

CD Styleguide Bildwelt

Inhaltsverzeichnis

01 Bildwelt	03	04 Freisteller/Packshots		PREMIERE Soft Mousse einzeln	33
Komposition	04	Freisteller Non-Food	13	Betten und Kissen	34
Fokus	05	Freisteller Food	14	Decken	35
Licht und Farben	06	Schlagschatten	15	Näpfe	36
No-Gos	07	Dose	16	Halsbänder	37
Must-haves	08	Schale	17	Leinen	38
		Packung	18	Halsband + Leine	39
02 Imagebilder	09	Sack	19	Toiletten	40
Product Placement	10	Beutel	20	Geschirre	41
Editorial	11	Pouch	21	Hundemäntel	42
		Flasche	22	Spielzeug	43
03 Milieubilder	12	Lose Ware auf Brett	23	Kratzbäume	44
		SG Schale gestürzt	24		
		SG Schale einzeln gedreht	25	05 Kontakt	45
		SG Schale 3er-Stapel gestürzt	26		
		SG Schale 3er-Pyramide	27		
		SG Futter auf Teller	28		
		SG 3er-Pyramide mit Futter	29		
		SG 3er-Reihe gestürzt	30		
		SG 3er-Reihe gestürzt mit Futter	31		
		PREMIERE Schale einzeln	32		

01 Bildwelt

Eine klar definierte Bildwelt trägt im Zusammenhang mit den anderen Basiselementen (s. CD-Styleguide) entscheidend zur Wiedererkennbarkeit unserer Marke und gleichzeitig zur Differenzierung von unseren Wettbewerbern bei.

Wir zeigen Haustiere in ihrem natürlichen Verhalten mit und ohne ihre Besitzer. Die Kamera soll immer Teil des Geschehens sein: Sie ist kein ferner Betrachter, sondern mittendrin. Das Bild soll den Tierliebhaber emotional abholen und dabei nicht gestellt, sondern natürlich, ursprünglich, unbefangen, glaubwürdig und echt wirken.

Wir bleiben somit in Text und Bild auf dem Boden und bieten echtes Glück statt künstlicher Perfektion.

Wir sind tierrückt und herzlich, möchten alle mit unserer Begeisterung anstecken und verbreiten mit unserer positiven Grundhaltung eine warme, freundliche Wohlfühlatmosphäre für Mensch und Tier.



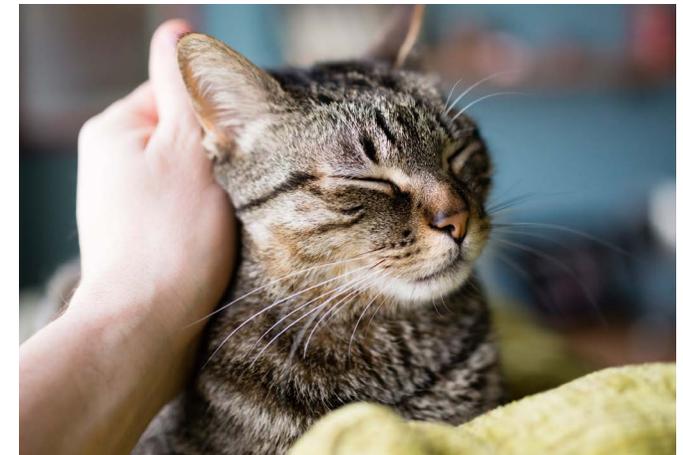
Bei der Bildauswahl müssen folgende tierärztliche Richtlinien beachtet werden:

[Fressnapf > Mediabox > 0_Vet guidelines](#)

Die Fressnapf-Bildwelt unterscheidet dabei drei Kategorien von Bildern:

- Imagebilder
 - Milieubilder
 - Freisteller / Packshots
- (s. jeweils eigene Kapitel)

Die Inhalte und Vorgaben aus 01 Bildwelt gelten übergreifend für alle Kategorien.



01 Bildwelt

Komposition

Die Bildkomposition ist klar und reduziert. Weniger ist mehr. Der Fokus liegt auf dem Mensch-/Tiermoment, der Hintergrund ist in den meisten Fällen unscharf.

Das Tier und sein Verhalten stehen dabei im Fokus, der Mensch ist gefühlt immer mit dabei, muss aber nicht zwangsläufig Teil des Bildes sein. Sofern der Mensch im Bild zu sehen ist, darf sein Gesicht nicht erkennbar sein (Anschnitt oder im Background).

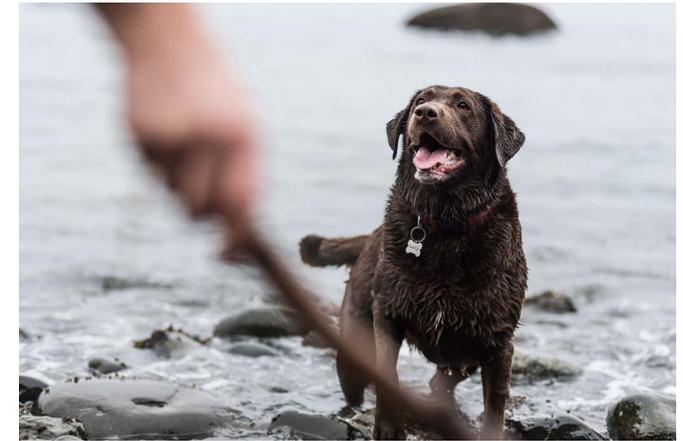


01 Bildwelt

Fokus

Der Hintergrund darf sich in der Unschärfe verlieren. Wichtig ist, den Fokus auf dem Tier zu haben, das Tier sollte dabei aber nicht zu extrem angeschnitten sein.

Es ist darauf zu achten, dass keine extreme Weitwinkeloptik entsteht, also keine Verzerrung des Bildes auftritt. Die Kameraposition auf Augenhöhe des Tieres kann von Vorteil sein, um die Nähe zum Tier zu stärken, kann aber – wenn es dem Gesamtbild hilft oder der zu erzählenden Geschichte – verschieden gewählt werden.



01 Bildwelt

Licht und Farben

Alle Bilder sollen grundsätzlich einen natürlichen Look haben: natürlich wirkendes Licht, idealerweise Tageslicht, keine künstlich wirkende Studiofotografie-Anmutung.

Auf hineinretuschierte grüne Flächen sowie Freisteller ohne Hintergrund soll verzichtet werden (Ausnahme: Freisteller von Tieren und Produkten sind im Handzettel erlaubt).

In der Natur aufgenommene Fotos sollten nicht zu übersättigt sein, um einen modernen Look zu gewährleisten.



01 Bildwelt

No-Gos

Die besonderen Überraschungen, die sich der Mensch für sein Tier überlegt hat, sollen auch im echten Leben Spaß machen. Das heißt: keine Flugstunden für Hunde, kein Schwimmunterricht für Katzen etc.

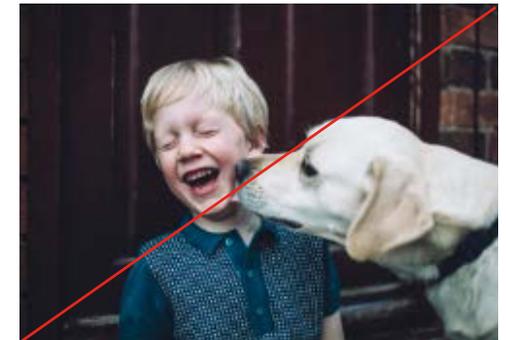
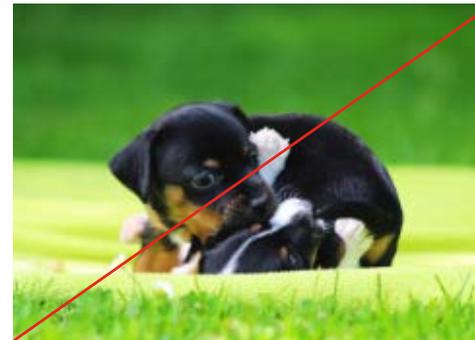
Die Tiere sollten nie bei Handlungen zu sehen sein, die nur Menschen ausführen können. Also keine Tiere, die Fahrrad fahren, E-Mails schreiben, mit Besteck essen etc. (keine Vermenschlichung!).

Die Mimik und Erscheinung des Tieres dürfen nicht comicartig verändert werden: keine unnatürlich weit aufgerissenen Augen, kein überzogen menschliches Grinsen, keine übertrieben langen Beine, keine Katzen mit Flügeln etc.

Das leibliche Wohl der Tiere darf in keiner Weise gefährdet werden. Das heißt: Hunde auf Laufbändern oder Hamster im Kanonenrohr sind tabu. Allerdings sind auch stark übergewichtige Tiere keine guten Vorbilder und daher nicht erwünscht.

Fressnapf ist der kompetente Ansprechpartner für seine Kunden. Die Tonalität der Bilder darf also weder übertrieben humorig noch peinlich oder krampfhaft witzig sein.

Auch die Hygiene und Infektionsprophylaxe sind wichtig. Daher zeigen wir keine Tiere in unhygienischen Situationen: also kein Ablecken von Gesichtern oder auch keine Katzen oder andere Tiere auf Küchenanrichten und in ähnlichen hygiene relevanten Situationen.



01 Bildwelt

Must-haves

Unsere Bilder sind natürlich, unsere Sprache ist verständlich.

Wir zeigen ausschließlich glückliche, gesunde, gepflegt aussehende Tiere. Gerne auch Mischlinge, damit sich möglichst viele Halter mit den Bildern identifizieren können.

Keine Qualzuchten, polarisierenden Rassen oder Hunde mit kupierten Ruten. Wir zeigen keine Tiere, die sichtlich verängstigt oder aggressiv sind (extremes Hecheln, Rute eingezogen, Ohren angelegt).

Technische Hinweise:

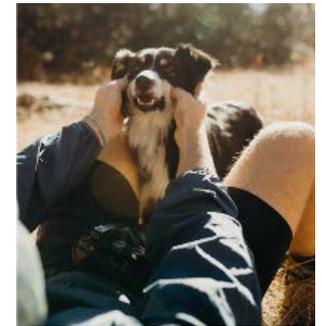
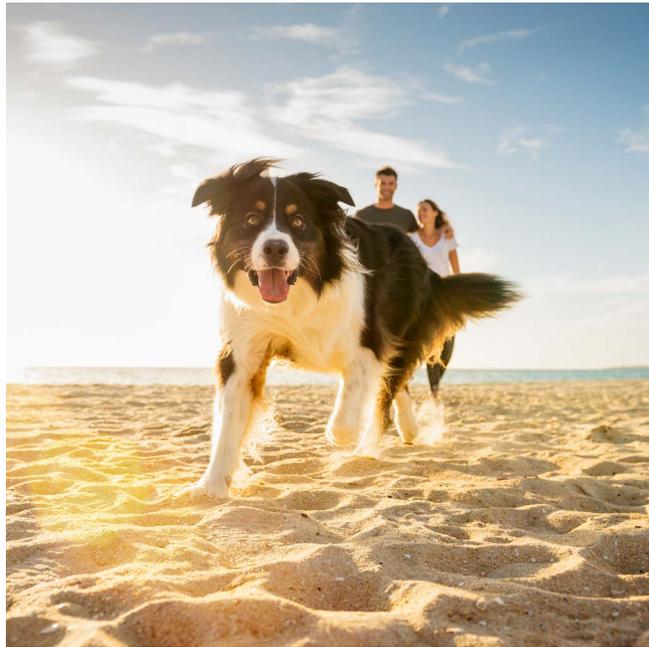
- Auflösung: 300 dpi
- Größe: 30-50 MB, jpg (kann durch interpolieren auf Großformate retuschiert werden)
- Format: möglichst Querformat mit „Fleisch“



02 Imagebilder

Imagebilder zeigen das Tier (Hund, Katze oder Kleintier) im Fokus (je nach Thema/Situation in Bewegung oder auch nicht). Dargestellt werden Situationen, in denen das Haustier in seinem natürlichen Umfeld (indoor und outdoor) zu sehen ist, sich wohlfühlt, Spaß hat und in Interaktion mit dem Menschen tritt. Der Fokus liegt auf dem Tier, der Mensch ist gefühlt immer mit dabei.

Die Bildwelt soll stimmungsvoll und modern sein und die Gemeinschaft/Nähe zwischen Mensch und Tier darstellen ohne den Menschen komplett zu zeigen.



02 Imagebilder

Product Placement

Auch hier zeigen wir das Tier (Hund, Katze oder Kleintier) je nach Situation / Produkt in Bewegung oder auch nicht, integrieren aber das zu zeigende Produkt so ins Bild, wie es auch im Alltag stattfinden würde: möglichst natürlich. Herstellervorgaben zur Anwendung sind zwingend zu beachten! Produkt darf angeschnitten werden.

Das Tier muss sich wohlfühlen, Spaß haben und in Interaktion mit dem Menschen treten. Der Fokus liegt auf dem Tier, der Mensch ist gefühlt immer dabei, muss aber nicht zwangsläufig Teil des Bildes sein.

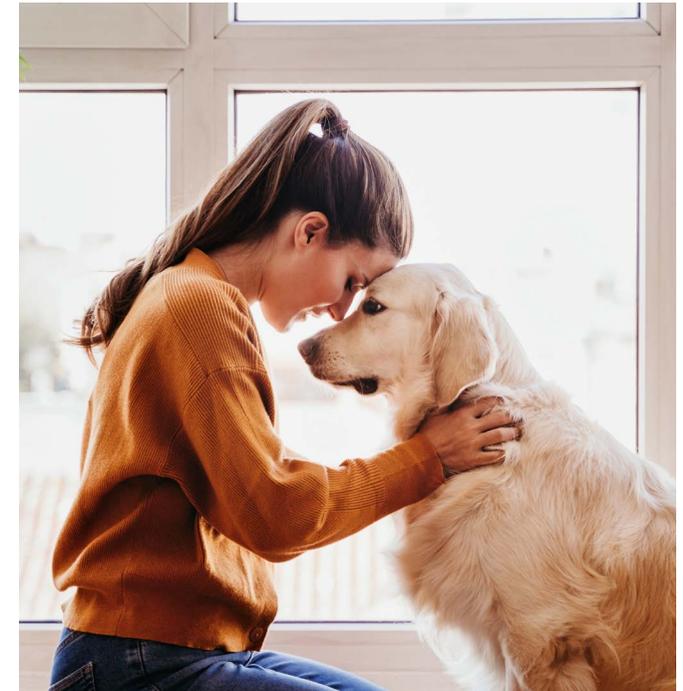


02 Imagebilder

Editorial

Bei Shootings für die Imagebilder können Sideshots von Tieren und ihrem natürlichen Verhalten entstehen. Diese Sideshots sind nicht inszeniert, sondern eher spontane Schnapsschüsse und können als Editorial-Bilder eingesetzt werden.

