

OTTO CORPORATE DESIGN _____

Basisinformationen und Richtlinien
zum Erscheinungsbild von OTTO



DICHTEN & KLEBEN

Vorwort

Wir bei OTTO – Erfolg & Kompetenz im Dichten & Kleben

Seit mehr als 140 Jahren stehen wir bei OTTO für kompromisslose Qualität, höchste Kompetenz und innovative Lösungen für besondere Aufgabenstellungen in Industrie, Handel und Handwerk – sei es zum Dichten, Kleben, Vergießen oder Beschichten.

Als führender Hersteller von Dichtstoffen und Klebstoffen genießen wir dabei weltweit einen exzellenten Ruf quer durch alle Branchen. Eine Wertschätzung, die wir uns nicht nur aufgrund unseres umfangreichen Sortiments an qualitativ hochwertigen Produkten erarbeitet haben. In erster Linie sind es die optimal auf die individuellen Wünsche unserer Kunden zugeschnittenen Beratungs- und Serviceleistungen, die uns zu einem verlässlichen Partner auf Augenhöhe machen. So verlieren wir nie das Wesentliche aus dem Blick und wissen immer genau, worauf es wirklich ankommt: flexibel anpassbare Vertriebs-, Logistik- und Entwicklungsprozesse sowie zu 100% zufriedenstellende Produkte „made in Germany“.

Wofür wir stehen – die OTTO Markenwerte

Die tägliche Arbeit der OTTO Teams basiert auf sieben Markenwerten, die sich in unserem Tun ebenso wie in unseren Produkten widerspiegeln:

140 Jahre Erfahrung – Zusammenhalt – Leistungsstärke – Nachhaltigkeit – Verlässlichkeit – Kundenorientierung – Zukunftsorientierung

Mit Fokus auf diese Werte sorgen wir Tag für Tag mit qualitativ hochwertigen Produkten für Zusammenhalt.

Product is the hero, service is success

Wir sind bekannt und werden geschätzt für unsere Premiumprodukte – aber erst durch unsere umfangreichen Services zeigen sich alle Vorteile, die ein Kunde beim Kauf eines OTTO Produkts bekommt: Die Produktentwicklung, die Produktion und Logistik, die Vor-Ort-Beratung durch den Außendienst oder die Anwendungsberatung am Telefon. Die Weiterbildung durch unsere Schulungen oder die Unterstützung durch Infomaterial und Farbtafeln mit originalen Farbmustertupfen. So sorgen unsere top ausgebildeten und hoch motivierten Mitarbeiter jeden Tag dafür, dass unsere Kunden mehr als einen hochwertigen Dicht- oder Klebstoff bekommen, nämlich das Rundum-Paket zum Dichten und Kleben.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 2

1. Allgemeines. 4

1.1 Farbklima 4

1.3 Slogan 6

1.4 Typografie. 6

1.5 Schreibweisen/Glossar 7

1.6 Farbleitsystem 12

1.7 Piktogramme 16

2. Printmedien. 17

2.1 Geschäftsausstattung. 17

2.2 Redaktionelle Texte 17

2.3 Stellenanzeigen 18

2.4 Kataloge 18

2.5 Profi-Ratgeber 19

2.6 Produktinformationen 20

2.7 Handelsbroschüre 21

2.8 Industrie Broschüre 22

2.9 Infomaterial 23

3. Digitale Medien. 24

3.1 Website. 24

3.2 Anzeigen online 25

3.3 Digital Signage 27

3.4 Videos 28

Notizen 29

1. Allgemeines

1.1 Farbklima

Die Primär- oder Hausfarbe HKS 44 setzt als OTTO Blau den Hauptakzent des Unternehmensauftritts.

Die Farbe erfüllt hierbei eine sehr illustrative Funktion. Ein Hauptmerkmal des OTTO Designs ist die kontrastreiche Kombination aus blauen und weißen Flächen. Durch die konsequente Einhaltung dieser Regel kann ein hoher Wiedererkennungswert realisiert werden.

- Weiß ist die dominierende Hintergrundfarbe in allen Medien
- 3 fest definierte Blautöne mit denen gestaltet werden darf
- HKS 44 wird nur als Vollfarbe verwendet (keine Abstufungen)

Das OTTO Blau sollte primär als Volltonfarbe in HKS 44 wiedergegeben werden. Ist der Einsatz von HKS-Farben nicht möglich oder unwirtschaftlich, kann ein alternatives Farbsystem oder die entsprechende Prozessfarbe (Euroskala CMYK) verwendet werden.

Schwarz sowie alle anderen Farben werden als Prozessfarben in der Euroskala gedruckt. Multimediale Anwendungen verwenden die RGB-Skala.

HKS	44
CMYK	C100 M50
RGB	R0 G105 B180
RAL	5017
Pantone	300C

OTTO Lichtkante

Höhe der Schräge abhängig vom Format

Die Lichtkante sollte, wenn möglich zusammen mit dem OTTO Blau HKS 44 verwendet werden.

HKS 47 K

OTTO Fond

CMYK C12

1.2 Logo

Bedeutung

- Wir sind ein Industriebetrieb, der aber großen Wert auf nachhaltige und umweltschonende Produktion legt. Daher stellen wir bei unserem Logo die CHEMIE in den Hintergrund und OTTO in den Vordergrund.
- Subline „DICHTEN & KLEBEN“, weil das Bedürfnis des Kunden für uns im Vordergrund steht

	Positiv	Negativ	Einfarbig negativ auf Blau	Einfarbendruck
Geplante primäre Verwendung				
Sonderversion <ul style="list-style-type: none">• ohne beschreibenden Zustand				
Sonderversion <ul style="list-style-type: none">• ohne beschreibenden Zustand• ohne „CHEMIE“• + lieferantenspezifische Vorgaben (z. B. stärkere Kontur)				
Sonderversion <ul style="list-style-type: none">• Beschreibender Zusatz neben Bildmarke		DICHTEN & KLEBEN		
Verbotene Varianten!				

