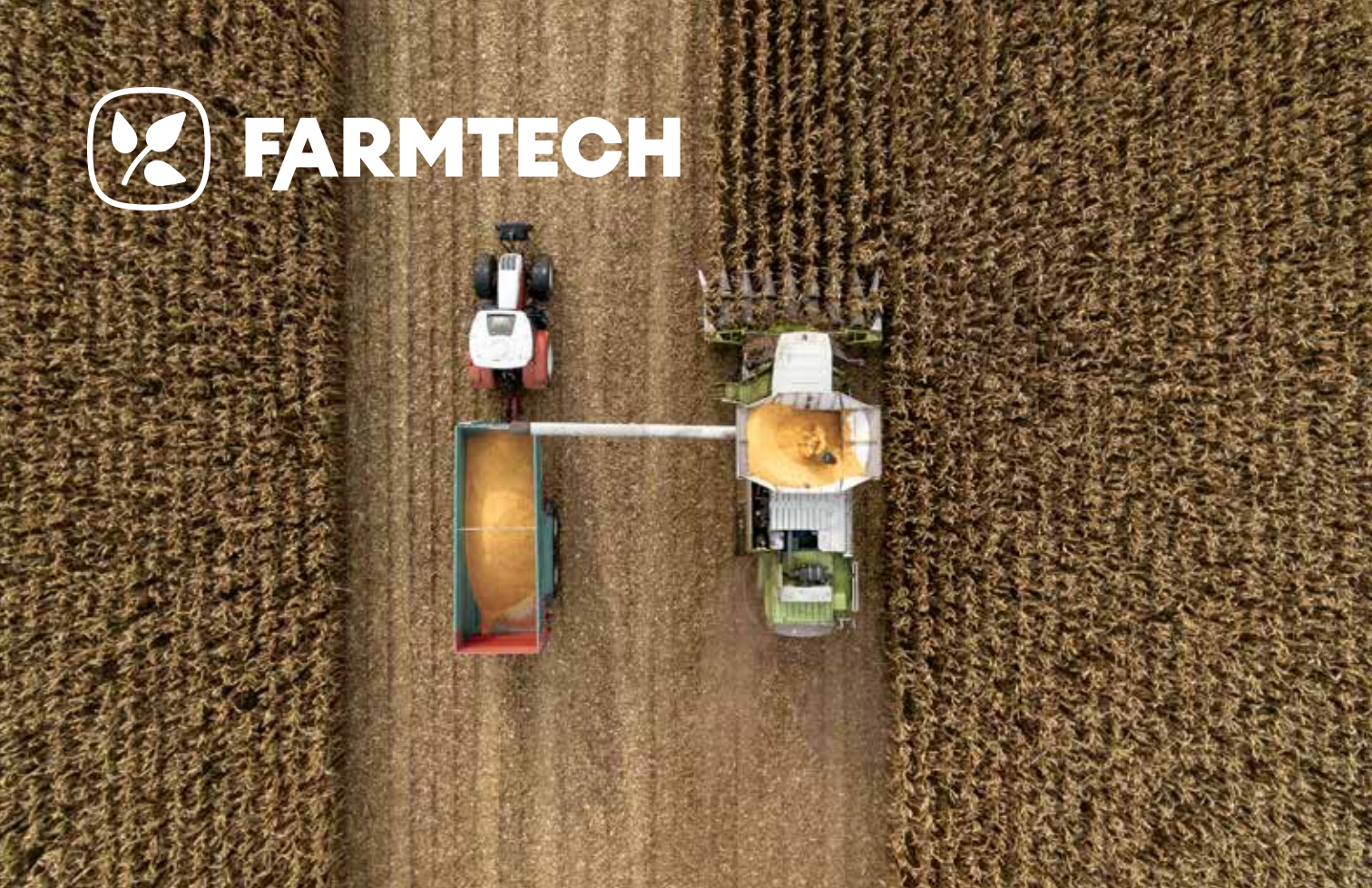




FARMTECH



Brand book

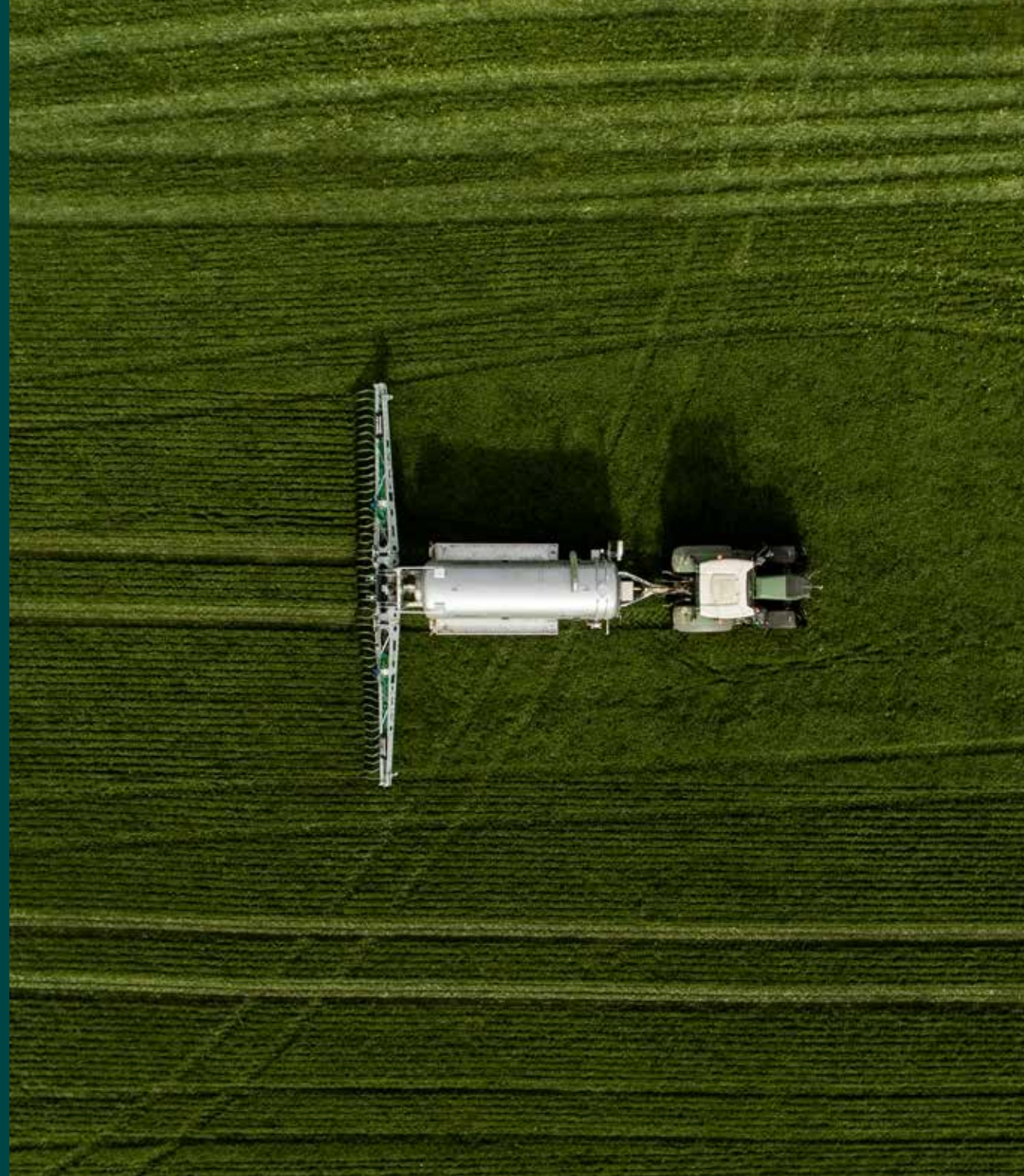
Verzeichnis

DIE MARKE FARMTECH 4

Die Marke: In people's minds	6
Unser Fundament: Die Landwirtschaft ist die Grundlage unseres Tuns	8
Unser Antrieb: Wissen worauf es ankommt	10
Unsere Entwicklung: From Tehnostroj to Farmtech	12
Unsere Vision: Farming for future	14
Unser Versprechen: How we create value for you	16

DESIGN MANUAL 18

Das Corporate Design	20
Das Logo	22
Die Farben	42
Die Typografie	48
Das Layout	56
Die Bildsprache	66
Die Stimme	80





Die Marke

Die Marke In people's minds

Eine Marke ist mehr als ein Logo oder ein Slogan. Eine Marke ist ein Versprechen, mit dem Werte, Botschaften und Emotionen transportiert werden. Eine Marke spiegelt die gesamte Philosophie des Unternehmens wider, stiftet Identifikation und hat einen hohen Wiedererkennungswert. Eine Marke sollte an jedem Berührungspunkt zu einer einzigartigen, positiven Erfahrung beitragen.

Eine Marke ist die spürbare Seele eines Unternehmens. Eine Marke ist, was in den Köpfen der Menschen entsteht, und eine Marke ist, was Menschen fühlen, dass es eine Marke ist. Genau dieser Mehrwert lässt uns Marken lieben und kaufen.



Unser Fundament Die Landwirtschaft ist die Grundlage unseres Tuns