Editorial heißt, dass die Bilder in redaktionellem Umfeld genutzt werden – thematisch passend.



03 Milieubilder

Die Milieubilder zeigen einen oder mehrere Non-Food-Artikel sowie passende Tiere im Umgang mit ihnen. Die Location bzw. das gebaute Set soll ein stimmiges Umfeld für die jeweiligen Artikel bilden. Die Ausstattung ist zeitgemäß und geschmackvoll, wird aber so zurückhaltend eingesetzt, dass Tiere und Artikel klar im Vordergrund stehen.

Die Lichtstimmung ist natürlich und angepasst an die jeweilige Tages- und Jahreszeit. Die Fotos sollen keinesfalls inszeniert, sondern beobachtet wirken, trotzdem sollen alle Artikel gut erkennbar sein und wertig erscheinen.

Die Perspektive soll (wenn möglich) so gewählt werden, dass man sich mitten im Geschehen wähnt. Die Tiere sollen auf natürliche Art mit dem Artikel umgehen. Sie sollen sich wohlfühlen und Spaß haben. Herstellervorgaben zur Anwendung sind zwingend zu beachten!

Starke Größenunterschiede bei den Artikeln sollen durch entsprechende Verteilung im Raum ausgeglichen werden, wobei die Artikel im Hintergrund eine leichte Unschärfe aufweisen dürfen. Bei der Gesamtkomposition ist zu beachten, dass innerhalb des Bildes ausreichend Platz für Artikelbeschreibungen und Preise bleiben muss. Außerdem wird immer ausreichend Fleisch zum Absoften der Ränder benötigt.

Produkte werden im Ganzen fotografiert, nicht angeschnitten.



04 Freisteller / Packshots

Freisteller Non-Food

Als Freisteller bezeichnen wir Fotografien von Non-Food-Artikeln, bei Bedarf in Anwendung durch ein passendes Tier. Anordnung, Perspektive und Beleuchtung sollen so gewählt werden, dass die Art, Verwendung und Beschaffenheit des Artikels optimal zu erkennen sind.

Die Lichtstimmung soll natürlich sein und den Artikel möglichst wertig erscheinen lassen. Gleichartige Artikel sollen immer in gleicher Weise fotografiert werden.

Wird der Artikel mit Tier fotografiert, ist zu beachten, dass Größe und Art des Tieres passend zum Artikel gewählt werden. Das Tier soll auf natürliche Art mit dem Artikel umgehen. Es soll sich wohlfühlen und Spaß haben. Herstellerangaben zur Anwendung sind zwingend zu beachten!

Anwendung von Freistellern mit Tieren primär im Handzettel und im Online-Shop.



04 Freisteller / Packshots

Freisteller Food

Allgemein

- Die Produkte werden oft in einer Range oder als Produktgruppe im Rahmen eines Compositings der Einzelbilder gezeigt
- Hier sollte beachtet werden, dass unterschiedliche Perspektiven kein einheitliches Composing ermöglichen
- Pro Produktbild gegebenenfalls eine zweite Perspektive festlegen, die ein einheitliches nachträgliches Composing ermöglicht

Aufgabe des Packshots

- Prägnante, deutlich erkennbare, realistische Darstellung des Produkts
- Erzeugung einer nachhaltigen Erinnerungsleistung
- Eindeutiger Marken- / Produktnamentransfer

Darstellung des Packshots bei Fressnapf

- Packshots werden als Freisteller dargestellt
- Packshots werden in einem klar erkennbaren Raster gezeigt
- Die gleiche Perspektive, der gleiche Winkel, und die einheitliche Lichtführung
 - erleichtert die Einhaltung des Ordnungsprinzips
 - gibt Halt und Orientierung
- Größendarstellung innerhalb des Rasters (in Bezug auf Produkttext und Preis): min. 50%
- Frontal-Shots (Beutel), leichte Aufsicht (Dose, Schale) und leichte Perspektive (Packungen) liegen im Trend und
 - entsprechen weitgehend der Einkaufsposition vor dem Warenregal
 - oder der Erlebnis-Linie beim „Gang durch den Markt“



04 Freisteller / Packshot

Schlagschatten

Produktschatten

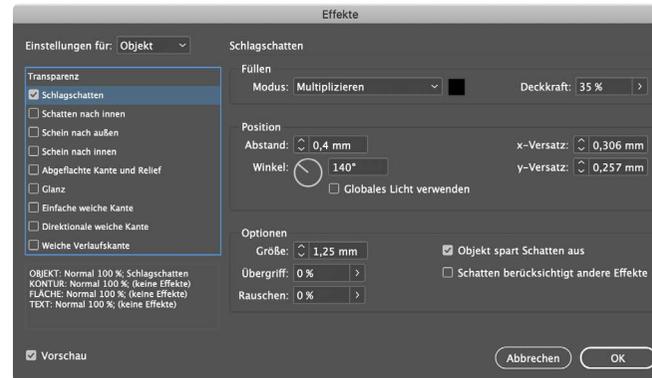
Alle Packshots und Freisteller werden im Layout mit einem Schlagschatten versehen. Dabei sind die folgenden Vorgaben zu beachten:

(Basisgröße für DIN A4)

- Farbe: Schwarz
- Modus: Multiplizieren
- Deckkraft: 35 %
- Abstand: 0,4 mm
- Größe: 1,25 mm
- Winkel: 140°

Proportionale Skalierung

Um alle Effekte der Packshots und Freisteller proportional zu skalieren, kann man die prozentualen Eingabefelder (InDesign) nutzen. In diesen beiden Feldern können auch genaue mm- oder cm-Angaben eingegeben werden.



04 Freisteller / Packshots

Dose

- Lichtstimmung frontal und fokussiert (rote Markierung)
- Verstärkung der 3D-Wirkung durch starke Licht- und Glanzreflexe

Verwendungsmöglichkeit(en)



TV



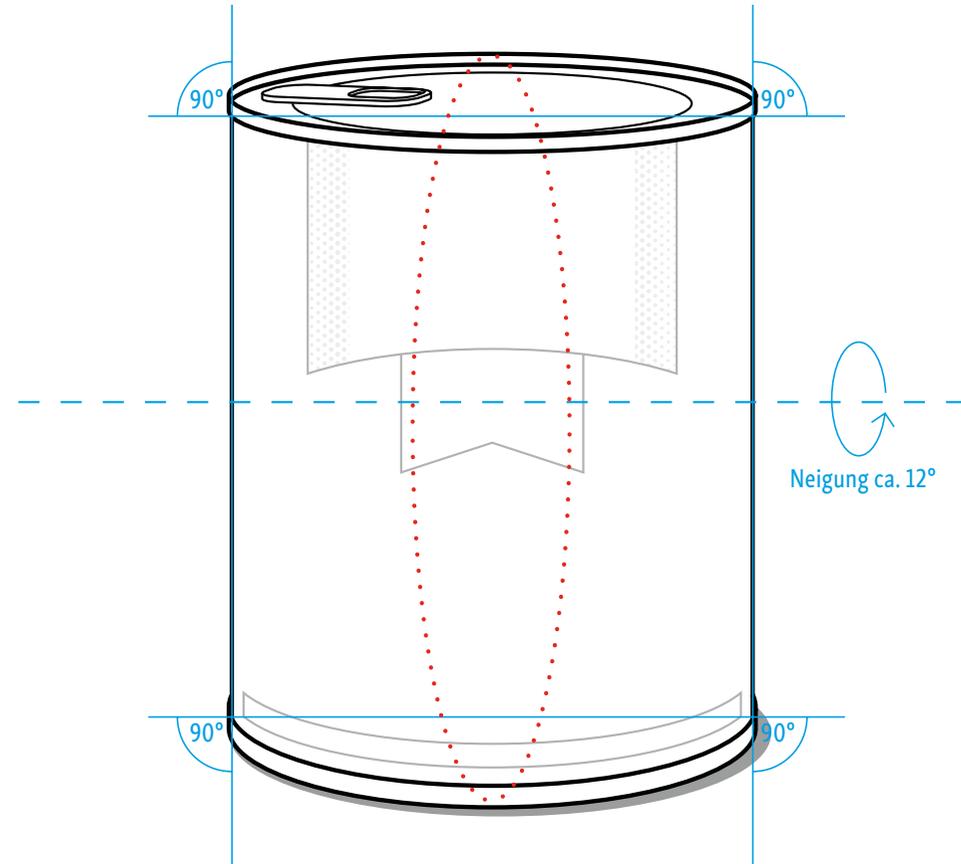
POS



PRINT



ONLINE

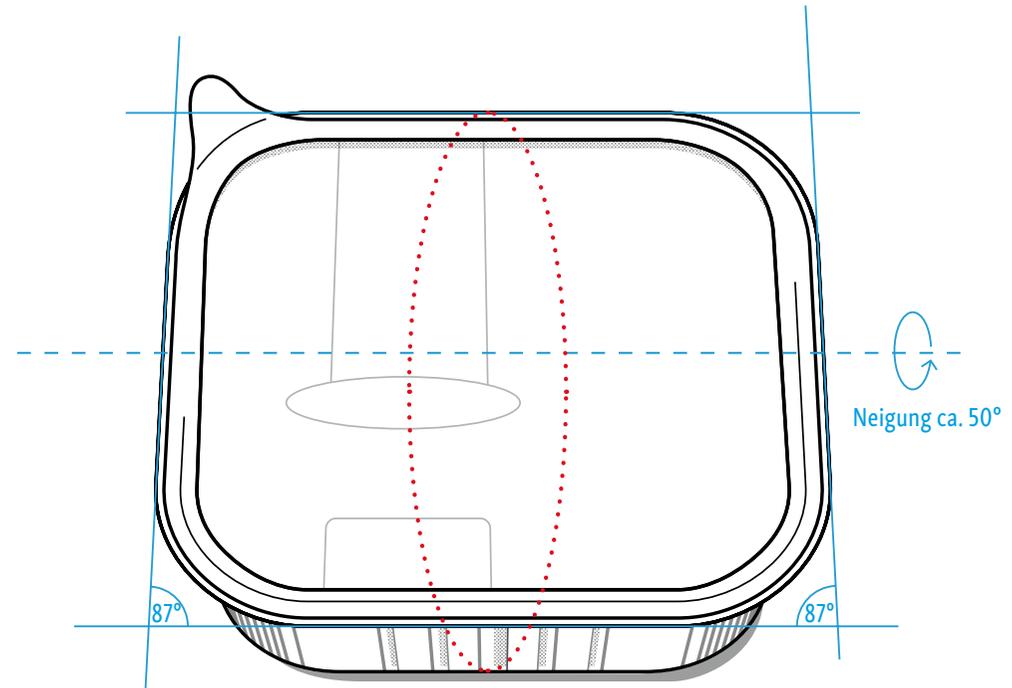


04 Freisteller / Packshots

Schale

- Vogelperspektive, sodass die Schale und der Markenname gut erkennbar sind, analog unserer Vorgabe
- Lichtstimmung frontal und fokussiert (rote Markierung)
- Verstärkung der 3D-Wirkung durch starke Licht- und Glanzreflexe

Verwendungsmöglichkeit(en)



04 Freisteller / Packshots

Packung

- Rechte Seite fotografieren
- Lichtstimmung frontal und fokussiert (rote Markierung)
- Packung geradestellen, aber leicht schräg rechts fotografieren
- Alternativ: schrägstellen und von rechts fotografieren, analog unserer alten Vorgabe

Verwendungsmöglichkeit(en)



TV



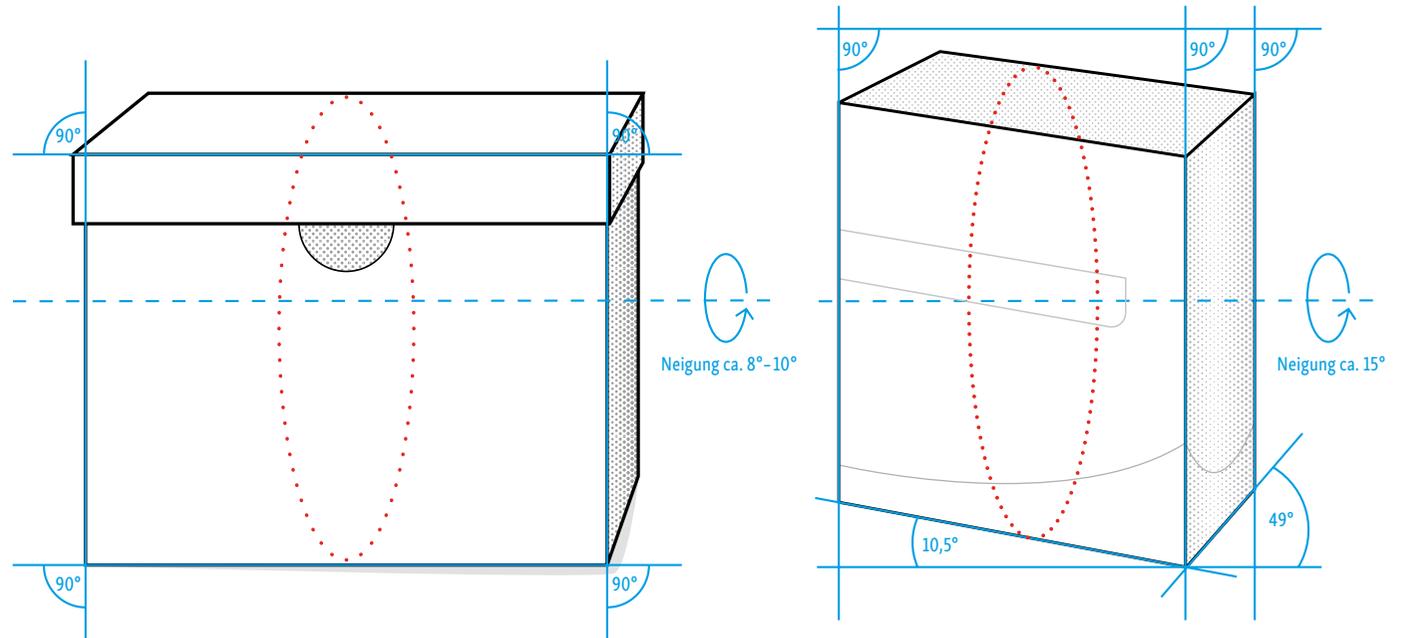
POS



PRINT



ONLINE



04 Freisteller / Packshots

Sack

- Gerade, aber ein leicht schräger Winkel
- Lichtstimmung frontal und fokussiert (rote Markierung)
- Verstärkung der 3D-Wirkung durch starke Licht- und Glanzreflexe