Verwendung

- Das Logo muss immer als Positivvariante dargestellt werden und darf nur in Ausnahmefällen als Negativvariante dargestellt werden.
- Das Logo muss immer mit dem beschreibenden Zusatz „DICHTEN & KLEBEN“ verwendet werden.
- Bei mehrsprachigen Themen wird das deutsche Logo verwendet; bei einsprachigen Themen das landesspezifische Logo
- Das OTTO Logo darf im Standard nicht kleiner als 20 mm in der Breite verwendet werden (ansonsten ist der Zusatz CHEMIE nicht mehr lesbar).

Ausnahme

Ist das OTTO Logo aufgrund spezieller Produktionsverfahren nicht reproduzierbar ist eine Variante des Logos mit „weißem Balken ohne CHEMIE“ möglich.

Dies erfordert für jedes neue Medium eine Prüfung und Freigabe durch RVW.

1.3 Slogan

„Qualität schafft Zusammenhalt“

Soll ausdrücken:

- Zusammenhalt auf der persönlichen Ebene bei der langjährigen Zusammenarbeit mit Kunden, Lieferanten, Partnern aber auch unter den Mitarbeitern innerhalb des Unternehmens. Alle zusammen verbindet der gemeinsame Anspruch an hohe Qualität.
- Zusammenhalt auf Produktebene bei langlebigen Verbindungen von Bauteilen durch Dichten und Kleben. Auch hier mit dem Anspruch auf Premium-Qualität.

1.4 Typografie

Die Hausschrift die standardmäßig für Printmedien verwendet wird ist **Helvetica Neue LT Pro**.

Da die Schrift **Helvetica Neue LT Pro** in MS-Programmen (Word, Outlook, ...) nicht dargestellt werden kann und in manchen Fällen aus lizenzrechtlichen Gründen nicht genutzt werden kann, wird als alternative Schriftart **Arial** verwendet.

In sozialen Medien wird die Schriftart **Jost** genutzt.

Bei digitalen Medien z. B. die OTTO Website, wird als bevorzugte Schriftart **Roboto** verwendet.

1.5 Schreibweisen /Glossar

OTTO Schreibweise	Falsche Schreibweise	Beschreibung
Markennamen		
AllBert, FixFritz, KlarKarl, KraftMax, RakelRalf	Allbert, Fixfritz, Klarkarl, Kraftmax, Rakelralf	Verwendung im Fließtext
OTTOCOLL® ALLBERT	OTTO Coll Allbert	Verwendung in Überschriften, Auszeichnungen, usw.
Novasil®	Novasil	
OTTO Anti-Schimmelspray	OTTO Antischimmelspray	
OTTO Cleaner	OTTO CLEANER	
OTTOCOLL®	OTTO Coll	
OTTOCORD	OTTO Cord	
OTTOCURE	Otto Cure	
OTTOFLEX®	Otto Flex	
OTTOPUR	Otto Pur	
OTTOSEAL®	Otto Seal	
OTTOSEAL® S 70	OTTOSEAL®S70	Leerzeichen zwischen Namen, Systembuchstabe und Nummer
OTTOTAPE	Otto Tape	
Dicht- und Klebstoffe	Dichtstoffe und Klebstoffe	
Klebstoff	Kleber	
Silikon	Silicon	
Produktgruppierung-Marktsegmente		
Innenausbau & Montage		Marktsegment Bau - Abkürzung (IM)
Wand & Boden		Marktsegment Bau - Abkürzung (WB)
Glas-Fenster-Fassade		Marktsegment Bau - Abkürzung (GFF)
Erneuerbare Energien		Marktsegment Industrie
Hausgeräteindustrie und Profikochtechnik		Marktsegment Industrie

OTTO Schreibweise	Falsche Schreibweise	Beschreibung
Leuchten- und Elektronikbauteile Elektronikbauteile		Marktsegment Industrie
Textil- und Oberflächenveredelung		Marktsegment Industrie (alt: Kaschieren und Beschichten)
Heizungs-, Lüftungs-, Klima- und Anlagenbau		Marktsegment Industrie
Leichtbau, Composite-Elemente		Marktsegment Industrie
Sanitär- und Schwimmbad- Dichtstoffe		Produktgruppierung Dichtstoffe
Natursteindichtstoffe		Produktgruppierung Dichtstoffe
Dehnungs- und Anschluss- Dichtstoffe		Produktgruppierung Dichtstoffe
Boden-Dichtstoffe		Produktgruppierung Dichtstoffe
Brandschutz- und Hochtemperatur- Dichtstoffe		Produktgruppierung Dichtstoffe
Spezial-Dichtstoffe		Produktgruppierung Dichtstoffe
Glas-, Fenster- und Fassaden- Dichtstoffe		Produktgruppierung Dichtstoffe
Hybrid-Klebstoffe		Produktgruppierung Klebstoffe
PU-Klebstoffe		Produktgruppierung Klebstoffe
Acrylat-Klebstoffe		Produktgruppierung Klebstoffe
Silikon-Klebstoffe		Produktgruppierung Klebstoffe
Glas-, Fenster- und Fassaden- Klebstoffe		Produktgruppierung Klebstoffe
Dosier-Schäume		Produktgruppierung Schäume
Adapter-Schäume		Produktgruppierung Schäume
2K-Adapter-Schäume		Produktgruppierung Schäume
Brandschutz-Schäume		Produktgruppierung Schäume
Spezial-Schäume		Produktgruppierung Schäume