Landwirtschaft ist über die Jahre zum Profi-Business geworden. Erstklassige Technik und höchste Qualität sind dabei zum Muss geworden. Mit Komptech, dem führenden Technologieanbieter von Maschinen und Systemen im Bereich der Umwelttechnik, hat Farmtech einen Global-Player als Partner in der Entwicklung, mit dem es möglich wird, den Mitbewerbern mit innovativen Ideen immer ein kleines Stück voraus zu sein.

Die Marke Farmtech bringt das durch einen professionellen Auftritt zum Ausdruck. Unser Ziel ist es, Landwirte so zu unterstützen, dass sie sich auf das konzentrieren können, was ihre eigentliche Aufgabe ist: Die Landwirtschaft.



Unser Antrieb Wissen worauf es ankommt

Die Zeiten werden härter. Die Konkurrenz wird größer. Die Produkte werden ähnlicher. Technische Features werden zur Selbstverständlichkeit, zum Basisnutzen. Und Werbung kommt zusehends weniger an. Wer in diesen Zeiten nicht genau sagen kann, wofür er steht und das auch beweist, läuft Gefahr, verloren zu gehen. Unser Ziel ist es, Händlern und Landwirten durch unsere Marke Orientierung zu geben und ihnen einen besonderen Mehrwert zu bieten.

Woran wir gemessen werden wollen:

An unserem praktischen Verständnis von und für Landwirtschaft.

An der Qualität unserer Technik und unserer Liebe zum Detail.

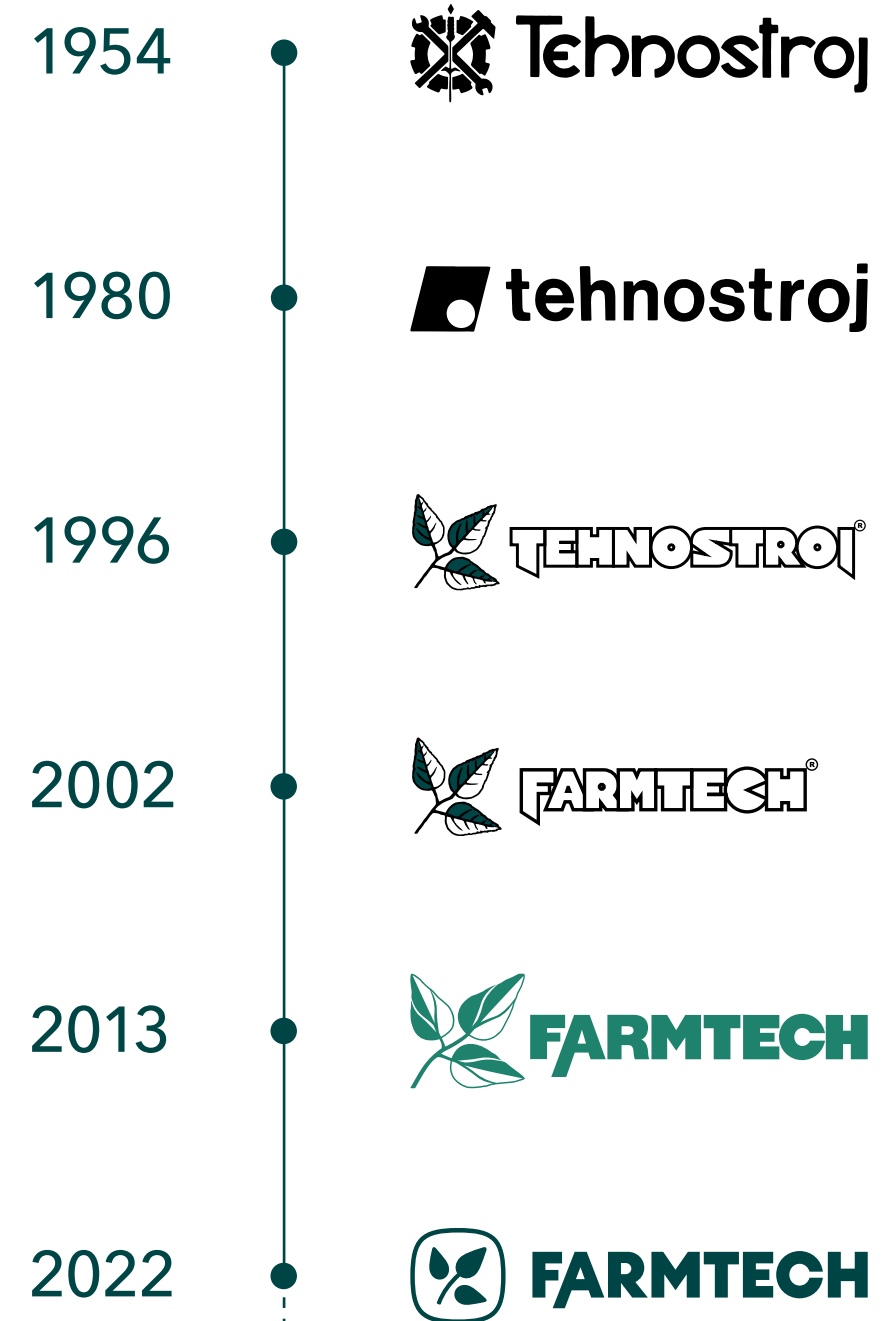
An der Handschlagsqualität unserer Beziehungen.