Verwendungsmöglichkeit(en)



TV



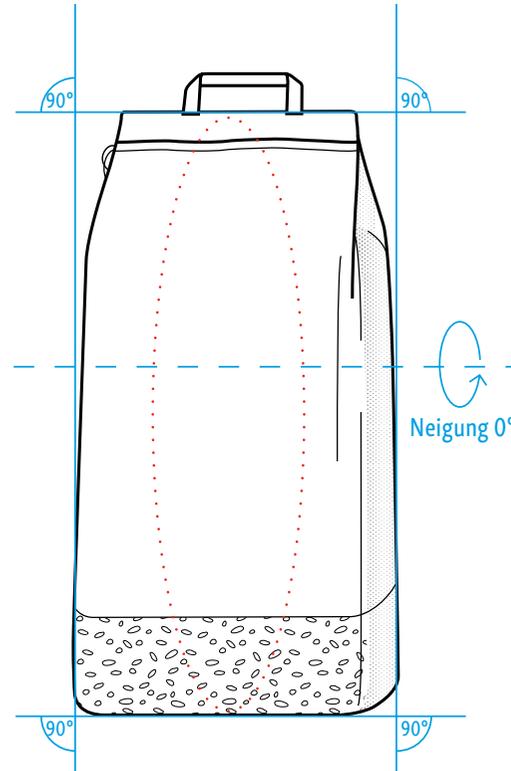
POS



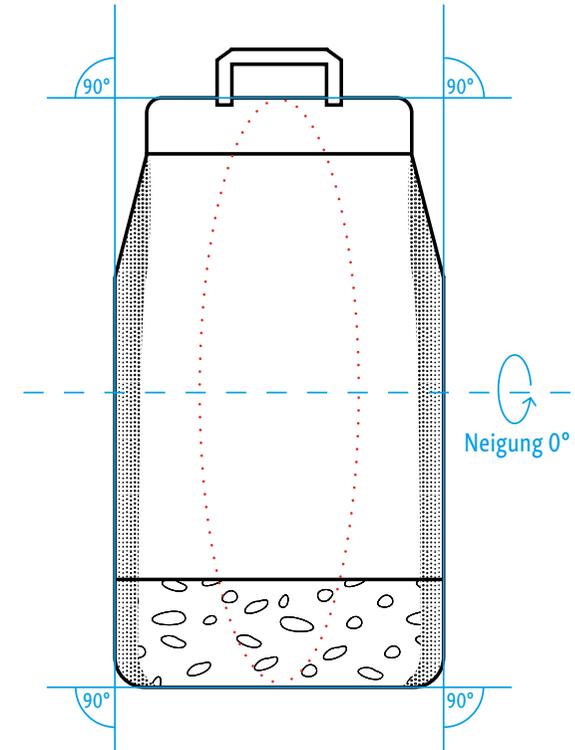
PRINT



ONLINE



Wenn der Sack zwei Seiten hat, muss die rechte Seite gezeigt werden



Hat das Produkt nur eine Seite, wird es frontal gezeigt

04 Freisteller / Packshots

Beutel

- Beutel werden frontal gezeigt, analog unserer Vorgabe
- Lichtstimmung frontal und fokussiert (rote Markierung)
- Verstärkung der 3D-Wirkung durch starke Licht- und Glanzreflexe

Verwendungsmöglichkeit(en)



TV



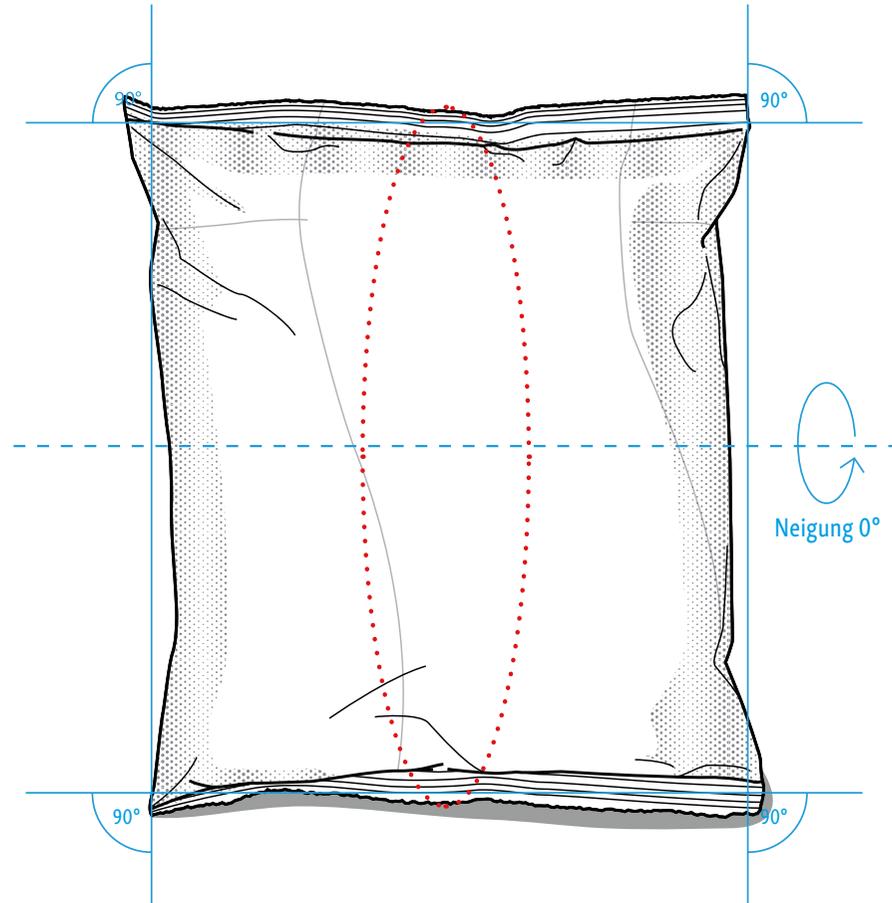
POS



PRINT



ONLINE

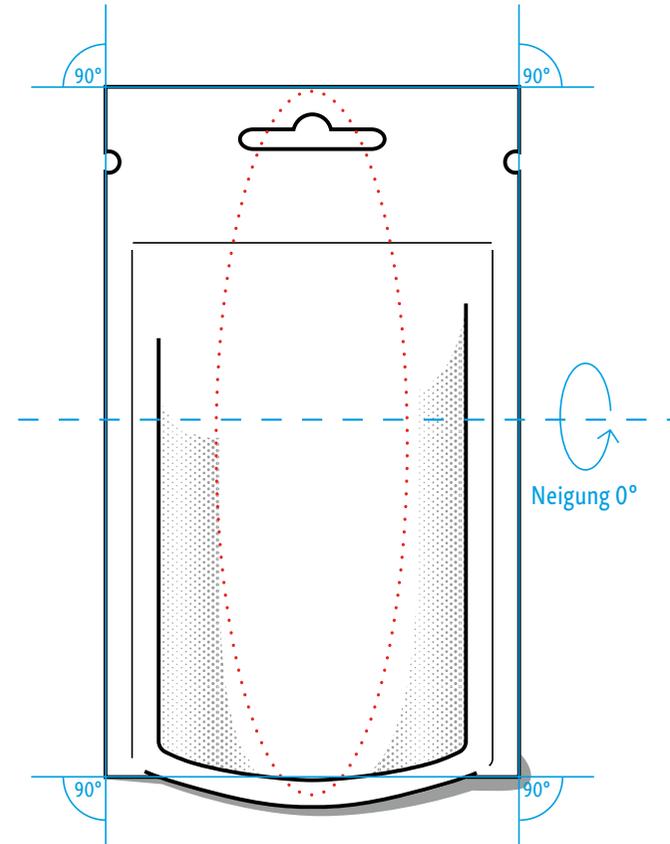


04 Freisteller / Packshots

Pouch

- Gerade und frontal
- Wichtig ist, dass die untere Wölbung, die durch den Inhalt des Beutels entsteht, zu sehen ist
- Lichtstimmung frontal und fokussiert (rote Markierung)
- Verstärkung der 3D-Wirkung durch starke Licht- und Glanzreflexe

Verwendungsmöglichkeit(en)

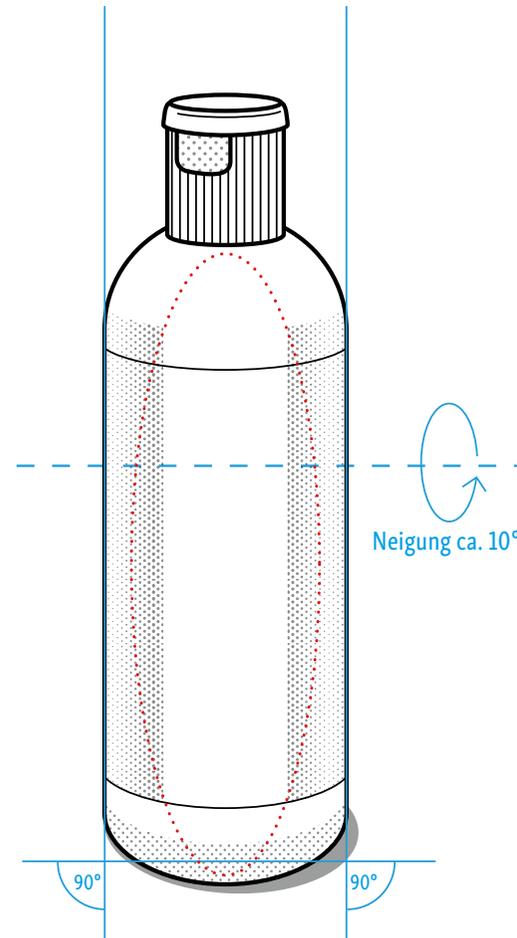


04 Freisteller / Packshots

Flasche

- Frontal, aber mit einer leichten Aufsicht
- Lichtstimmung frontal und fokussiert (rote Markierung)
- Verstärkung der 3D-Wirkung durch starke Licht- und Glanzreflexe

Verwendungsmöglichkeit(en)

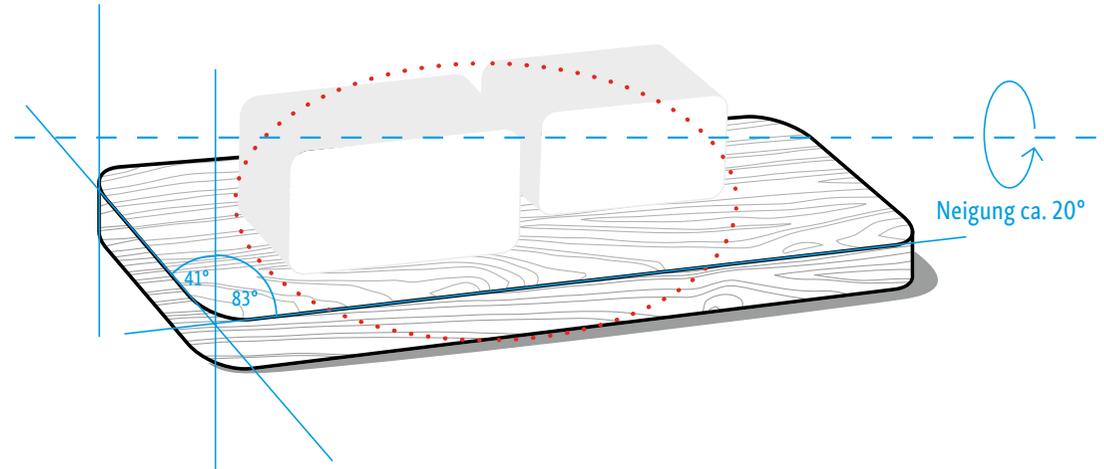


04 Freisteller / Packshots

Lose Ware auf Brett

- Einheitliches Holzbrett
- Lichtstimmung hell, diffus und frontal auf das Holzbrett gerichtet, der Fokus liegt dabei auf der Produktmitte (rote Markierung)
- Das Holzbrett wird frontal fotografiert, jedoch mit einer leichten Aufsicht:
Blickwinkel: ca. 20°

Verwendungsmöglichkeit(en)



04 Freisteller / Packshots

SELECT GOLD | Schale gestürzt (Aufdruck auf der Schale)

- Lichtstimmung frontal und produktfokussiert (rote Markierung)
- In der Post-production muss das SELECT GOLD Logo für den Kunden immer lesbar dargestellt werden, egal wie die Schale zu sehen ist