OTTO Schreibweise	Falsche Schreibweise	Beschreibung
Profi-Klebstoffe	Handelsklebstoffe	Bezeichnung für Produktserie Allbert, FixFritz, KraftMax, KlarKarl, RakelRalf
Allgemeines		
Alu-Folienbeutel	Schlauchbeutel	
exzellente Verarbeitbarkeit	gut zu glätten	
Kartusche	Tube	
Klebpraktiker	Klebepraktiker	
Kommunikationsmittel	Werbung	
OTTO App	OTTO-App	wenn OTTO nur als Ergänzung gilt, ohne Bindestrich
OTTO Ratgeber	OTTO-Ratgeber	wenn OTTO nur als Ergänzung gilt, ohne Bindestrich
OTTO Mitarbeiter	Otto-Mitarbeiter	wenn OTTO nur als Ergänzung gilt, ohne Bindestrich
OTTO News	Otto-News	wenn OTTO nur als Ergänzung gilt, ohne Bindestrich
OTTOprofil	OTTO Profil	
Hermann Otto GmbH	Hermann OTTO GmbH	wird im Adressblock oder an rechtlich relevanten Stellen verwendet
OTTO-CHEMIE	Otto-Chemie / OTTO-Chemie	wird bei "Halb-offizieller" Erwähnung der Firma verwendet
OTTO	Otto	in Headlines und im Fließtext verwenden
Website	Homepage	www.otto-chemie.de
preiswert	günstig	
Qualität schafft Zusammenhalt	QUALITÄT SCHAFFT ZUSAMMENHALT!	Offizieller OTTO Slogan
Standard-Farbtafel	Farbkarte	
Verarbeiter-Farbtafel	kleine Farbkarte	

Schreibweise/Anrede:

Die Anrede von unseren Kunden, Interessenten, Partnern oder Dritten kann je nach Art des Mediums/Kanal unterschiedlich sein.

In Medien bei denen OTTO der direkte Absender ist (z. B. Newsletter, Website,...) bzw. im direkten Dialog steht, sprechen wir von uns/wir.

Bei alleinstehenden Medien die ggf. durch Dritte an den Leser übermittelt werden, wir von OTTO (z. B. Pressemitteilungen, Ratgeber, ...)

Die aktuelle Version finden Sie in der Dokumentenmatrix unter **PB-4.03-009**.

Gendern

OTTO verzichtet aus Gründen der besseren Lesbarkeit in der Regel auf die sogenannte Gendersprache. Jedoch wird darauf hingewiesen, dass ausdrücklich alle Geschlechter bei den Formulierungen angesprochen werden und auch die Regelungen alle Geschlechter gleich betreffen.

Icons

Wir verwenden in Printmedien einheitliche Icons um Funktionen darzustellen.

	Glühbirne	Verarbeiter-Tipp
	Lupe	Nützliche Zusatzinformationen
	Pfeil	Fazit
	Schraubenschlüssel	Zubehör
	Haken	Produktnutzen/Aufzählungspunkt

1.6 Farbleitsystem

- Differenzierung der einzelnen Produkte innerhalb einer Produktgruppierung erfolgt mittels unterschiedlicher Farbtöne - mehrere Produkte in der gleichen Farbe sind möglich
- Premium/Spezial/Standard wird im Farbsystem nicht abgebildet – steht auf der Kartusche
- Sonderformate wie z. B. Basiskopffarbe + bunt sind möglich z. B.: S 51 + S 125
- Spezialsilikone, die keiner der vorhandenen Produktgruppierung zugeordnet werden können, bleiben blau, da die Farbe für die Regalpräsentation eine untergeordnete Rolle spielt

Produktgruppierung	Leitfarbe	Leitprodukt	Weitere Produkte					alle Produkte der Gruppierung
		Farbe 1		Farbe 2	Farbe 3 (blass)	Farbe 4	Farbe 5	
Sanitär- und Schwimmbad-Dichtstoffe	Grün HKS 54 K	Grün HKS 54 K		HKS 60 K	HKS 66 K	HKS 53 K		S 100 / S 18 / S 105 / S 121 / S 130 / S 140 / S 18 / OTTOFLEX® / OTTO Anti-Schimmelspray / S 73
		S 100	-	S 18, S 121, OTTOFLEX®, OTTO Anti-Schimmelspray, OTTO Glättmittel- Konzentrat	S 105 OTTO Glättmittel	S 130 S 140 S 73		
Natursteindichtstoffe	Blau HKS 48 K	Blau HKS 48 K		HKS 47 K	HKS 50 K			S 70 / S 80 / S 117
		S 70	-	S 80 OTTO Marmor-Silikon- Glättmittel	S 117 StainEx			
Dehnungs- und Anschluss-Dichtstoffe	Grau HKS 96 K	Grau HKS 96 K		HKS 92 K	HKS 91 K	HKS 89 K		A 205 / A 207 / A 210 / A 215 A 250 / A 710 / M 360 / M 361 / P 300 / P 305 / P 720 / S 115 / S 730
		A 205	A 215 (P 305)	A 207 A 250	A 210 S 115 (P 300)	A 710 M 360 M 361 P 720 S 730		
Boden-Dichtstoffe	Braun HKS 73 K	Braun HKS 73 K		HKS 74 K	HKS 71 K	HKS 72 K		A 221 / M 390 / S 34 / S 125
		S 51	S 125	S 34	A 221 Parkett	M 390		
Brandschutz- und Hochtemperatur-Dichtstoffe	Rot HKS 17 K	Rot HKS 17 K		HKS 15 K				S 17 / S 25 / S 54
		S 94	S 54	S 17 S 25				
Spezial-Dichtstoffe	Blau Pantone 647 C	Blau Pantone 647 C		Pantone 2728 C				S27 / S67 / S68 / S69 / M380
		S 27	SilOut	S 68 S 67 S 69 M 380				
		Grün HKS 65 K						