Unsere Entwicklung From Tehnostroj to Farmtech

Die Maschinen aus dem Hause Farmtech haben eine lange Tradition. Seit 1954 werden Landtechnik-Produkte von Mitarbeitern erdacht und gebaut, die sich selbst leidenschaftlich der Landwirtschaft widmen.

Solide, praktische Konstruktion, ausgesprochene Langlebigkeit und höchste Produktivität sind wesentliche Produktmerkmale, die dazu beitragen, dass Farmtech-Produkte den höchsten Qualitätsstandards entsprechen.



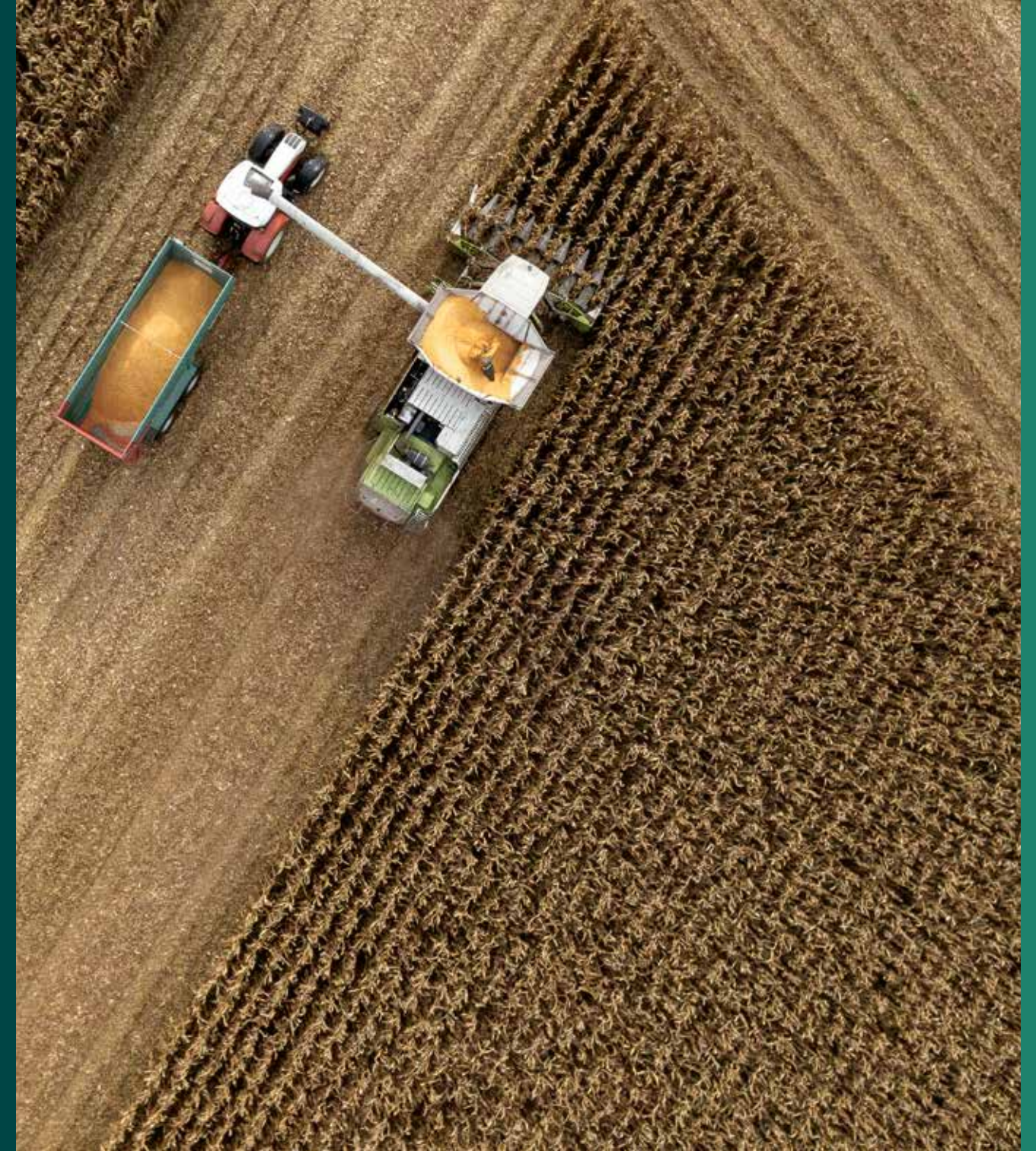
Unsere Vision Farming for future

Wir sind überzeugt, dass gerade in der heutigen Zeit – der Zeit der Globalisierung und ihrer Folgen, der Pandemie und der Klimakrise – jede Möglichkeit genutzt werden sollte, um die Welt zu einer besseren zu machen. Mit unserer Vision wollen wir dazu ermutigen, über den Tellerrand hinauszuschauen, einen Schritt Abstand zu wagen und die Augen für neue Möglichkeiten offen zu halten. Wir möchten darin bestärken, die Chancen für eine bessere Zukunft im Hier und Jetzt zu ergreifen und andere dazu motivieren, es gleichzutun.

Egal ob in der Zusammenarbeit mit Kund*innen oder unserem täglichen Tun – wir glauben, jede Möglichkeit könnte die sein, die den notwendigen Wandel mit sich bringt. Sie könnte es sein, die hilft, die Welt etwas grüner zu machen und sie könnte es sein, die uns gemeinsam wachsen lässt.

Frische Farben, ein modernes Design und

starke Geschichten sollten künftig unsere Innovationskraft symbolisieren. Zudem sollte durch die grafische Weiterentwicklung des Logos, der Schriften und des Farbkonzepts die Marke Farmtech vor allem für die digitale Nutzung optimiert werden, um unsere Vorreiterrolle im Bereich Digitalisierung sichtbar zu machen. Schlussendlich spiegelt unser neues Motto „Farming for future“ unseren Handlungsgedanken im Sinne der Nachhaltigkeit wider.



Unser Versprechen

How we create value for you

Wir selbst sind mit der Landwirtschaft eng verbunden. Viele von uns haben ihre Wurzeln in der Landwirtschaft. Wir wissen also, was Wachstum heißt, wir kennen das Prinzip von Säen und Ernten. Wir wissen, dass die Natur gibt und nimmt, und wie herausfordernd es ist, mit ihr zu arbeiten. Dafür braucht es eine große Portion Leidenschaft.

Maschinen sind für unsere Kunden das Mittel zum Zweck, nicht der Zweck an sich. Unsere Maschinen sollen dem Nutzer Zeit geben, sich um seine Berufung zu kümmern.