Verwendungsmöglichkeit(en)



TV



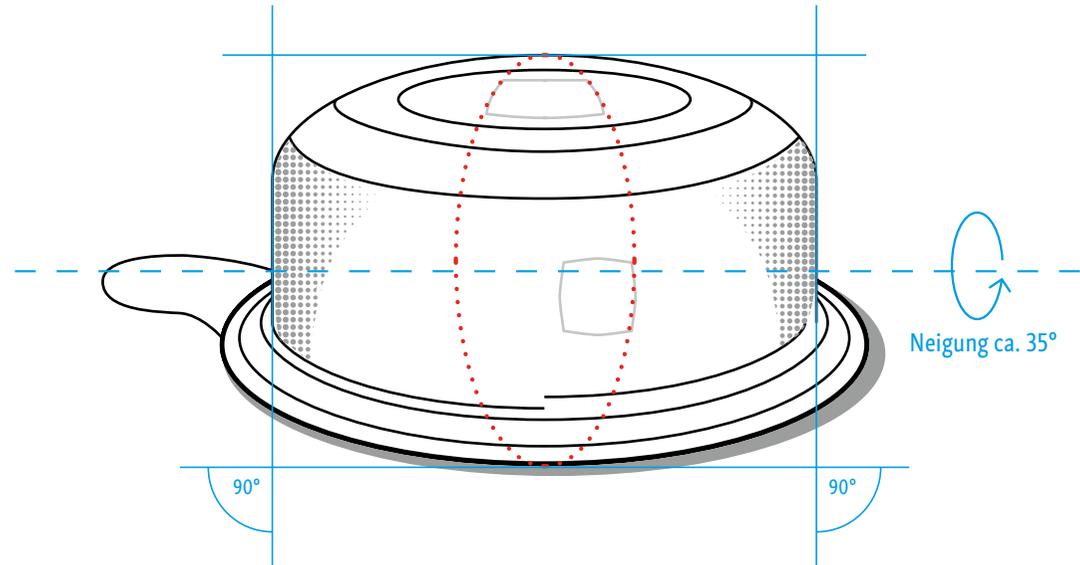
POS



PRINT



ONLINE



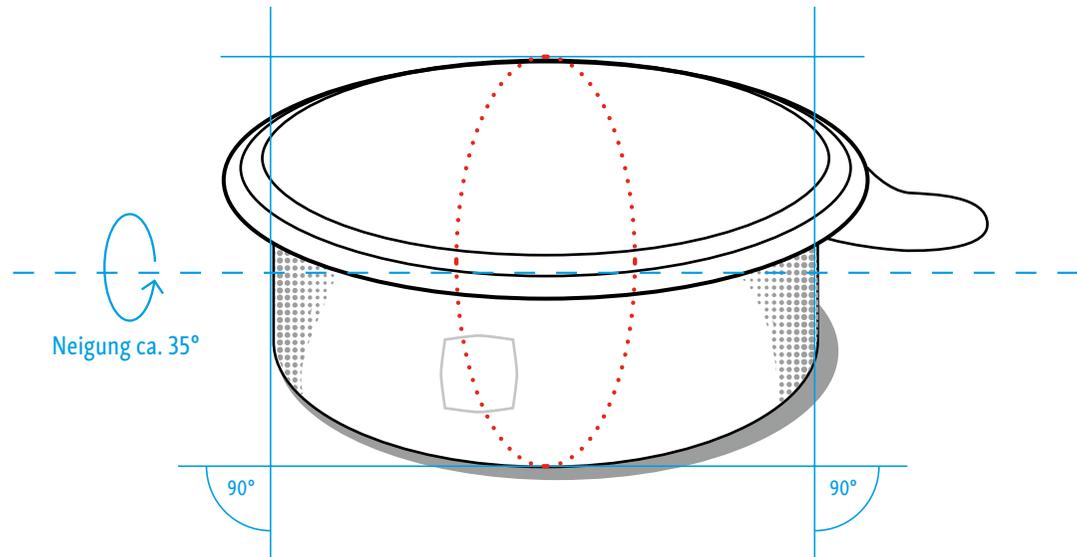
Neigung ca. 35°

04 Freisteller / Packshots

SELECT GOLD | Schale einzeln gedreht

- Lichtstimmung frontal und produktfokussiert (rote Markierung)
- In der Post-production muss das SELECT GOLD Logo für den Kunden immer lesbar dargestellt werden, egal wie die Schale zu sehen ist

Verwendungsmöglichkeit(en)



04 Freisteller / Packshots

SELECT GOLD | Schale 3er-Stapel gestürzt

- Lichtstimmung frontal und produktfokussiert (rote Markierung)
- In der Post-production muss das SELECT GOLD Logo für den Kunden immer lesbar dargestellt werden, egal wie die Schale zu sehen ist

Verwendungsmöglichkeit(en)



TV



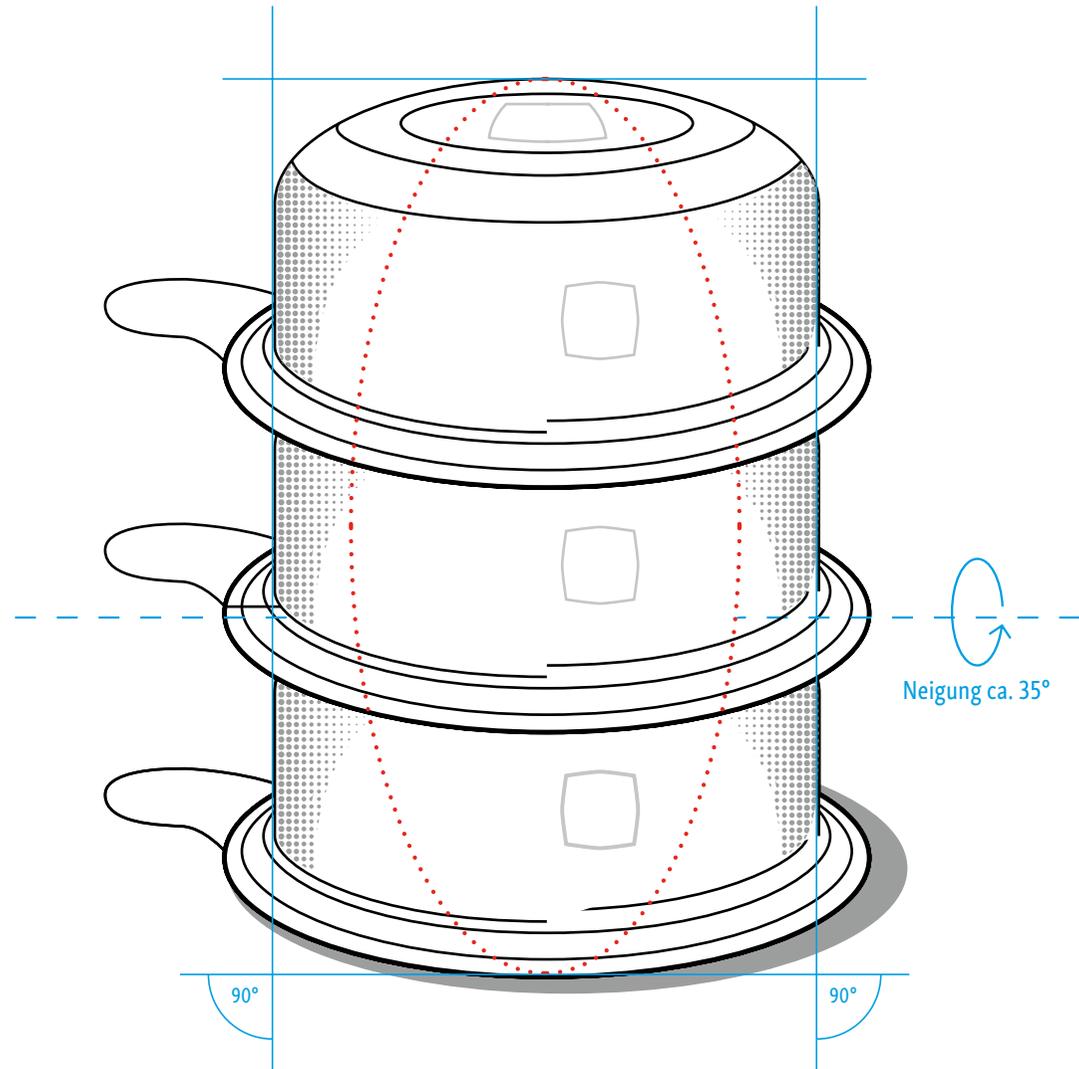
POS



PRINT



ONLINE



04 Freisteller / Packshots

SELECT GOLD | Schale 3er-Pyramide

- Lichtstimmung frontal und produktfokussiert (rote Markierung)
- In der Post-production muss das SELECT GOLD Logo für den Kunden immer lesbar dargestellt werden, egal wie die Schale zu sehen ist

Verwendungsmöglichkeit(en)



TV



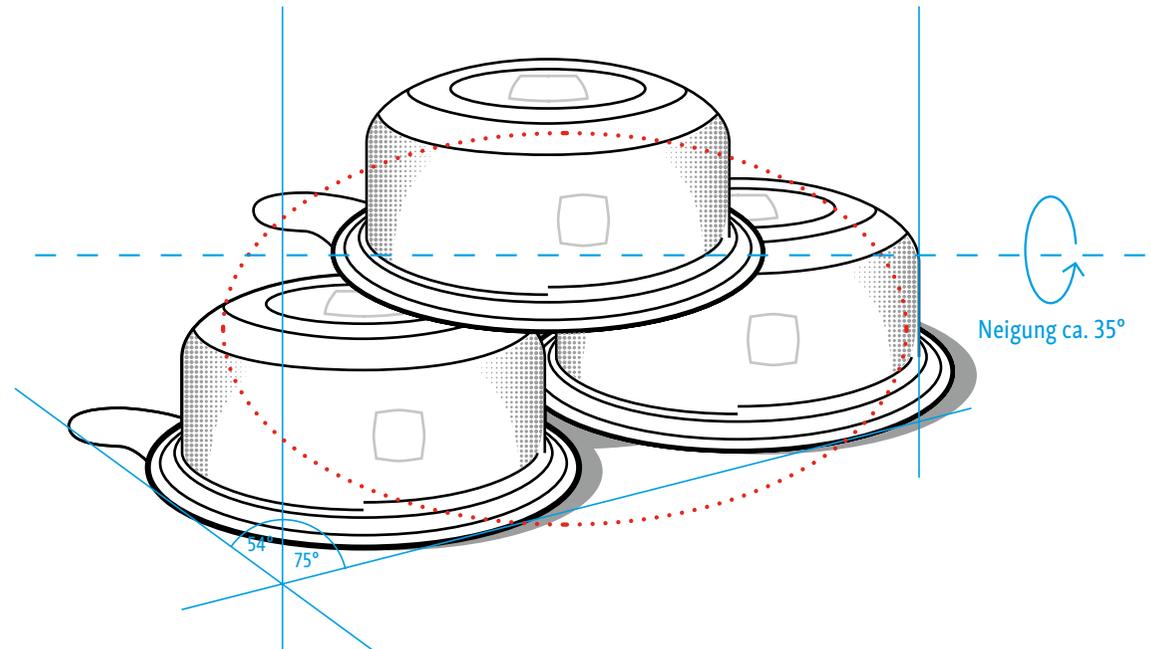
POS



PRINT



ONLINE

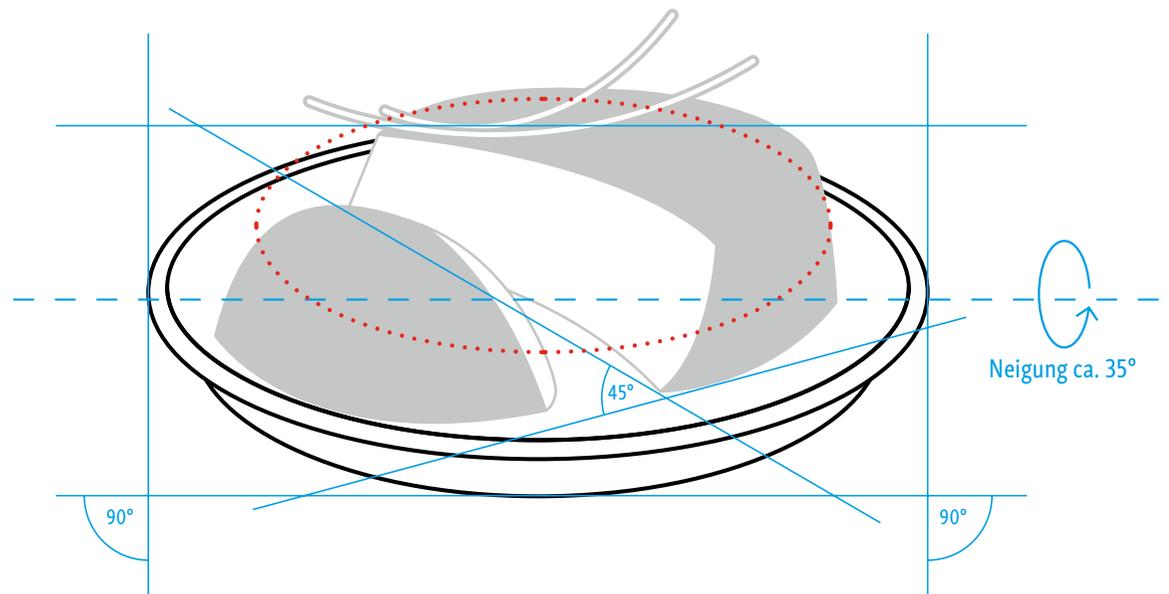


04 Freisteller / Packshots

SELECT GOLD | Futter auf Teller

- Lichtstimmung frontal und produktfokussiert (rote Markierung)

Verwendungsmöglichkeit(en)