Produktgruppierung	Leitfarbe	Leitprodukt	Weitere Produkte					alle Produkte der Gruppierung
		Farbe 1		Farbe 2	Farbe 3 (blass)	Farbe 4	Farbe 5	
Glas-, Fenster- und Fassaden-Dichtstoffe	Blau HKS 51 K	Blau HKS 51 K						A 225 / M 350* / S 7 / S 9 / S 10 / S 28 / S 50 / S 72 / S 112 / S 120 / S 113 / S 110
		S 120	alle anderen Produkte					
Hybrid-Klebstoffe	Rot HKS 25 K	Rot HKS 25 K		HKS 32 K	HKS 27 K	HKS 31 K	HKS 28 K	M 500 / M 501 / M 530 HiSpeed / M 550 HiTack / M 560 / M 580 / M 595
		M 500	M 560	M 501 M 580	M 595	M 550	M 530	
PU-Klebstoffe	Blau Pantone 647 C	Blau Pantone 647 C		Pantone 2728 C	HKS 46 K			P 83 / P 84 / P 85 / P 340 Rapid / P 410
		P 340 Rapid	P 85	P 83 (P 84) (P 410)				
Acrylat-Klebstoffe	Gelb HKS 5 K	Gelb HKS 5 K						A 265 Topfix / A 270
		A 265 Topfix	P 270 (A 270) OTTOTAPE D-25 I OTTOTAPE E-40 I					
Silikon-Klebstoffe	Grün HKS 65 K	Grün HKS 65 K						S 16 / S 495 / S 610
		S 495	S 16 S 610					
Glas-, Fenster- und Fassaden-Klebstoffe	Blau HKS 51 K	Blau HKS 51 K						A 770 / P 86 / P 520 / P 525 / S 81 / S 645 / S 670, S 660, S 88
		S 81	alle anderen Produkte					
PU-Schäume	Grau HKS 96 K	Grau HKS 96 K						OP 910 / OP 915
		OP 910	OP 915					
	Blau Pantone 647 C	Blau Pantone 647 C						OP 920
		OP 920	-					
	Hellgrün HKS 66 K	Hellgrün HKS 66 K						OP 930
		OP 930	-					
	Rot HKS 17 K	Rot HKS 17 K						OP 960
		OP 960	-					
	Hellblau HKS 50 K	Hellblau HKS 50 K						OP 950
		OP Turbo	OP 950					
Ergänzende Produkte	HKS 44 (OTTO Standard Farben)			HKS 46 K				
		Pistolen	alle anderen Produkte	Fugenboy groß				

1.7 Piktogramme

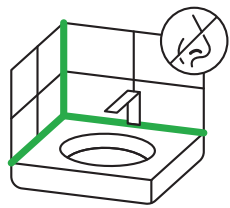
Die Piktogramme sollen dem Kunden auf den ersten Blick die Hauptanwendung und/oder den Hauptnutzen des Produkts zeigen.

Je Produkt gibt es ein Piktogramm das auf den Kartuschen und anderen Medien platziert wird.

Bei Dichtstoffen zeigt das Piktogramm die Hauptanwendung (Möglichkeit einen Hauptnutzen zusätzlich zu zeigen).

Bei Klebstoffen zeigt das Piktogramm den Hauptnutzen.

In den Piktogrammen werden die Anwendung oder der Nutzen in den jeweiligen Produktfarben hervorgehoben.



Hauptanwendung: Sanitärverfugung
Hauptnutzen: Geruchsarm

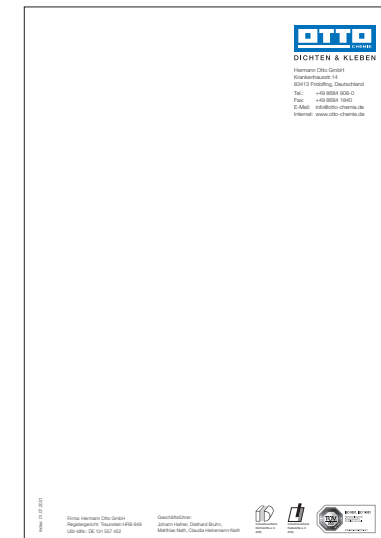


Hauptnutzen: extrem hohe Anfangshaftung

2. Printmedien

2.1 Geschäftsausstattung

Mit der Geschäftsausstattung wollen wir ein einheitliches Auftreten nach außen schaffen.



Briefpapier



Visitenkarten

2.2 Redaktionelle Texte

Grundlagen

Ein redaktioneller Text soll die Leser über einen gewissen Themenbereich informieren und ist keinesfalls werblich geschrieben. Redaktionen haben die Möglichkeit einzelne Absätze oder den gesamten Text, inkl. der von uns zur Verfügung gestellten Bilder, für eine kostenlose Veröffentlichung in ihrem Format zu verwenden.