Landwirtschaftliche Geräte zu erzeugen erfordert, dass man seine Kunden und die Anforderungen kennt – so wie man seinen Nachbarn oder seinen Freund kennt. Durch die Nähe zu unseren Kunden lernen wir täglich von ihnen. Ihre Erfahrungen und Erwartungen sowie ihre Arbeitsweise und ihr Arbeitsrhythmus fließen in die Gestaltung und Produktion unserer Geräte ein. Und noch etwas: Natur und Landwirtschaft kennen keine Bürokratie. Wir wollen es ebenso halten. Man redet sich Dinge aus, man hört zu, man reagiert, man verlässt sich auf die Qualität des Handschlags.





Design Manual

Corporate Design

Das Corporate Design einer Marke ist das harmonische Zusammenspiel der Gestaltungselemente für ein einheitliches visuelles Auftreten.

Es umfasst die Regelung zum Umgang mit der Marke und definiert die Anwendung der grafischen Elemente.

Die konsequente Anwendung des Corporate Designs schafft Wiedererkennbarkeit und Kontinuität in der gesamten internen und externen Kommunikation von Farmtech.

Das Corporate Design ist die sichtbare Entsprechung unserer Positionierung. Alle Gestaltungselemente wurden mit dem Ziel ausgewählt, diese Positionierung sowohl im Detail als auch in der Gesamtgestaltung nach außen zu repräsentieren.

Dieses Brandbook stellt die wichtigsten Gestaltungsparameter und -elemente wie auch ausgewählte Anwendungsbeispiele des Corporate Designs vor.

Die Vorgaben sind für alle Gestaltungsanwendungen von Farmtech verbindlich. Indem Sie die Vorgaben der vorliegenden Gestaltungsrichtlinien konsequent umsetzen, tragen Sie dazu bei, die Positionierung von Farmtech durch ein einheitliches Erscheinungsbild zu stärken. Darüber hinaus wird die Wiedererkennbarkeit der Marke Farmtech in allen Anwendungsbereichen sichergestellt.

Bei Fragen zum Corporate Design wenden Sie sich bitte an die Marketingabteilung.





Das Logo

Das Logo

Die Elemente

Das Farmtech-Markenzeichen besteht aus zwei Komponenten: der Bild- und der Wortmarke. Als Einheit, in einem definierten Größenverhältnis, repräsentiert es die Marke. Wann immer Farmtech mit der Außenwelt in Kontakt tritt, stellt das Logo die Eröffnung der Farmtech-Botschaft dar.

Je nach Einsatzbereich stehen eigene Logovarianten zur Verfügung. Das Logo kann links- oder rechtsbündig im Layout platziert werden, der Hintergrund sollte vorzugsweise in den Markenfarben sein.

Das Blatt als Gestaltungselement darf sowohl mit dem Schriftzug als auch allein angewendet werden, abhängig vom verfügbaren Platz.

Die Wortmarke Farmtech steht zentral neben der Bildmarke und darf ausschließlich in Kombination mit dieser angewendet werden. Die Wortmarke ist nur als Vektorgrafik und nicht als Font erhältlich.



Das Logo Komptech x Farmtech

Das Logo soll an den Partner Komptech erinnern und so auf die durch die Partnerschaft gewonnenen technischen Stärken von Farmtech hinweisen.



X



Das Logo Der Schutzraum

Um das Farmtech-Logo herum ist ein Mindestabstand, der sogenannte Schutzraum, einzuhalten, in den keine anderen Elemente hineinragen dürfen.

Ausgangswert für die Größe der Schutzzone ist die Breite des Logos. Davon leiten sich alle Proportionen und Abstände ab.

Der Abstand entspricht der Höhe des horizontal liegenden Buchstaben H.

Innerhalb dieser Fläche dürfen keine anderen Elemente platziert werden. Sie gilt auch als Mindestabstand des Logos zu den Seitenrändern.

Für jedes Format gibt es die richtige Größe.

DIN A3	70 mm	175 %
DIN A4	40 mm	100 %
DIN A5	35 mm	87,5 %
DIN A6	30 mm	75 %
DIN lang	30 mm	75 %

Abstand



Mindestgrößen

LOGO
Länge: 30 mm



BLATT
Länge: 7 mm



Das Logo

Die Anwendung

Die Farbe des Logos ist abhängig vom Hintergrund, auf dem es platziert wird. Generell sollte das Logo so eingesetzt werden, dass es klar und selbstbewusst im Layout steht.

Die Anwendung des Logos erfolgt auf hellem Hintergrund als grüne Variante, auf dunklem Hintergrund als weiße Variante. Als Grenzwert kann eine Farbtiefe von etwa 40 Prozent angegeben werden.

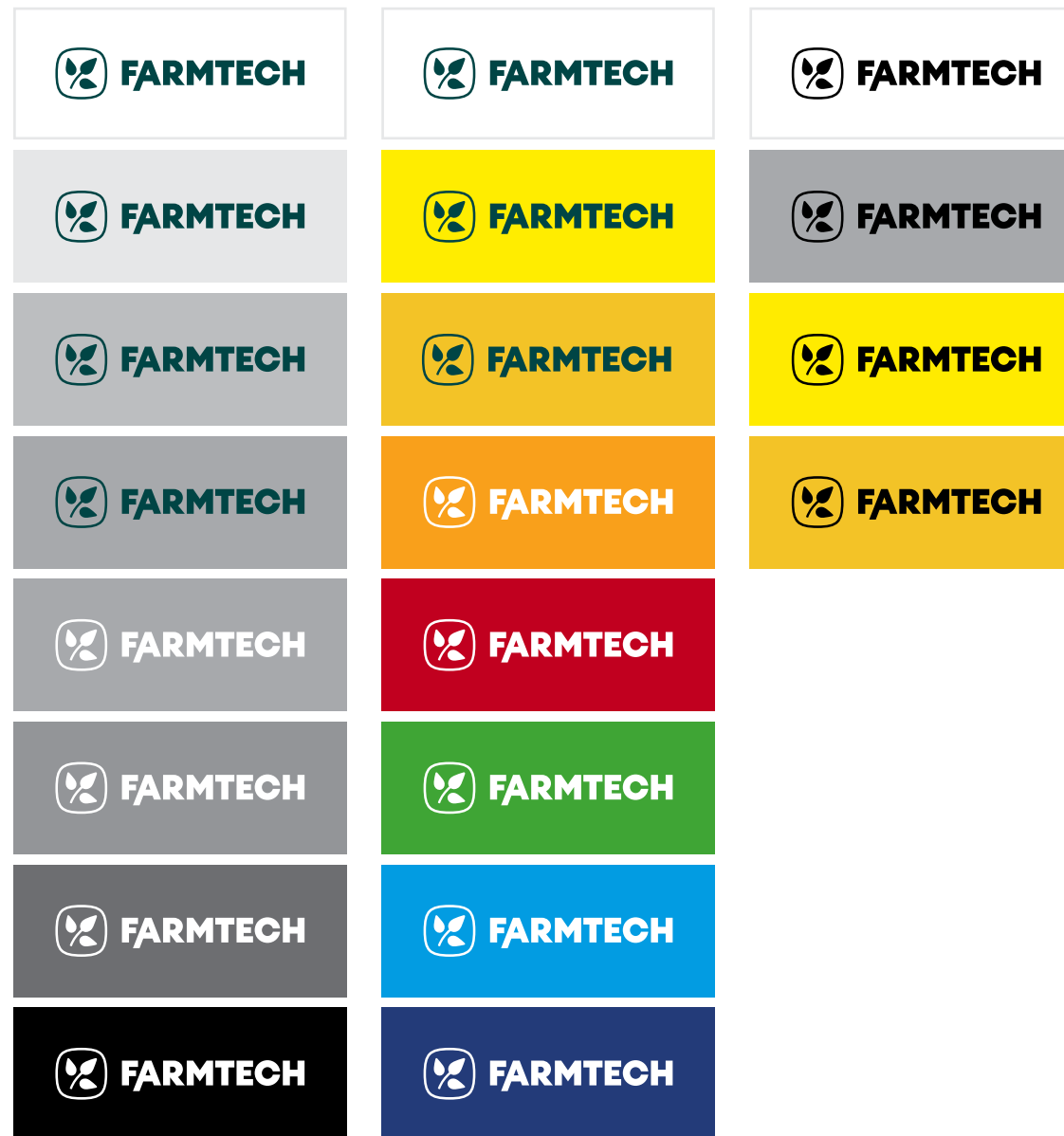
Die Anwendung auf einem andersfarbigen Hintergrund hängt ebenfalls von der Farbtiefe ab. Zudem darf das Logo auf Bildern platziert werden, vorausgesetzt, das Motiv ist nicht zu unruhig. Auf Bildern kann je nach Bildhelligkeit die grüne oder weiße Logovariante verwendet werden. In Ausnahmefällen, wenn die Farbkombination mit Grün nicht stimmig ist, kann auf Bildern auch das schwarze Logo platziert werden.