04 Freisteller / Packshots

SELECT GOLD | 3er-Pyramide mit Futter

- Lichtstimmung frontal und produktfokussiert (rote Markierung)
- In der Post-production muss das SELECT GOLD Logo für den Kunden immer lesbar dargestellt werden, egal wie die Schale zu sehen ist
- Die Proportionen von Schale und Teller sollten zueinander im Verhältnis stehen

Verwendungsmöglichkeit(en)



TV



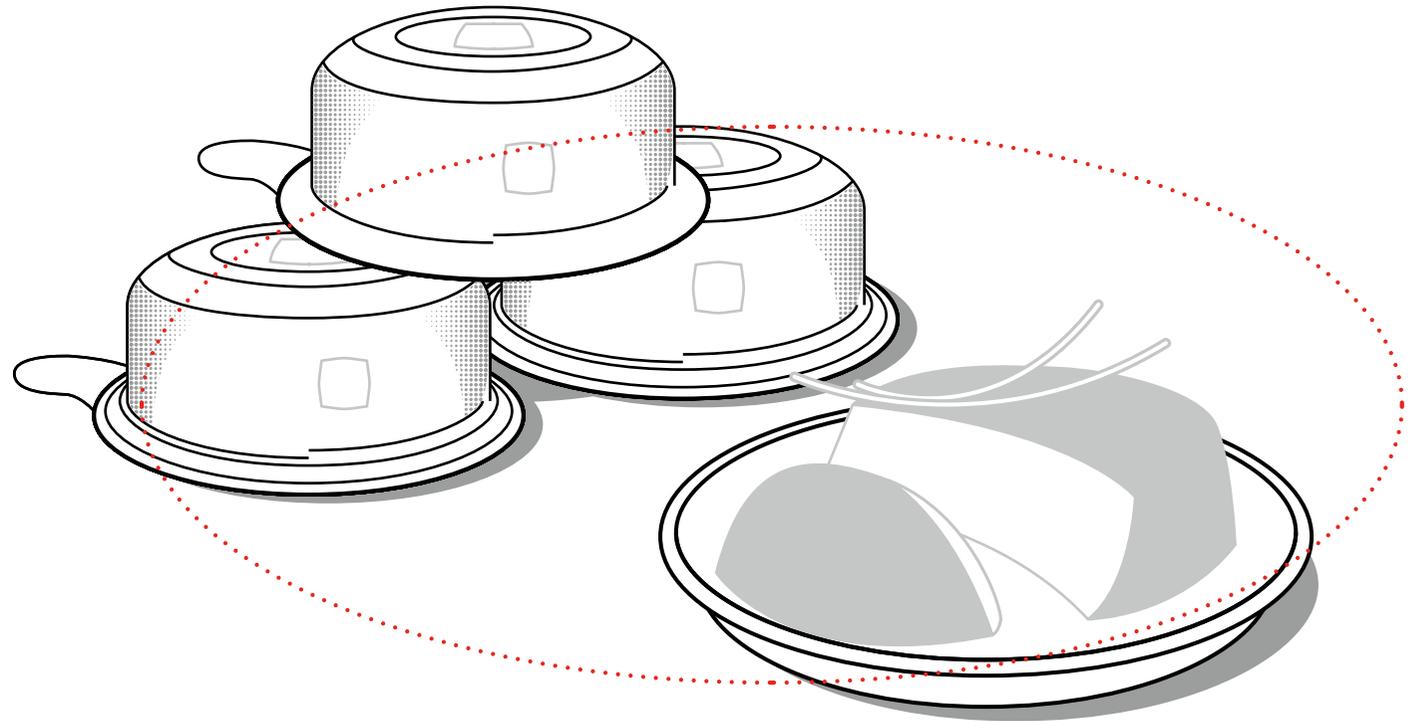
POS



PRINT



ONLINE

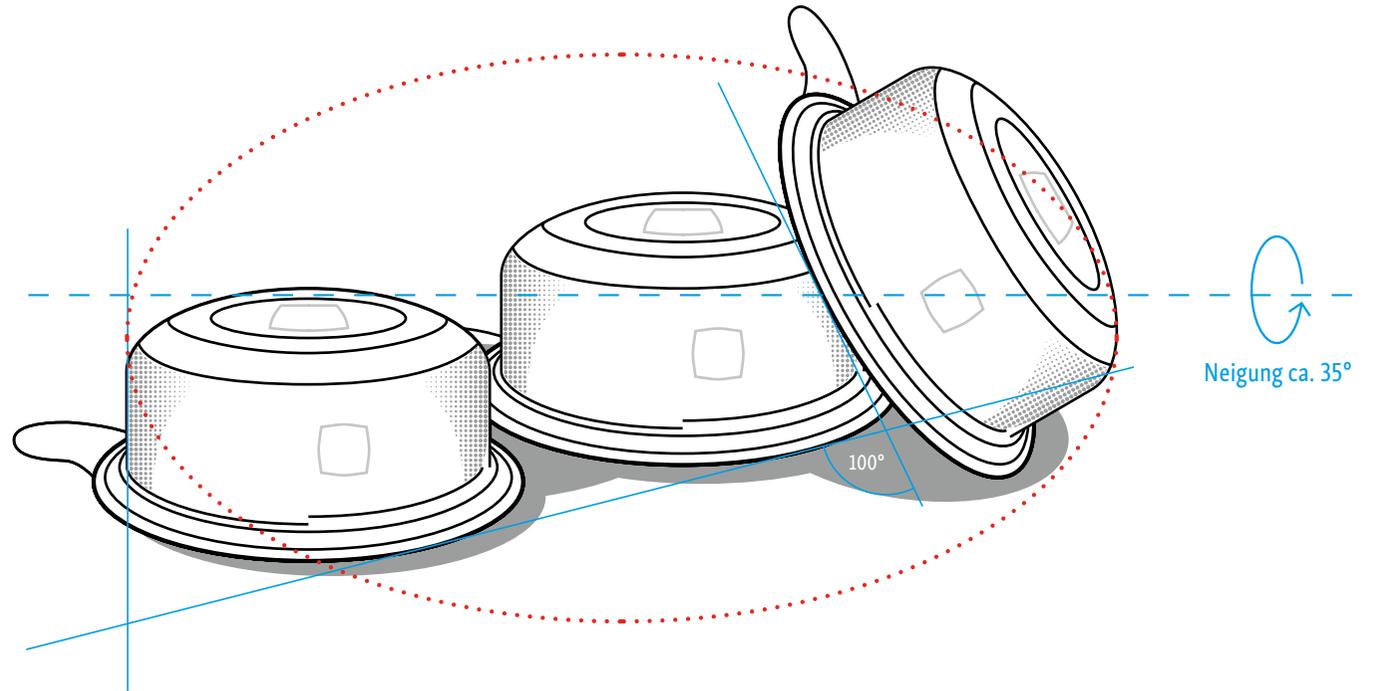


04 Freisteller / Packshots

SELECT GOLD | 3er-Reihe gestürzt

- Lichtstimmung frontal und produktfokussiert (rote Markierung)
- In der Post-production muss das SELECT GOLD Logo für den Kunden immer lesbar dargestellt werden, egal wie die Schale zu sehen ist

Verwendungsmöglichkeit(en)

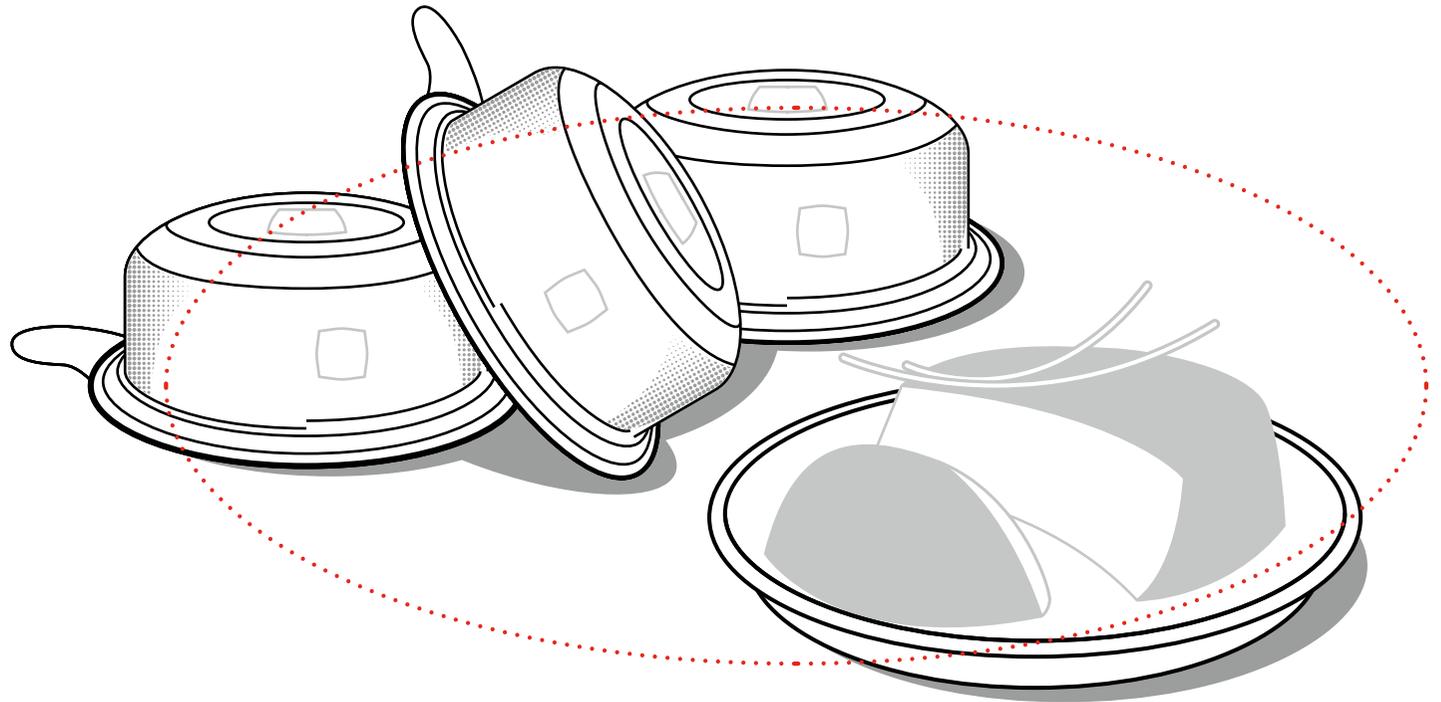


04 Freisteller / Packshots

SELECT GOLD | 3er-Reihe gestürzt mit Futter

- Lichtstimmung frontal und produktfokussiert (rote Markierung)
- In der Post-production muss das SELECT GOLD Logo für den Kunden immer lesbar dargestellt werden, egal wie die Schale zu sehen ist
- Die Proportionen von Schale und Teller sollten zueinander im Verhältnis stehen

Verwendungsmöglichkeit(en)

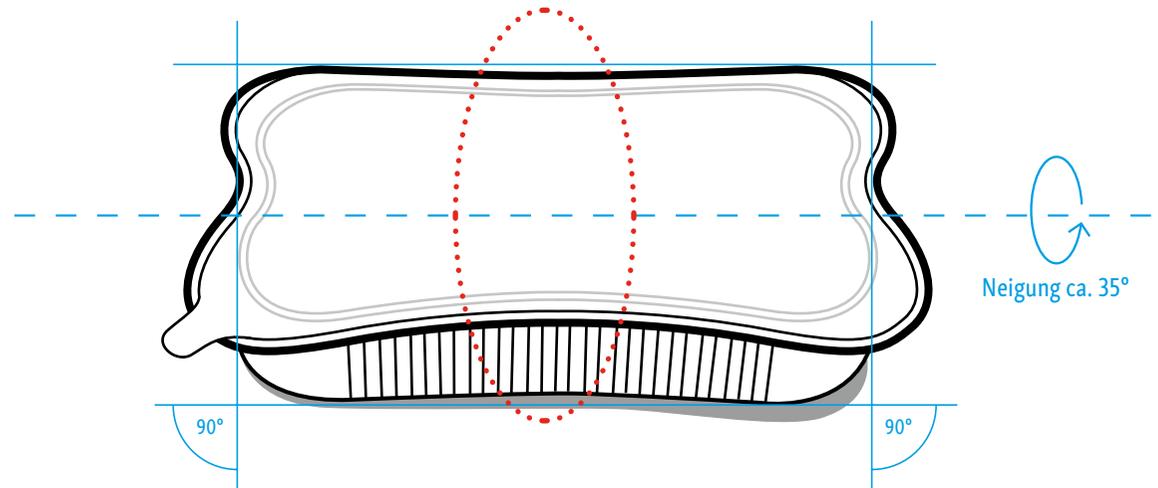


04 Freisteller / Packshots

PREMIERE | Schale einzeln

- Lichtstimmung frontal und produktfokussiert (rote Markierung)
- In der Post-production muss das PREMIERE Logo für den Kunden immer lesbar dargestellt werden, egal wie die Schale zu sehen ist

Verwendungsmöglichkeit(en)