Ziel

- Informieren über (Produkt)Neuheiten, spezifische Themen, etc.
- Ergänzender Bestandteil zu Anzeigen
- Zielgruppe – welche OTTO Persona liest den Ratgeber?
- Personas aus den jeweiligen Marktsegmenten

Inhalt

1. Produktspezifische Texte
2. Imagetexte
3. Sonstige Texte (Bsp. Ratgeber, Messthemem)

Tonalität

- Nüchtern
- Technisch
- Neutral (Nicht von OTTO geschrieben, sondern über OTTO)

Aufbau

Je nach Ort der Veröffentlichung unterschiedlich

2.3 Stellenanzeigen

Zur Verstärkung unserer IT-Abteilung am Standort Fridolfing in Kallertbrunn suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt einen

Leiter IT mit Schwerpunkt Software-Entwicklung (m/w/d)



Ihre Aufgaben:

- Übernahme der Gesamtverantwortung IT. Dies beinhaltet die Steuerung und Optimierung der IT-Infrastruktur (Rechenzentrum, Netzwerke, Telefonanlage, Betriebssysteme, Datenbanken, etc.) mit dem Ziel, eine hohe Verfügbarkeit, Servicequalität, die IT-Sicherheit und die Einhaltung des Datenschutzes zu gewährleisten
- Begleitung der Softwareentwicklung zur Neuentstehung und Optimierung von Software, Architekturen und Designs
- Führung von eigenverantwortlich arbeitenden Experten-Teams durch einen kooperativen Führungsstil, Coaching und eine transparente Kommunikation mit MS-Teams
- Treiben von Innovationen und neuen Technologien als „Business Enabler“
- Sicherstellung von Qualität und Termintreue unter Berücksichtigung der Kosten
- Integration von Werkstudenten und Freelancern ins Team
- Bericht an die Geschäftsführung

Ihr Profil:

- Mehrjährige Erfahrung als Softwareentwickler oder Product Owner mit praktischen Kenntnissen in C#, Java/J2, MS SQL, REST-API, etc. oder vergleichbare Kenntnisse
- Gute Microsoft Azure Kenntnisse
- Erfahrung im Projektmanagement, sehr gute analytische Fähigkeiten sowie ausgeprägte Lösungsorientierung
- Teamplayer mit starken Softskill und Kenntnissen von agilen Methoden (z.B. OKR, Scrum, Kanban, ...)
- Überzeugtes unternehmerisches Denken und Handeln
- Sehr gute Englischkenntnisse

Erfolg und Kompetenz im Dichten & Kleben

OTTO ist als mittelständisches Unternehmen einer der führenden europäischen Hersteller und Vertrieber von Dicht- und Klebstoffen für professionelle Anwender. Unsere rund 450 Mitarbeiter schätzen OTTO als einen sozial engagierten und zuverlässigen Arbeitgeber.

Wir bieten:

- Modern Workplace mit Desk Sharing, Home-Office Möglichkeiten, eine faire Vergütung mit vielen Förderungen wie betriebliche Altersvorsorge, vermögenswirksame Leistungen oder Fahrgeld ab dem ersten Kilometer.
- Zusätzlich bieten wir unter anderem ein umfangreiches Gesundheitsprogramm, individuelle Weiterbildungsmöglichkeiten oder Urlaub auf der OTTO-Hütte im Zillertal an.

Interessiert?

Dann freuen wir uns auf die Zusendung Ihrer aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Angabe des frühestmöglichen Eintrittstermins an Fr. Dr. Monika Strecha oder über unser Bewerbungsportal unter jobs.otto-chemie.de.

Hermann Otto GmbH
Krankenhausstr. 14 · 83413 Fridolfing · Tel.: +49-8684-908-0
E-Mail: jobs@otto-chemie.de · Website: www.otto-chemie.de



Stellenanzeigen

OTTO bildet aus

Mediengestalter Print & Digital (m/w/d)



Eintrittsdatum

- 1. September

Was Dich bei uns erwartet:

- Praxisorientierte Ausbildung (drei Jahre) im Betrieb und am BSZ Alois Senefelder in München
- Angemessene Vergütung
- Zusatzleistungen wie Weihnachtsgeld, Urlaubsgeld, vermögenswirksame Leistungen
- Erstattung der Fahrtkosten sowie Ausbildungsmittel (z. B. Fachbücher)
- Umfangreiche Unterstützung bei der Ausbildung und Prüfungsvorbereitung
- Sommerurlaub & Weihnachtstheater

Auf diese Tätigkeiten darfst Du Dich freuen:

- Gestaltung von Bildern, Texten und Grafiken für Print- und Multimediale Produkte
- Gestaltungsorientierte Umsetzung und Aufbereitung von Vorlagen und Daten für unsere Produkte
- Aufbereitung von Informationen zur digitalen Verwendung
- Weitere Informationen zum Berufsbild: www.senefelder.muen.de

Voraussetzungen:

- Ein gutes (Fach-)Abitur bzw. sehr gute Mittlere Reife
- Aufgeschlossenheit für technische Neuerungen und Interesse an künftigen Medien
- Sehr gute EDV-Kenntnisse
- Gutes sprachliches Ausdrucksvermögen
- Eigenverantwortliches Arbeiten
- Kreativität, Teamfähigkeit

Hermann Otto GmbH
Krankenhausstr. 14 · 83413 Fridolfing · Tel.: +49-8684-908-0
E-Mail: jobs@otto-chemie.de · Website: www.otto-chemie.de



Ausbildungsanzeigen

2.4 Kataloge

Grundlagen

Der Katalog ist das wichtigste Printmedium für Einkäufer und Verkäufer an der Theke und enthält umfassende Produktinformationen von allen Bauprodukten.