Das Logo wird ausschließlich in den definierten Arten genutzt und darf nicht verfremdet, in anderen als den definierten Farbkombinationen verwendet oder in Fließtext oder Headlines platziert werden.

Die nebenstehenden Beispiele zeigen die möglichen Anwendungen.

Sonderanwendung

In einigen Einsatzbereichen, wie zum Beispiel bei Werbeartikeln und Druckunterlagen, ist die Logoanwendung in Schwarz oder Grau erforderlich. Hier darf das Logo schwarz auf weiß oder auch grau auf Weiß verwendet werden.





 **FARMTECH**



 **FARMTECH**



 **FARMTECH**



 **FARMTECH**



 **FARMTECH**



 **FARMTECH**



 **FARMTECH**



 **FARMTECH**











Die Farben

Die Farben Die Anwendung

Future Green Farmtech Green Bright White Light Green

Unsere Farben sind uns genauso wichtig wie das Logo selbst. Sie sind Teil der Markenpersönlichkeit.

Future Green ist die zentrale Farbe unseres Erscheinungsbildes.

Als Akzentfarbe wird Farmtech Green verwendet, was auch die Farbe der Maschinen ist.

Bright White und Light Green findet sich überwiegend im Schriftbild und als Hintergrundfarbe wieder.

Das Erscheinungsbild von Farmtech arbeitet mit einer klaren Farbverteilung. Großzügiger Einsatz von Weißraum ist ein zentrales Element unseres Auftritts.



Future
Green

CMYK 100,62,69,33
RGB 0,69,69
HEX #004545
Pantone 3302 C
RAL 6005

Farmtech
Green

CMYK 80,20,60,20
RGB 34,132,104
HEX #228468
Pantone 341 C
RAL 6000

Bright
White

Light
Green

CMYK 50,0,61,0
RGB 100,238,100
HEX #64ee64
Pantone 2268 C



Die Typografie

Die Typografie

Die Markenschrift

Euclid Circular A

Diese Schrift wird genutzt, um die Marke Farmtech zu kommunizieren. Die richtige Anwendung dieser Schrift ist wichtig, um einen konsistenten, einheitlichen Markenauftritt sicherzustellen.

Unsere Markenschrift soll die Stärke, Kompetenz und Modernität der Marke vermitteln. Während durch die verschiedenen Größenproportionen die Titelzeilen im Mittelpunkt stehen und zum Weiterlesen motivieren sollen, ist der Text schlicht gehalten, um einfaches Lesen zu ermöglichen.

Euclid Circular A ist eine für das Auge angenehme Sans-Serif-Schriftart, die eine maximale Lesbarkeit gewährleistet.

Die Markenschrift Euclid Circular A wird in allen Medien eingesetzt und darf nur vom Marketing angewendet werden.

Für Office-Anwendungen, in denen die Verwendung von Euclid Circular A nicht möglich ist, kommt die Ersatzschrift Arial zum Einsatz.

Markenschrift

Ag

Euclid Circular A Light
Euclid Circular A Regular
Euclid Circular A Medium
Euclid Circular A Semibold
Euclid Circular A Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890/!/?@

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890/!/?@

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890/!/?@

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890/!/?@

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890/!/?@

Ersatzschrift - Office Anwendung

Ag

Arial Regular
Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890/!/?@

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890/!/?@

Die Typografie

Die Anwendung

Die Typografie bestimmt maßgeblich die Gestaltung. Charakteristisch für das Erscheinungsbild von Farmtech ist eine besonders kontrastreiche Typografie.

Plakative große Überschriften werden kombiniert mit dezenteren Schriftgrößen. Zudem kann mithilfe der fetten und feinen Schriftschnitte ein Kontrast erzeugt werden. Im Text können die Schriftschnitte Semibold und Bold der besonderen Hervorhebung dienen.

Eine klare Schriftfamilie benötigt klar definierte Hierarchien. Diese müssen unbedingt beachtet werden, um ein einheitliches Gesamtbild im Layout zu erzielen.

Die Größen können je nach Medium und Format adaptiert werden, müssen jedoch die Proportionen zueinander beibehalten.

Durus

Header text | Euclid Circular Medium | Font size: normal

Farming for future

Heading | Euclid Circular Light | Contrast color | Font size: eye-catching and balanced

The universal dump tipper Durus is perfect for transporting all agricultural goods, especially for silage, grain, wood chips and other loose bulk materials. The conical bridge ensures a very high elasticity of a rapid and complete emptying. Even heavy material such as sugar-beet, sand, gravel and mud are no hindrance for the Durus.

Continuous text | Euclid Circular Regular | Black or white | Font size: normal

A conical hollow provides complete emptying

Low weight despite robust construction

High quality and safety

Highlighted information | Euclid Circular Regular | Contrast color | Font size: eye-catching

- Sturdy frame made from steel square tube for maximum durability
- Excellent driving characteristics
- Conic dumper structure

Bullet points | Euclid Circular Regular | Contrast color | Font size adapted to continuous text

Die Typografie

Die Produktbezeichnungen

Alle Produktmodelle, Namen und Bezeichnungen gehören zur Marke Farmtech.

Das Logo ist auf allen Produkten gut sichtbar anzubringen. In Prospekten, Inseraten und weiteren Printmedien muss für die Marke beziehungsweise den Unternehmensnamen immer die Vektorgrafik verwendet werden.

Zusätzliche Produktnamen, Modellbezeichnungen oder Servicebezeichnungen werden mit der Schrift Euclid Circular A medium angegeben.