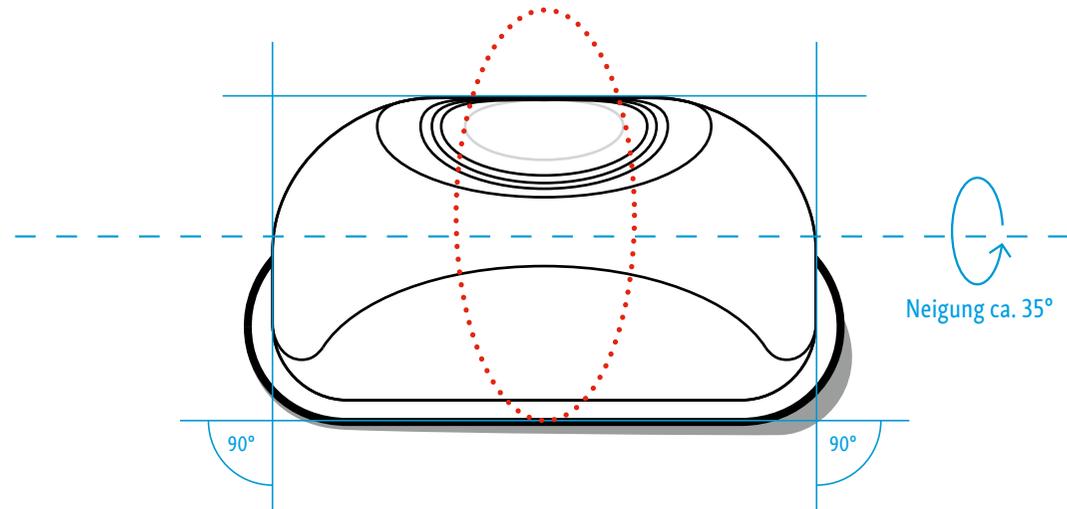


04 Freisteller / Packshots

PREMIERE | Soft Mousse einzeln

- Lichtstimmung frontal und produktfokussiert (rote Markierung)
- In der Post-production muss das PREMIERE Logo für den Kunden immer lesbar dargestellt werden, egal wie die Schale zu sehen ist

Verwendungsmöglichkeit(en)



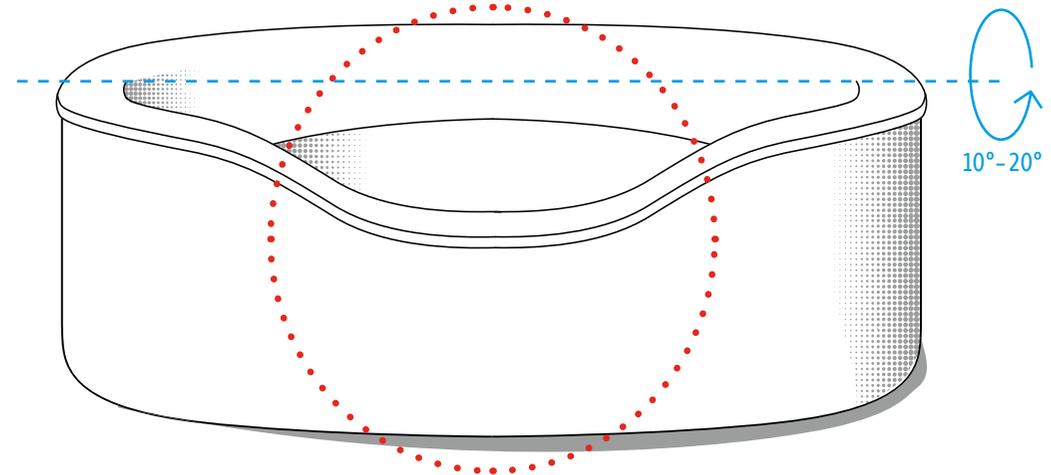
04 Freisteller / Packshot

Betten und Kissen

- Bei Mustern auf dem Kissen zusätzlich frontal von oben, um den Druck / das Muster zu erkennen
- Lichtstimmung hell, diffus und frontal auf das Bett/Kissen gerichtet, der Fokus liegt dabei auf der Produktmitte (rote Markierung)
- Das Bett/Kissen wird frontal fotografiert, jedoch mit einer leichten Aufsicht: Blickwinkel horizontal: 10° – 20°
- Jegliche Produktfeatures wie z. B. herausnehmbare oder Wendekissen, Applikationen etc. werden als Detail abgebildet

Optional

Um das Größenverhältnis eines Bettes/Kissens besser zu veranschaulichen, wird das Produkt mit einem Tier (Hund oder Katze) zusätzlich fotografiert.



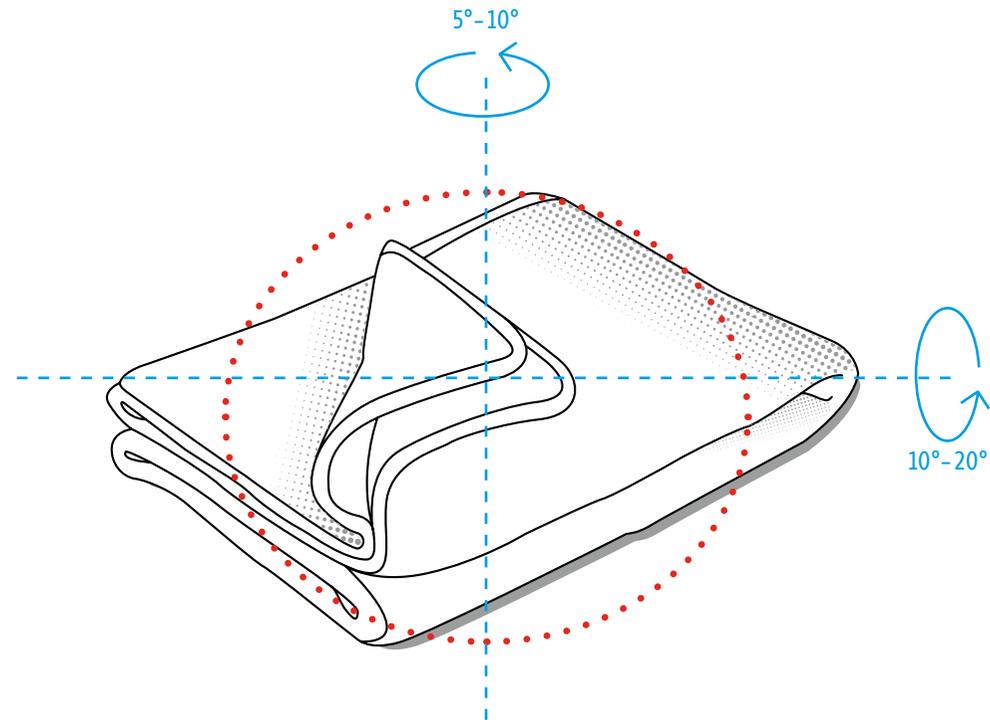
04 Freisteller / Packshot

Decken

- Bei Mustern auf der Decke zusätzlich frontal von oben, um den Druck / das Muster zu erkennen
- Lichtstimmung hell, diffus und frontal auf die Decke gerichtet, der Fokus liegt dabei auf der Produktmitte (rote Markierung)
- Die Decke wird frontal fotografiert, jedoch mit einer leichten Aufsicht:
Blickwinkel vertikal: 5° – 10°
Blickwinkel horizontal: 10° – 20°
- Jegliche Produktfeatures, Applikationen etc. werden als Detail abgebildet

Optional

Um das Größenverhältnis einer Decke besser zu veranschaulichen, wird das Produkt mit einem Tier (Hund oder Katze) zusätzlich fotografiert.



04 Freisteller / Packshot

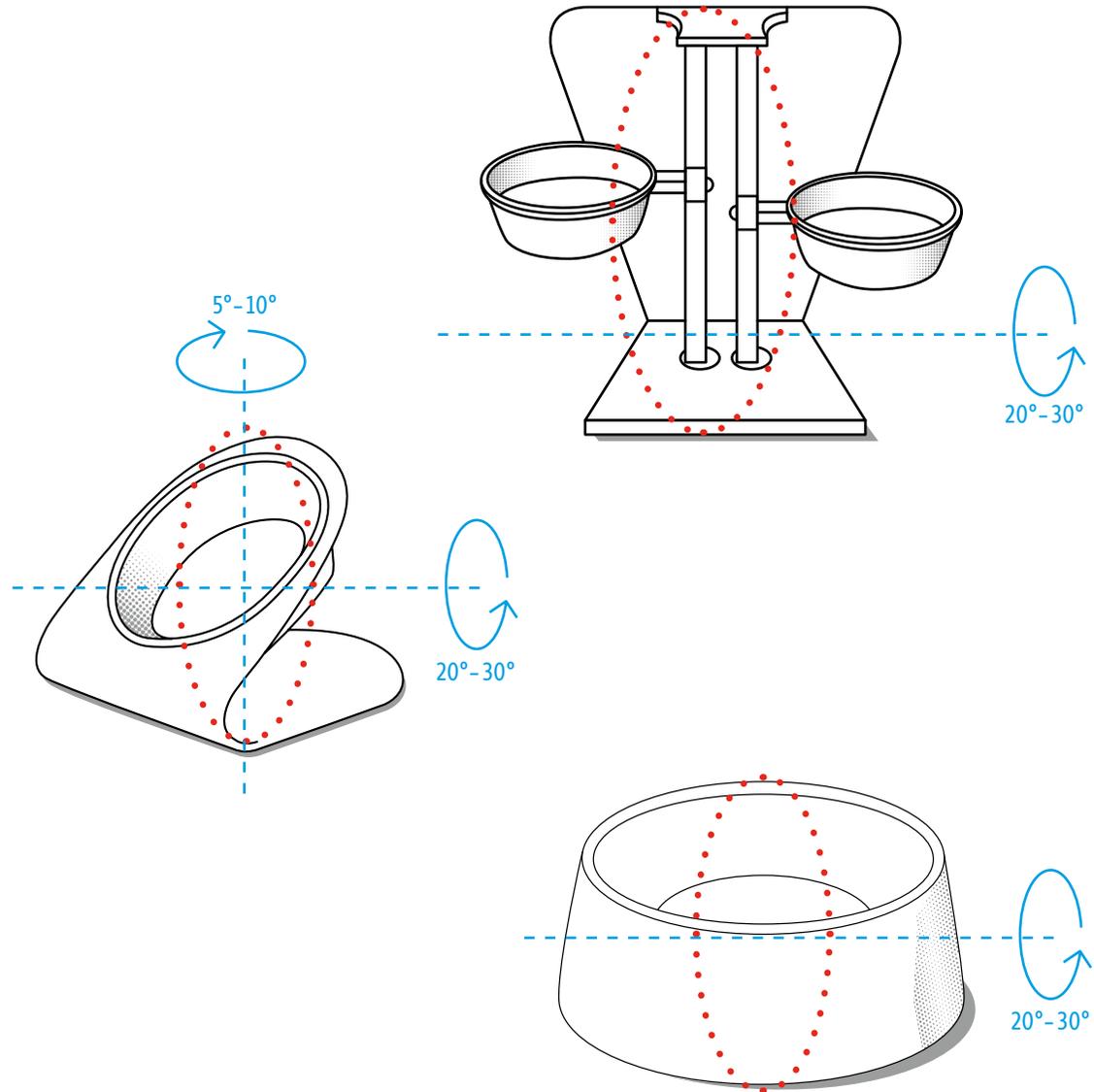
Näpfe

- Lichtstimmung hell, diffus und frontal auf den Napf gerichtet, der Fokus liegt dabei auf der Produktmitte (rote Markierung)
- Der Napf wird frontal fotografiert, jedoch mit einer leichten Aufsicht:
Blickwinkel vertikal: 5° - 10°
Blickwinkel horizontal: 20° - 30°
- Jegliche Produktfeatures wie z. B. herausnehmbarer Innennapf, innen bedruckt, rutschfeste FüÙe etc. werden als Detail abgebildet, bei Bedarf mit Hand in Anwendung

Optional

Bei verschiedenen Napfgrößen werden diese als Stapel fotografiert. Der Napfstapel kann in seiner Darstellung variieren, jedoch sollte diese modern sein.

Achtung! Verschiedene Napfgrößen werden nicht gesondert als Einzelbilder fotografiert, sondern nur in der Artikelbeschreibung ausgelobt.



04 Freisteller / Packshot

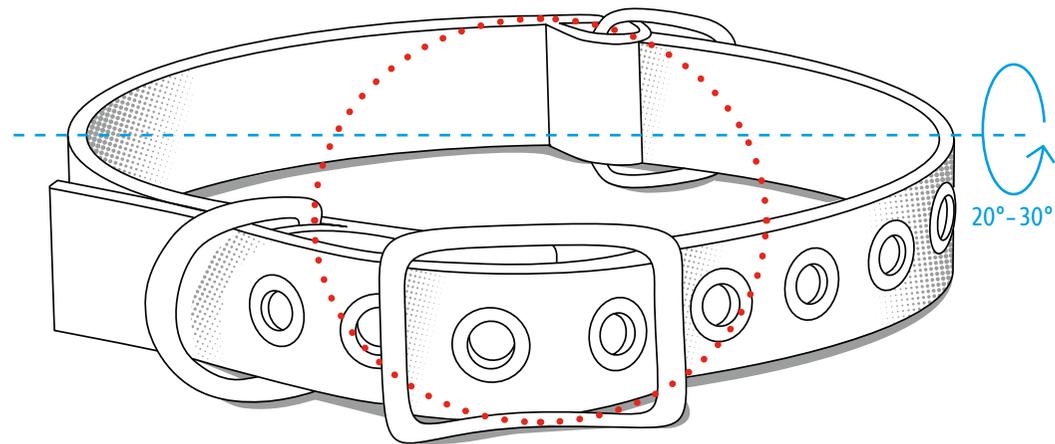
Halsbänder

- Lichtstimmung hell, diffus und frontal auf das Halsband gerichtet, der Fokus liegt dabei auf der Produktmitte (rote Markierung)
- Das Halsband wird frontal fotografiert, jedoch mit einer leichten Aufsicht: Blickwinkel horizontal: 20°–30°
- Jegliche Produktfeatures wie z. B. aufwendige Applikationen, Logo etc. werden als Detailfoto abgebildet, bei Bedarf mit Hand in Anwendung

Optional

Bei verschiedenen Halsbandgrößen werden diese als Stapel fotografiert. Der Stapel kann in seiner Darstellung variieren, jedoch sollte diese modern sein.

Achtung! Verschiedene Halsbandgrößen werden nicht gesondert als Einzelbilder fotografiert, sondern nur in der Artikelbeschreibung ausgelobt.