Ziel

- Kompetenz durch umfangreiches Sortiment vermitteln
- Beratungshilfe für VAD und Händler
- Türöffner für VAD zur Neukundengewinnung
- Entscheidungshilfe/Arbeitsunterlage für Einkäufer
- Einfache Produktauswahl
- Einfache Produktsuche
- Umfassende bzw. weiterführende Informationen zum Sortiment



Zielgruppe

- Einkäufer Händler aus dem Bau
- Verkäufer bzw. Fach-/Kundenberater aus dem Bau

Inhalt

Umfassende Informationen zu allen Produkten aus dem Bau-Sortiment

Tonalität

Technisch mit werblichen Produktmerkmalen

Aufbau

1. Allgemeiner Teil „Über OTTO“
2. Anwendungsgebiete
3. Produkte aufgeteilt nach Verkaufsgruppen (Gesamtes Bau-Sortiment)
4. Anwendungsliste mit Produktempfehlungen
5. Verbrauchstabellen

2.5 Profi-Ratgeber

Grundlagen

Der Ratgeber soll Händler und Verarbeiter fachspezifischen Rat und Wissen über einen ausgewählten Fachbereich vermitteln.

Ziel

- Wissens- und Kompetenzvermittlung mit klarer Produktempfehlung
- Verkaufsunterstützung als Zugabe zum Kauf, mit fachspezifischer Erläuterung des jeweiligen Fachbereichs: RATgeber

Zielgruppe – welche OTTO Persona liest den Ratgeber?

- Händler aus dem Bau
- Verarbeiter aus dem Bereich Bau und GFF
- Außendienst aus dem Bereich Bau und GFF

Inhalt

Ein bestimmter Themenbereich rund um Dicht- und Klebstoffe wird von der Anwendung, Verarbeitung bis Grundlagen/Zusatzwissen erläutert.

Tonalität

- Fachspezifische Sprache
- Erläuterung technischer Spezialfragen
- Informativ



Aufbau

1. Anwendungen und Produkte: von der Anwendung zur Produktempfehlung
2. Praxis: Verarbeitung, Vorbehandlung, ...
3. Zusatzwissen/Tipps & Tricks
4. Cross-Marketing-Themen (Newsletterserien, App, ...)

2.6 Produktinformationen

Grundlagen

Die Produktinformation soll den Kundennutzen eines Produkts einfach und prägnant bewerben.

Ziel

- Hauptnutzen und Anwendung von einem Produkt in Fokus stellen
- Werblicher Flyer (6-seitig, DIN lang)

Zielgruppe – welche OTTO Persona liest die Produktinfo?

- Händler aus dem Bereich Bau
- Verarbeiter aus dem Bereich Bau und GFF

Inhalt

Das Produkt steht im Rampenlicht und wird auch entsprechend kommuniziert und visualisiert.

Zusätzlich können Tipps & Tricks und/oder Verarbeitungsgeräte mit eingebunden werden.

Tonalität

- Einfach und prägnant
- Kundennutzen soll klar im Vordergrund stehen
- werblich

Aufbau

siehe Bild:

- Produktbeschreibung
- Kartuschenbild mit Produkteigenschaften
- Anwendungen/Anwendungsbeispiele
- Cross-Marketing-Themen



2.7 Handelsbroschüre

Grundlagen

Die Handelsbroschüre soll dazu dienen, Neukunden zu gewinnen bzw. eine Erweiterung des platzierten OTTO Produktsortiments im Fachhandel zu bewirken.

Ziel

- Darstellung der OTTO Kompetenz in einem bestimmten Anwendungsgebiet
- Darstellung des kompletten Produktsortiments (Hauptprodukte und Sortimentsergänzungen) für ein bestimmtes Anwendungsgebiet
- Darstellung der optimalen Präsentation der OTTO Produkte im Handel für ein bestimmtes Anwendungsgebiet

Zielgruppe – welche OTTO Persona liest die Broschüre?

- Primär: Fachhandel (für die jeweiligen Stakeholder)
- Sekundär: Außendienst (Türöffner für Gespräch mit Fachhandel)

Inhalt

Zu einem bestimmten Anwendungsbereich werden alle Hauptprodukte, die passenden Sortimentsergänzungen und die optimale Präsentation dieser Produkte dargestellt.

Tonalität

- Werblich
- Informativ

Aufbau

1. Titelblatt
2. Inhaltsverzeichnis mit Übersicht Hauptprodukte
3. Hauptprodukte: Darstellung analog Innenseiten Produktinformation (jeweils eine Doppelseite statt Profitipps ggf. Besonderheiten) von Premium zu Standard
4. Sortimentsergänzung: Produktgruppe mit Anwendungsbeispiel und Produktbeispiel (vom Produkt zur Anwendung)
5. Präsentation Verkaufsfläche (vom großen Regal, zu flexiblem Regal und Thekendisplay)
6. Verkaufsunterstützung mit Farbtafeln, Printmedien
7. Verkaufsunterstützung Digital
8. OTTO Services und Zusatzleistungen



2.8 Industrie Broschüre

Grundlagen

Die Industrie Broschüre ist ein Printmedium für ein bestimmtes Marktsegment oder Anwendungsbereich. Sie dient dazu einen industriellen Hersteller, der OTTO, unsere Produkte und Leistungen noch nicht kennt, von unserer Kompetenz und Leistungsfähigkeit im jeweiligen Marktsegment zu überzeugen.