Die Produktbezeichnung auf den Maschinen selbst erfolgt in der Schrift Euclid Circular A regular.

Der Produktname ist in Großbuchstaben zu schreiben und der definierte Abstand ist einzuhalten.

Logo und Typ



100% = 1.200 mm

↑ POLYCIS 1800

90 mm

Typ:
DURUS / GRAVIS / FORTIS / ULTRAFEX /
MEGAFEX / ULTRACIS / POLYCIS



90% = 1.080 mm

↑ SUPERFEX 700

90 mm

Typ:
EDK / ZDK / DDK / TDK / MINIFEX /
SUPERFEX / VARIOFEX / SUPERCIS



60% = 720 mm

↑ DPW 1800

90 mm

Typ:
DPW

Größentabelle

Logo (Länge)	Typ (Höhe)
100% 1.200 mm	90 mm
90% 1.080 mm	90 mm
60% 720 mm	90 mm



Das Layout

Das Layout

Die Anwendung

Das Layoutsystem regelt das Zusammenspiel der grafischen Elemente in der Fläche. Es ermöglicht eine flexible, individuell an das Medium angepasste Gestaltung und gewährleistet gleichzeitig die Ähnlichkeit aller Medien von Farmtech.

Die Unterteilung in immer kleiner werdende Elemente ist besonders charakteristisch für unser Erscheinungsbild. So orientieren sich Text und Bild an den vorgegebenen Höhen des jeweiligen Formats.

Die Unterteilung wird in allen Farmtech Layouts angewendet und kann eingesetzt werden, um visuelle Aufmerksamkeit auf wichtige Botschaften und Funktionen zu lenken.

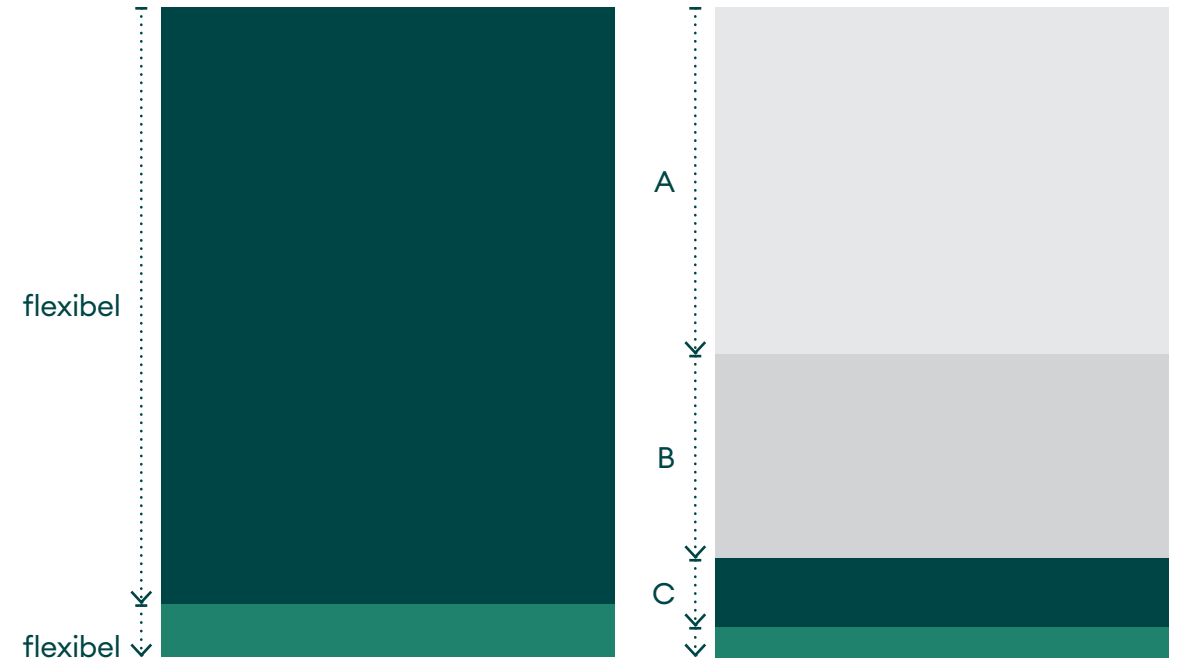
Die Layouts sind klar strukturiert, niemals überfüllt und weisen eine klare visuelle Hierarchie auf. Im Zentrum stehen stets die wichtigsten Informationen oder Funktionen.

Egal ob die Unterteilung horizontal oder vertikal vorgenommen wird: Alle Sektionen müssen geradlinig und rechteckig sein und sind bis zum Rand befüllt.

Die Einteilungen werden von oben nach unten oder von links nach rechts immer kleiner. Jede Sektion hat eine Funktion, welche klar erkennbar sein muss.

Das Layoutsystem ermöglicht ein breites Spektrum an Gestaltungs- und Abbildungsmöglichkeiten von reiner Typografie über Fotografien, Freisteller bis hin zu 3D-Modellen.

Innenseiten und andere Printmedien greifen wie die Titelseiten die Elemente des Corporate Designs auf. Inhalte können entsprechend den Anforderungen flexibel innerhalb des Layouts platziert werden.

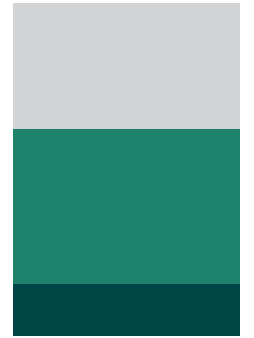
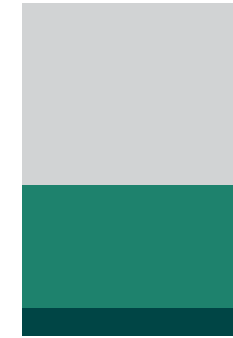
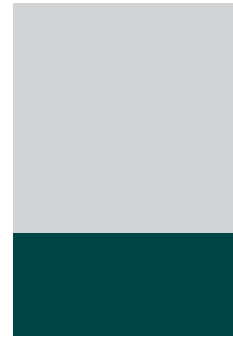
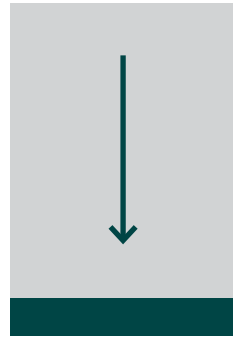
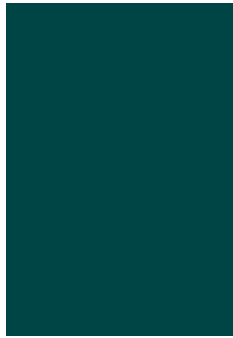


Die Größe der einzelnen Unterteilungen kann je nach Format flexibel angepasst werden - $A > B > C > D$. Die Teile sind von oben nach unten oder von links nach rechts immer kleiner.