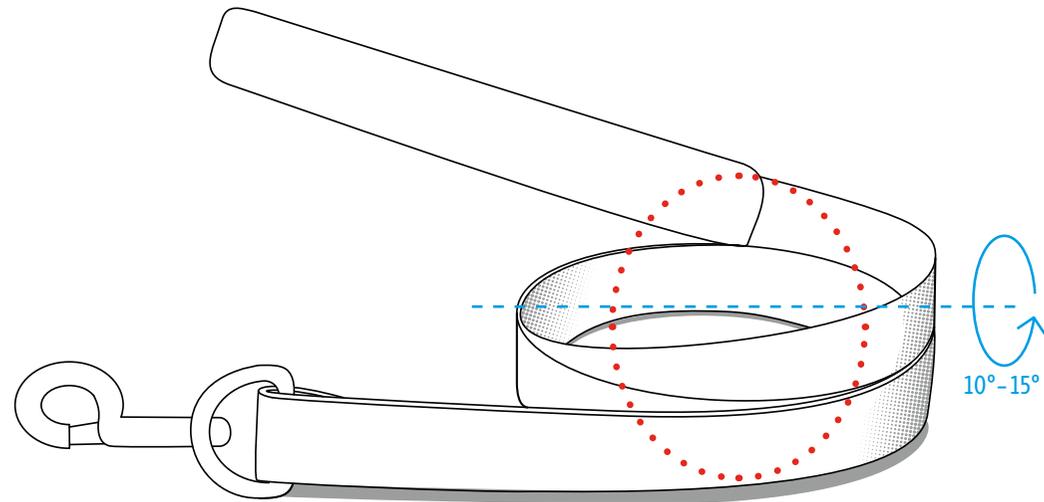


04 Freisteller / Packshot

Leinen

- Lichtstimmung hell, diffus und frontal auf die Leine gerichtet, der Fokus liegt dabei auf der Produktmitte (rote Markierung)
- Die Leine wird frontal fotografiert, jedoch mit einer leichten Aufsicht: Blickwinkel vertikal: 10° – 15°
- Jegliche Produktfeatures wie z. B. aufwendige Applikationen, Logo etc. werden als Detailfoto abgebildet, bei Bedarf mit Hand in Anwendung

Achtung! Verschiedene Leinengrößen werden nicht gesondert als Einzelbilder fotografiert, sondern nur in der Artikelbeschreibung ausgelobt.

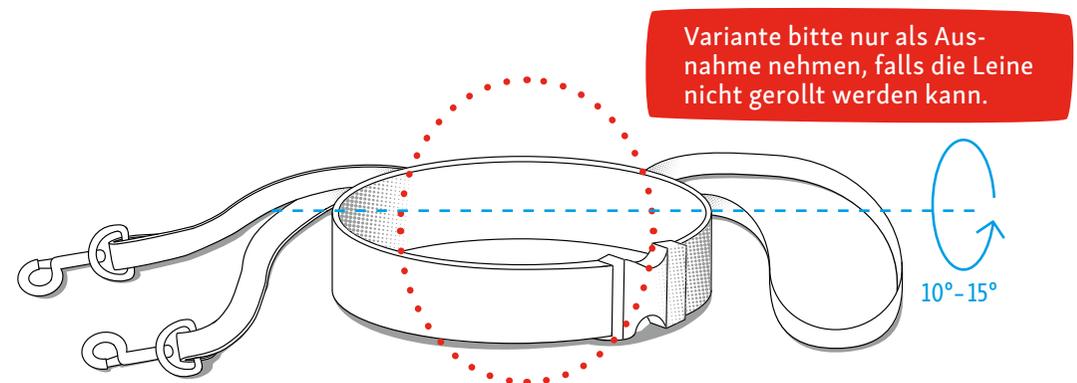
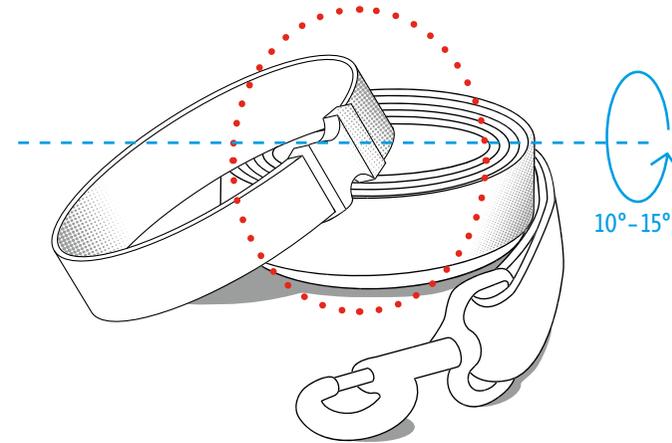


04 Freisteller / Packshot

Halsband + Leine

- Lichtstimmung hell, diffus und frontal auf das Halsband und die Leine gerichtet, der Fokus liegt dabei auf der Produktmitte (rote Markierung)
- Das Halsband und die Leine werden frontal fotografiert, jedoch mit einer leichten Aufsicht:
Blickwinkel horizontal: 10°–15°
- Wenn Halsband und Leine einzeln fotografiert werden, dann wie auf Seite 37 und 38 beschrieben
- Die Leine wird, sofern möglich, aufgerollt fotografiert
- Jegliche Produktfeatures wie z. B. aufwendige Applikationen, Logo etc. werden als Detailfoto abgebildet, bei Bedarf mit Hand in Anwendung

Achtung! Verschiedene Produktgrößen werden nicht gesondert als Einzelbilder fotografiert, sondern nur in der Artikelbeschreibung ausgelobt.



04 Freisteller / Packshot

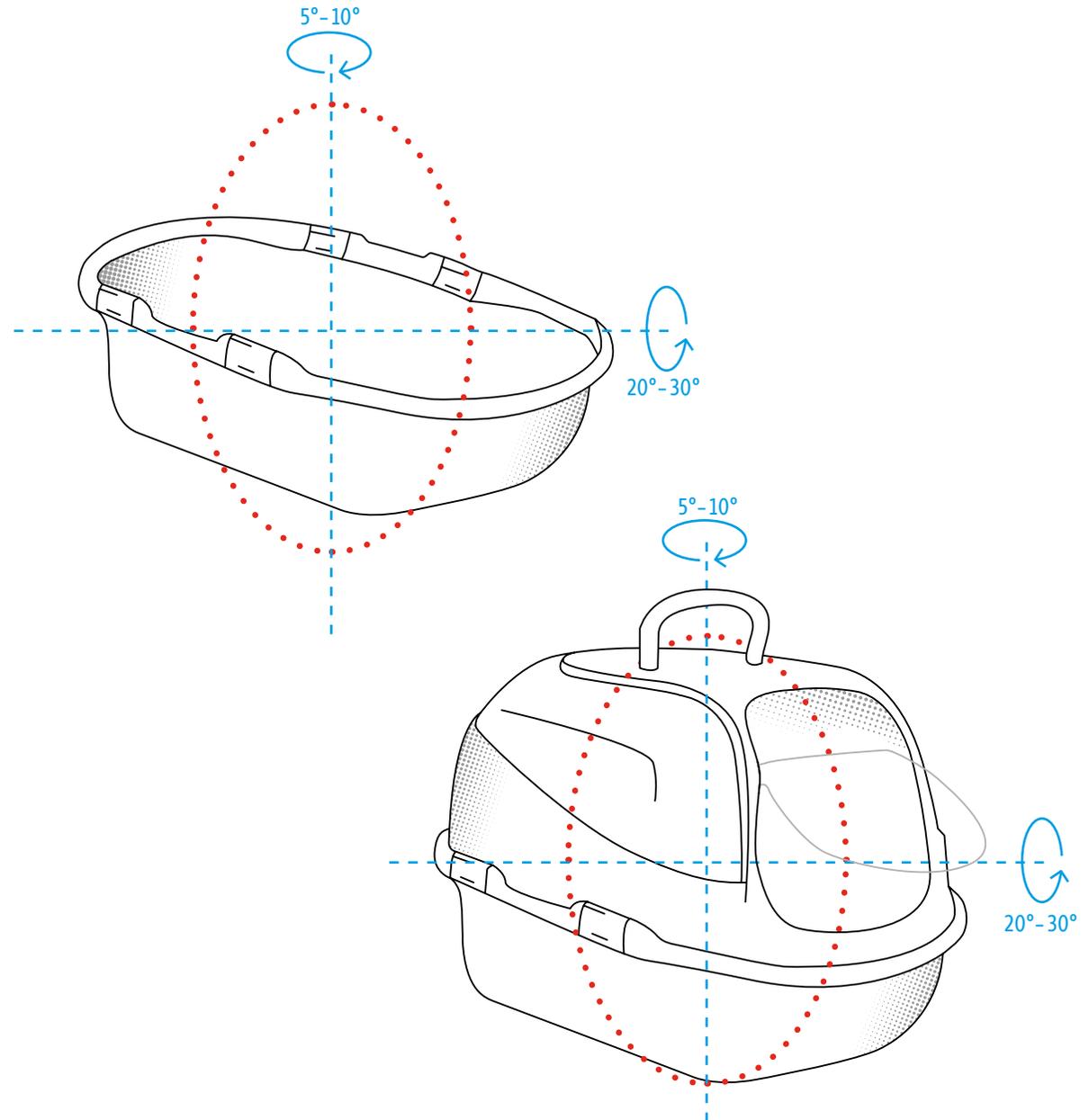
Toiletten

- Lichtstimmung hell, diffus und frontal auf die Toilette gerichtet, der Fokus liegt dabei auf der Produktmitte (rote Markierung)
- Die Toilette wird frontal fotografiert, jedoch mit einer leichten Aufsicht:
Blickwinkel vertikal: 5° - 10°
Blickwinkel horizontal: 20° - 30°
- Jegliche Produktfeatures wie z. B. abnehmbare Elemente etc. werden als Detailfoto abgebildet, bei Bedarf mit Hand in Anwendung

Optional

Zum besseren Größenverständnis kann die Toilette mit einer Katze fotografiert werden.

Achtung! Verschiedene Toilettengrößen werden nicht gesondert als Einzelbilder fotografiert, sondern nur in der Artikelbeschreibung ausgelobt.



04 Freisteller / Packshot

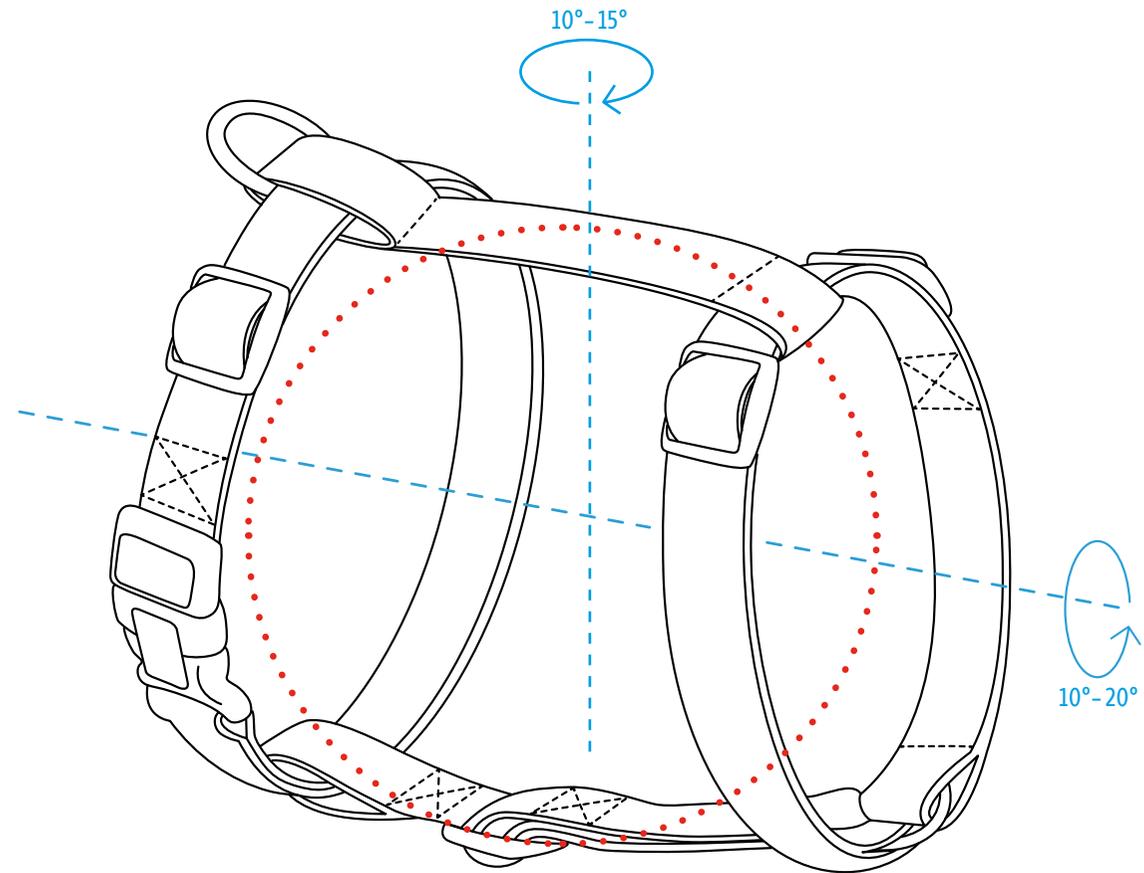
Geschirre

- Lichtstimmung hell, diffus und frontal auf das Geschirr gerichtet, der Fokus liegt dabei auf der Produktmitte (rote Markierung)
- Das Geschirr wird von der Seite fotografiert, jedoch mit einer leichten Aufsicht und zum Betrachter gedreht:
Blickwinkel vertikal: 10° – 15°
Blickwinkel horizontal: 10° – 20°
- Jegliche Produktfeatures wie z. B. Schnallen etc. werden als Detailfoto abgebildet, bei Bedarf mit Hand in Anwendung

Optional

Zum besseren Größenverständnis kann das Geschirr angezogen an Hund oder Katze gezeigt werden.

Achtung! Verschiedene Geschirrgrößen werden nicht gesondert als Einzelbilder fotografiert, sondern nur in der Artikelbeschreibung ausgelobt.