Ziel

- Kompetenz vermitteln
- Aufmerksamkeit erregen
- Über Anwendungen und Produkte in einem speziellen Marktsegment informieren

Zielgruppe – welche OTTO Persona liest die Broschüre?

- (Neu-)Kunden im Industriebereich (Einkäufer, Techniker und Ingenieur)
- Außendienstmitarbeiter Industrie als Türöffner

Inhalt

- Informationen über Anwendungsmöglichkeiten in einem speziellen Marktsegment aus der Industrie
- Kompetenzen von OTTO allgemein
- Anwendungsbeispiele unserer Produkte
- Produktempfehlungen inkl. technischer Details

Tonalität

- Werblich und technisch
- Informativ
- Fachspezifische Sprache
- Technische Daten

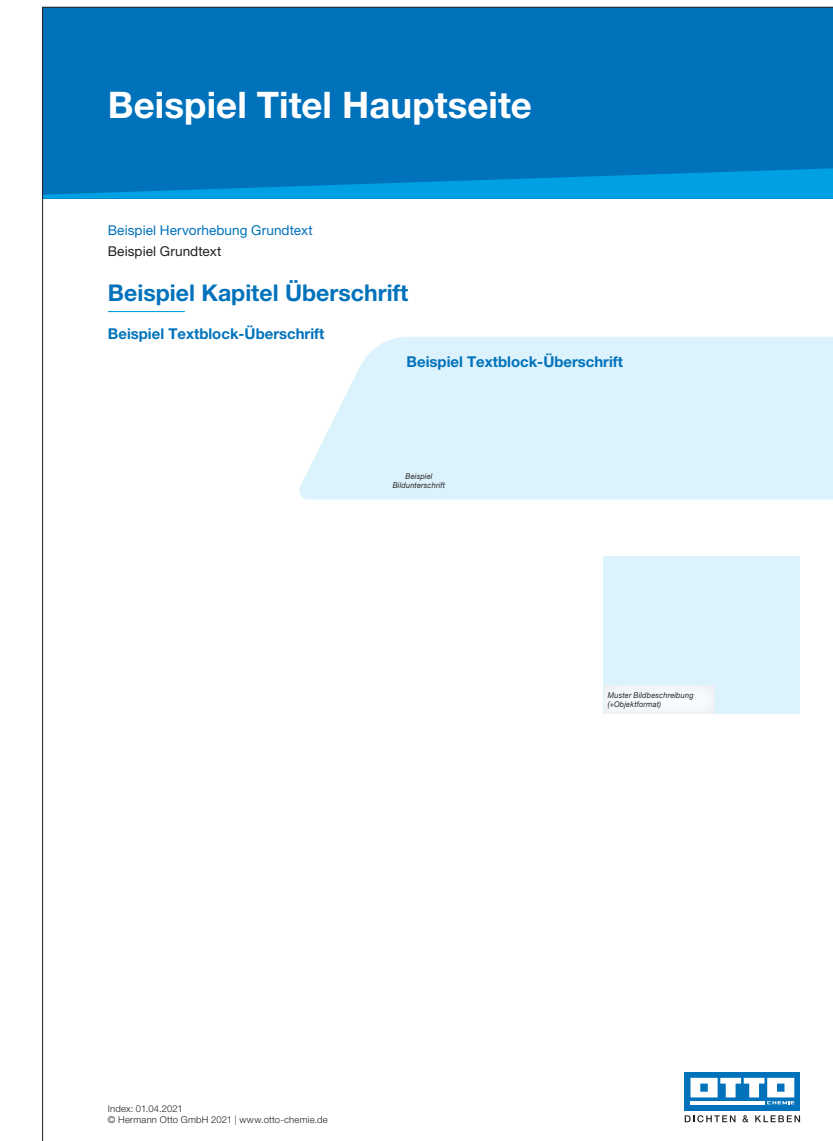
Aufbau

1. Wer ist OTTO?
2. Anwendungen und Produkte: von der Anwendung, über Lösung zur Produktempfehlung inkl. technischer Details
3. Service/Markenwerte
4. Kontakt



2.9 Infomaterial

A 4 Vorlage, OTTO Profi-Tipps, Verarbeitungsanleitungen



3. Digitale Medien

3.1 Website

Grundlagen

Die Website ist die zentrale Kommunikations- und Informationsplattform. Hier sind alle (Produkt-)Informationen, Einsatzbereiche und Informationen über das Unternehmen vorhanden.

Ziel

- Schnelle & einfache Bereitstellung von allen (Produkt-)Informationen
- Bestmögliche Beratung zu unseren Produkten bzw. zur Produktauswahl
- Anwendungslösung auf möglichst einfache Weise/ viele Möglichkeiten zur Lösungsempfehlung
- Generieren von Leads & definierten Conversions
- (Neu-)Besucher: Auf einen Blick zeigen, wer wir sind/was wir machen
- (Marken-)Werte und Services abseits der Produkte in den Fokus rücken
- Sichtbarkeit erhöhen und Nutzer, die nach branchenspezifischen Keywords suchen, abfangen

Zielgruppe– welche OTTO Persona sieht die Website?