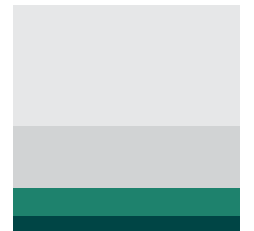
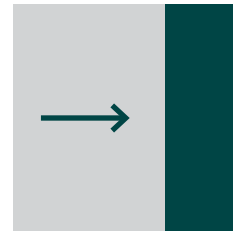
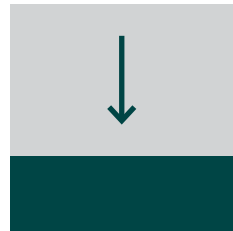


Layout Varianten

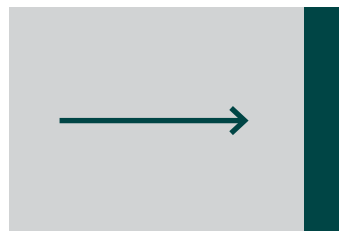
Hochformat



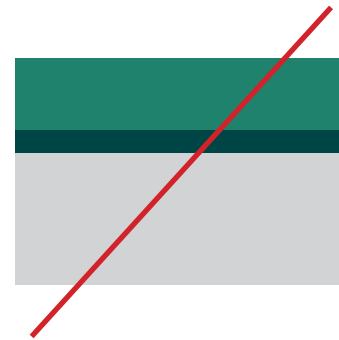
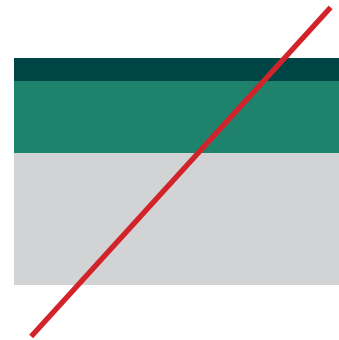
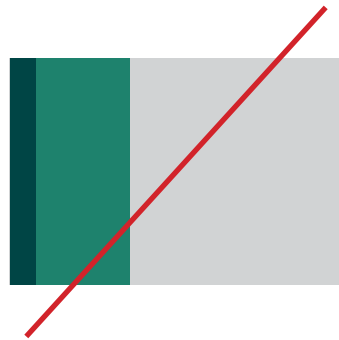
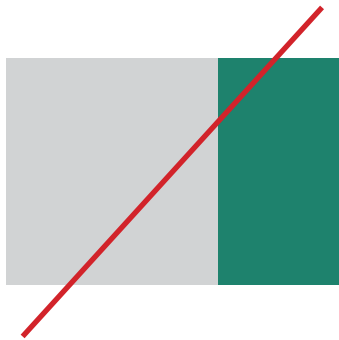
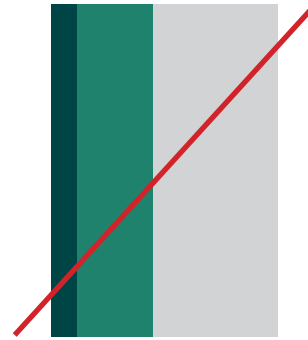
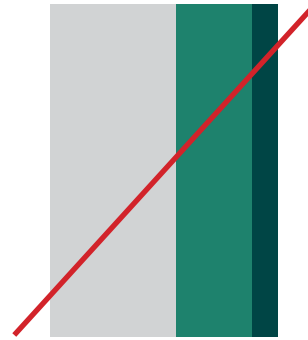
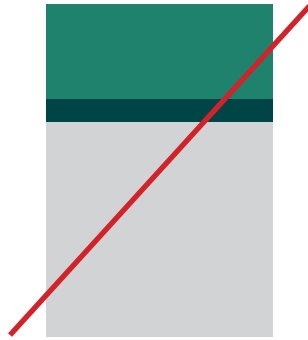
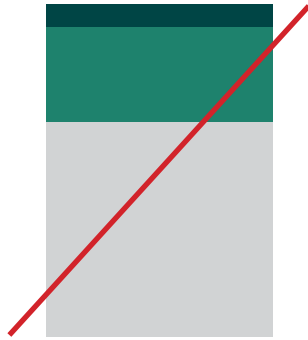
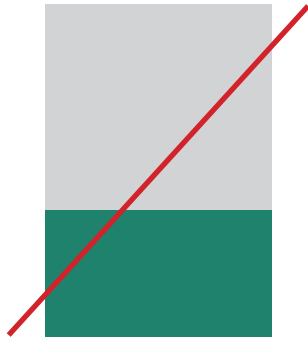
Quadrat



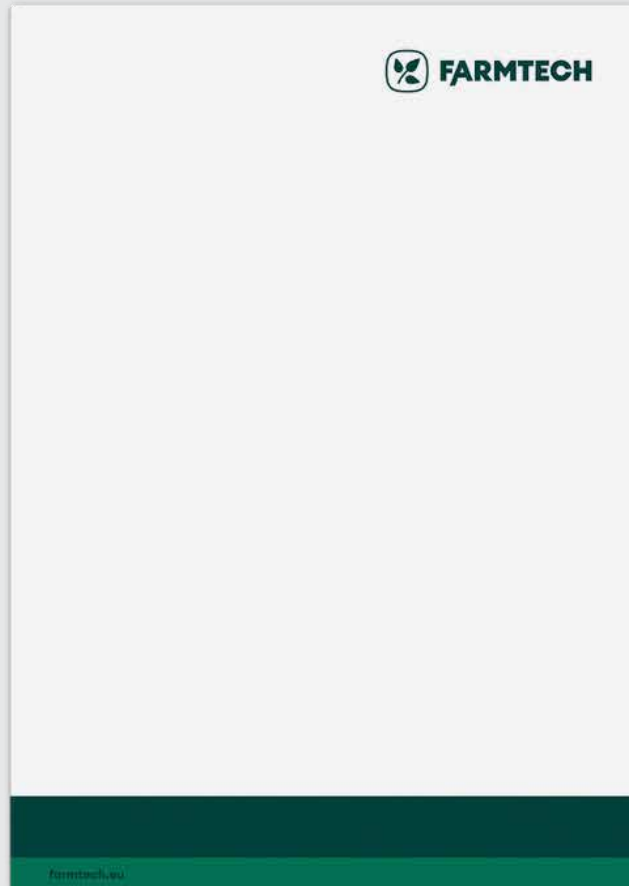
Querformat



Layout Einschränkungen



Layout Darstellungen





Die Bildsprache

Die Bildsprache Die Anwendung

Unsere Bildsprache ist modern, klar und verkörpert unsere Persönlichkeit, Kompetenz und unsere Vision. Unser Bildstil wird geprägt durch eine intensiv gesättigte Farbigkeit. Für den Bezug zur Natur steht unsere starke Markenfarbe Grün.

Die Bildsprache von Farmtech gliedert sich in vier Kategorien: Bigger Pictures, Close-ups Products und People.

Bigger Pictures

Mit den Bigger Pictures wollen wir den größeren Nutzen von Farmtech symbolisieren, denn Farmtech-Maschinen ermöglichen nicht nur effizientes Arbeiten, sondern leisten auch einen positiven Beitrag zur Umwelt.

Close-ups

Detailansichten von Materialien werden eingesetzt, um das Kernelement, also unsere Kompetenzen in den Fokus zu stellen.