04 Freisteller / Packshot

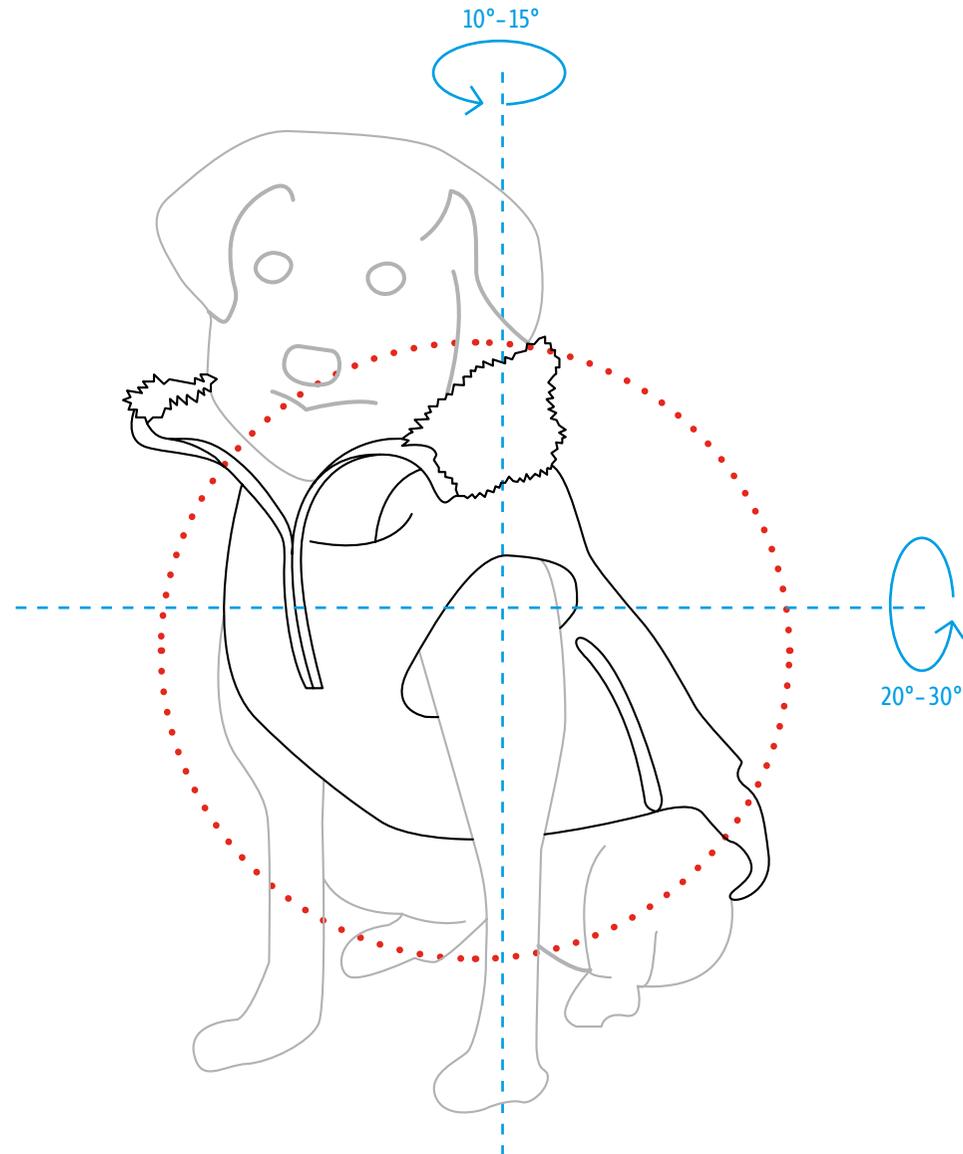
Hundemäntel

- Lichtstimmung hell, diffus und frontal auf den Hundemantel gerichtet, der Fokus liegt dabei auf der Produktmitte (rote Markierung)
- Der Hundemantel wird frontal fotografiert, jedoch mit einer leichten Aufsicht und zum Betrachter gedreht:
Blickwinkel vertikal: 10° – 15°
Blickwinkel horizontal: 20° – 30°
- Jegliche Produktfeatures wie z. B. Schnallen etc. werden als Detailfoto abgebildet, bei Bedarf mit Hand in Anwendung

Optional

Zum besseren Größenverständnis muss der Hundemantel an einem Hund oder Dummy angezogen gezeigt werden.

Achtung! Verschiedene Mantelgrößen werden nicht gesondert als Einzelbilder fotografiert, sondern nur in der Artikelbeschreibung ausgelobt.



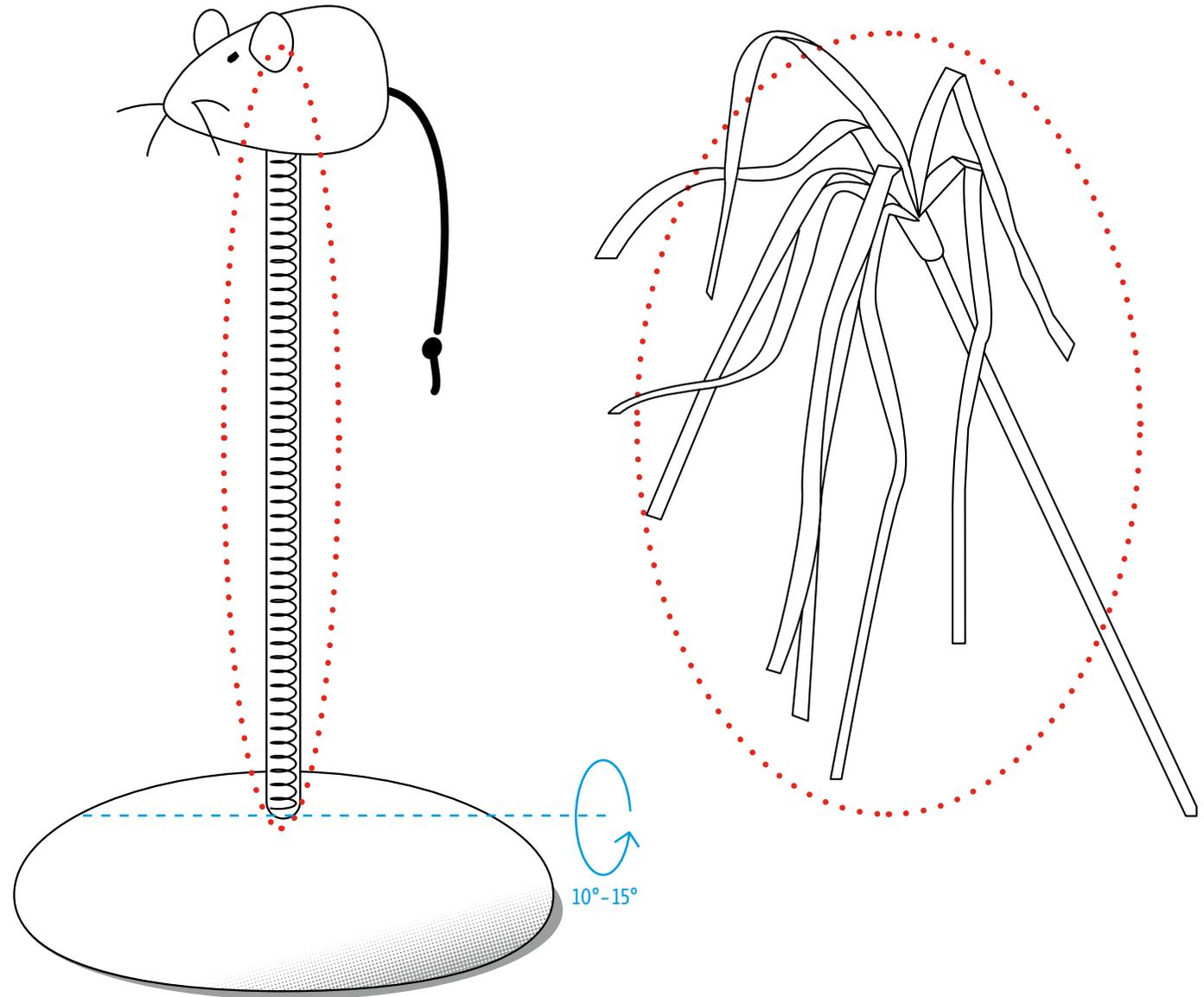
04 Freisteller / Packshot

Spielzeug

- Lichtstimmung hell, diffus und frontal auf das Spielzeug gerichtet, der Fokus liegt dabei auf der Produktmitte (rote Markierung)
- Das Spielzeug wird frontal fotografiert, jedoch mit einer leichten Aufsicht: Blickwinkel horizontal: 10° – 15°
- Jegliche Produktfeatures wie z. B. erklärungsbedürftige Artikel, besondere Produktfeatures etc. werden als Detailfoto abgebildet, bei Bedarf mit Hand in Anwendung

Optional

Zum besseren Größenverständnis kann das Spielzeug mit einem Tier in Anwendung fotografiert werden.



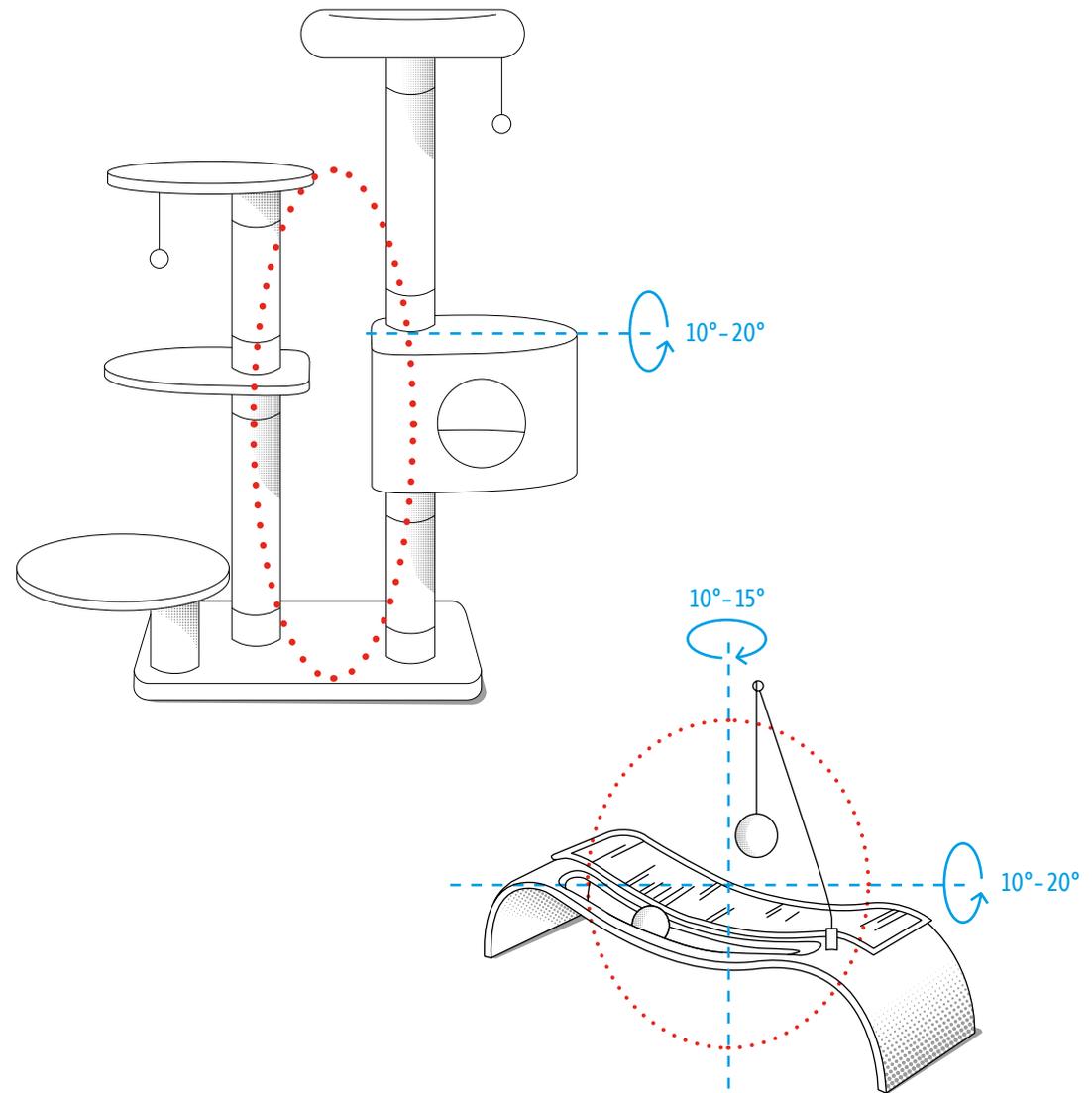
04 Freisteller / Packshot

Kratzbäume

- Lichtstimmung hell, diffus und frontal auf den Kratzbaum gerichtet, der Fokus liegt dabei auf der Produktmitte (rote Markierung)
- Der Kratzbaum wird frontal fotografiert, jedoch mit einer leichten Aufsicht:
Blickwinkel vertikal: 10° - 15°
Blickwinkel horizontal: 10° - 20°
- Jegliche Produktfeatures wie z. B. herausnehmbare Kissen, Applikationen etc. werden als Detail abgebildet, bei Bedarf mit Hand in Anwendung

Optional

Zum besseren Größenverständnis kann der Kratzbaum mit einer oder ggf. zwei Katzen fotografiert werden. Tier(e) sollten möglichst zentral im Fokus auf dem Kratzbaum zu sehen sein.



05 Kontakt

**Fressnapf Tiernahrungs GmbH
Westpreußenstraße 32 – 38
47809 Krefeld
Deutschland**

Customer Experience

**Lothar Schachtschneider
Expert Creative Design**

**Tel. +49 2151 5191-1291
lothar.schachtschneider@fressnapf.com**

Stand: 07/2021