- Besucher, die gezielt nach OTTO gesucht haben und nach Informationen suchen (bestehende Kunden)
- Besucher, die zufällig auf die OTTO Startseite kommen (Neukunden)
- Besucher, die nach branchenspezifischen Keywords suchen (Neukunden)
- Besucher, die von anderen Marketingmaßnahmen auf die Website weiterleiten

Arten/Seite

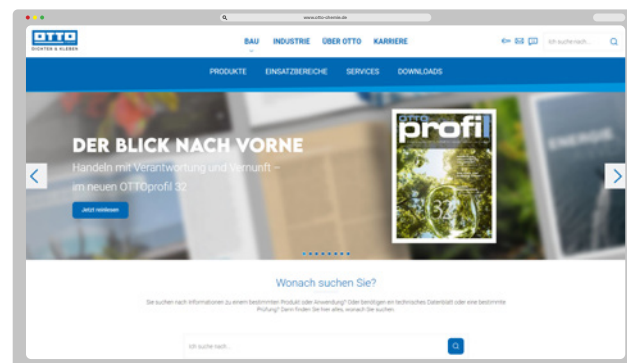
- Startseiten
- Produktkategorieseiten
- Produktdetailseiten
- Contentseiten
- Landingpages

Aufbau

1. **Bau:** Produkte, Einsatzbereiche, Services, Downloads
2. **Industrie:** Produkte, Branchen, Services
3. **Über OTTO:** Unternehmen, Leistungsversprechen, Karriere

Gestaltungselemente

Slider, Artikel, Kontaktformulare, Bildergalerie, Akkordeonartikel, Suche, Counter, Highlightbox, Video, (Produkt-)Teaser, Weitere Infos, Ansprechpartner



Tonalität

- Werblich
- Interesse weckend
- Kurz und prägnant
- Auffordernd zum Handeln
- Fachspezifische Sprache
- Technische Daten

Schriftarten

- Startseitenslider Vollbild: Jost
- Startseitenslider Halbe Breite: Open Sans
- Rest: Open Sans

3.2 Anzeigen online

Grundlagen

Eine Onlineanzeige ist ein rein werbliches Medium, um auf OTTO und unsere (Produkt)Themen zum einen aufmerksam zu machen und zum anderen potenzielle Kunden zu erreichen und Leads zu generieren.

Onlineanzeigen dienen hauptsächlich als Teaser und leiten auf weiterführende Informationen/Landingpages weiter.



Ziel

- Ausbau der Reichweite (mehr Präsenz auch online)
- Aufmerksamkeit erregen
- Brand Awareness
- Neuigkeiten kommunizieren

Zielgruppe– welche OTTO Persona sieht die Anzeige?

Personas aus den jeweiligen Marktsegmenten

Arten

- Allgemeine Imageanzeigen (140 Jahre Anzeigen)
- Kampagnen Imageanzeige (OTTO klebt unglaublich)
- Produktgruppenanzeigen (Bodenfugen)
- Aktionsanzeigen (S 100 EM-Aktion)

Aufbau

- Imagebild/Kampagnenbild (passend zur Printanzeige)
- Headline
- Teaser/Produktnutzen
- CTA (Button)
- Logo

Gestaltungselemente

- Aussagekräftige Headline, möglichst wenig Text
- Kundennutzen im Fokus
- Klar sichtbarer/auffälliger CTA Button
- Weißen Hintergrund vermeiden (ggf. Rahmen um Anzeige setzen)
- Ggf. animierte Elemente

Tonalität

- Werblich
- Interesse weckend
- Kurz und prägnant
- Auffordernd zum Handeln

Schriftarten

- Headline: Jost Bold
- Text: Helvetica Neue LT pro 65/55

Format:

- Hockey Stick
- E-Mail-Banner
- Skyscraper
- Medium rectangle

3.3 Digital Signage

Grundlagen

Das Digital Signage wird für Zielprodukte des Handels erstellt und dient als Verkaufunterstützung für Händler und Außendienstmitarbeiter.

Ziel

Darstellung des Produkts und dessen Haupteigenschaften

Zielgruppe – welche OTTO Persona sieht die Anzeige?

Verarbeiter der beim Händler einkauft

Tonalität

- Neutral
- Informativ
- Merkmal-Nutzen Kommunikation

Schriftart:

Helvetica Neue LT Pro

Aufbau/Inhalt

- Headline: Produktnamen + Auslobung
- Hauptmerkmal (farblich passend zum Farbleitsystem hinterlegt)
- Produktnutzen
- Besonderheiten
- Hintergrundbild, das immer die fertige Anwendung zeigt

3.4 Videos

Grundlagen

Durch ein Video soll ein Produkt/Produktgruppe, eine Anwendung oder ein bestimmter Themenbereich erklärt und dargestellt werden.

Ziel

- Informationen vermitteln
- Anwendungen erklären

Zielgruppe – welche OTTO Persona nutzt unsere Videos?

- Verarbeiter
- Händler

Arten

- Anwendungsvideo
- Produktvorstellungen
- InsideOTTO
- Erklärvideo

Gestaltungselemente

- Intro/Outro
- Aussagekräftige Einblendungen - möglichst wenig Text
- Kundennutzen im Fokus
- Musik

Tonalität

- Werblich
- Informativ und sachlich
- Einblendungen kurz und prägnant
- Auffordernd zum Handeln
- Produktfolie mit USPs nur bei Produktvorstellungen eingesprochen

Schriftarten

- Thumbnail: Jost
- Einblendungen: Jost

Notizen

This image shows a full page of blank graph paper. The grid consists of small, equal-sized squares formed by thin gray lines. There are 20 columns and 20 rows of squares, creating a total area of 400 small squares. The grid covers the entire page except for a narrow white border around the edges.

Glückwunsch!
Du bist jetzt fit
für's gestalten!



DICHTEN & KLEBEN

Hermann Otto GmbH Krankenhausstr. 14 · 83413 Fridolfing, DEUTSCHLAND
Tel.: +49-8684-908-0 · Fax: +49-8684-1260
E-Mail: info@otto-chemie.de · Web: otto-chemie.de