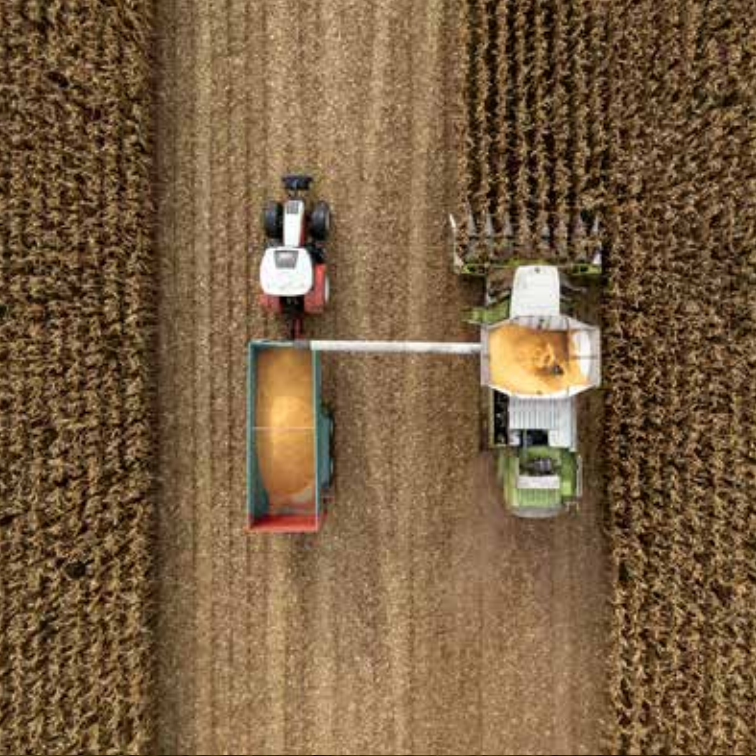
Products

Diese Bilder zeigen unsere Produkte und Anwendungen in direktem Kontext ihres Einsatzgebiet und unseren Kund*innen. Sie werden verwendet, um eine rasche Wiedererkennung bzw. thematische Identifizierung zu erzielen. Alternativ werden Renderings der Maschinen eingesetzt, vor allem um technische Inhalte zu vermitteln.

People

Bei uns steht nicht nur die Maschine im Vordergrund, sondern auch die Menschen hinter der Maschine.















Die Stimme

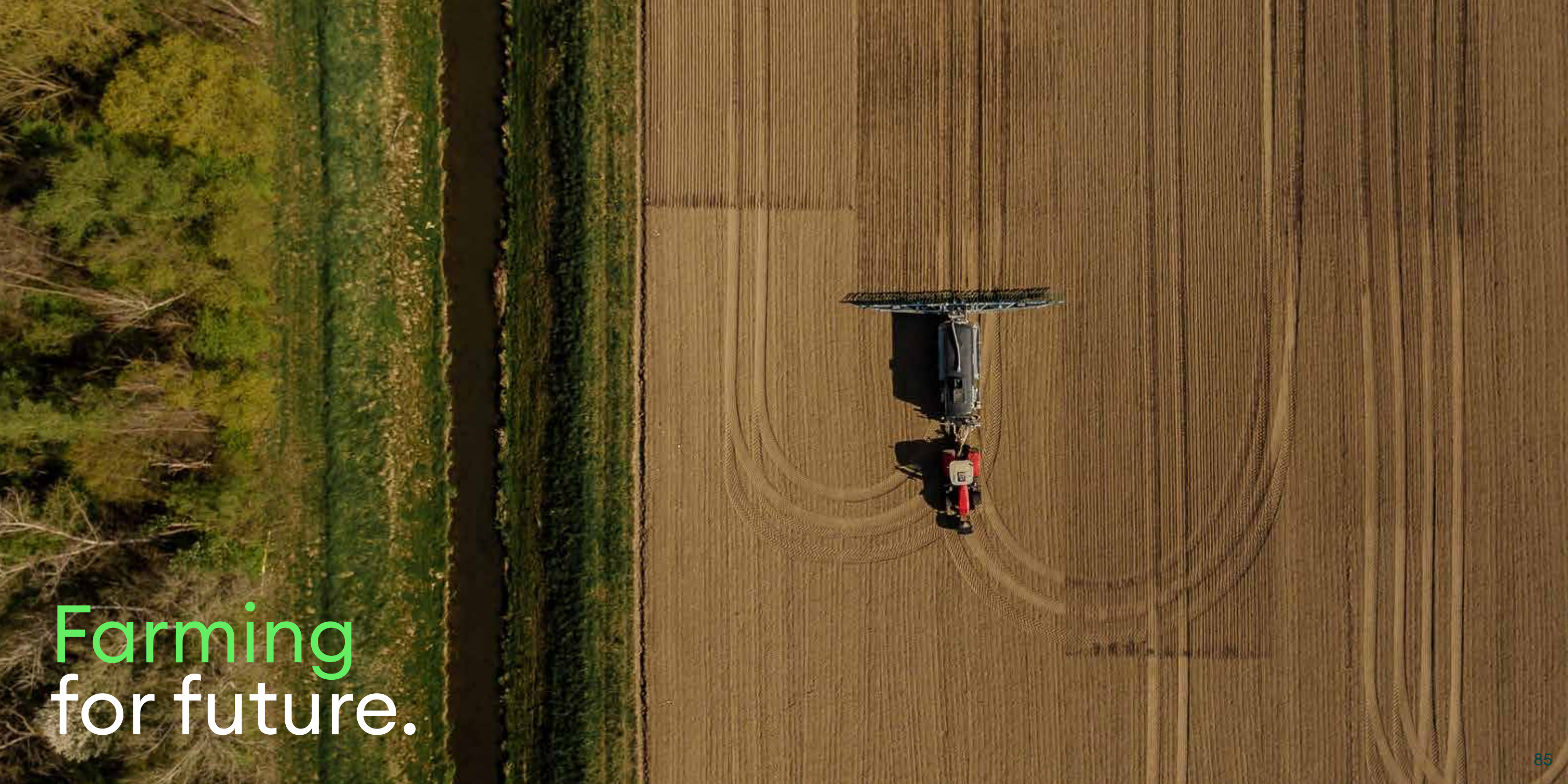
Die Stimme Tone of Voice

Der Tone of Voice einer Marke trägt dazu bei, nach außen eine konsistente Botschaft zu übermitteln. Er ist Teil eines Markenausdrucks, der zusammen mit greifbareren Elementen die Markenidentität definiert.

Die Markenwerte beschreiben die Wesenszüge der Markenpersönlichkeit von Farmtech. Die nebenstehenden Begriffe wirken auf die Tonalität von Texten, auf das Design und Verhalten der Marke.

Das Thema „Farming“ steht bei uns im Mittelpunkt. Wir konzentrieren uns vor allem auf die Bigger pictures, indem wir stets visionär auf die Zukunft ausgerichtet sind. Unsere Markenstimme kann als positiv und unterstützend definiert werden.

Farming for future.



Farming
for future.



FARMTECH



Farmtech d.o.o.
Industrijska ulica 7
SI-9240 Ljutomer
Slovenija

[t] +386 2 584 91 00
[e] marketing@farmtech.eu
www.farmtech.eu