



Presse Information

Neue Corporate Identity für Osborn

März 2012

Osborn auf der Eisenwarenmesse Köln 2012

2.700 Aussteller aus 52 Ländern. 57.000 Besucher aus 124 Ländern – das sind die Fakten der größten Eisenwarenmesse seit über 50 Jahren. Sie ist das Forum für alle Hersteller, Distributoren, Einkäufer und Entscheidungsträger in der Eisenwarenindustrie.

Osborn wählte diese wichtige Messe aus, um seine neue Corporate Identity der Öffentlichkeit vorzustellen. Der 77 Quadratmeterstand in Halle 10.2 war in Metall und Blautönen gehalten und präsentierte den Weltmarktführer in der Oberflächenbearbeitung und dem Bereich Anwendungslösungen für das Oberflächenfinish in ansprechender Weise.

Osborn hatte in den vergangenen Monaten ein Projekt zur Neupositionierung der Marke durchlaufen, dessen Hauptziel der weltweit einheitliche Markenauftritt für alle Kunden und Geschäftspartner war. Das neue Logo, eine Reminiszenz an das historische Osborn Logo, war das zentrale Element auf dem Stand.

Zusätzliche Botschaften fokussierten fast ausschließlich auf die Hauptbesuchergruppe der Messe, der Retailbranche: Der TÜV-SÜD hatte kürzlich 500 Osborn Produkte aus dem laufenden Programm geprüft und zertifiziert. "Mit Osborn auf Nummer sicher gehen", war daher ein zentrales Thema, das sowohl auf dem Stand selbst als auch in begleitenden Werbemaßnahmen rund um die



Messe hervorgehoben wurde, denn insbesondere für den Anwender ist eine Zertifizierung durch den TÜV ein wichtiges Zeichen für Qualität und Sicherheit.

Ein weiteres Highlight war eine gigantische Osborn-Verpackung, die die Messebesucher am Eingang Ost als spezielle Werbemaßnahme begrüßte. Auf der Verpackung, die ein vergrößertes Modell der realen Verpackungen darstellte, lud ein QR-Code neugierige Besucher ein, mit ihren Smartphones die Webseite www.osborn-app.com zu besuchen und mehr über die Anwendung von technischen Bürsten zu erfahren. Der QR-Code ist nur eine Maßnahme von vielen, die Osborn in der letzten Zeit zum Thema Verpackung umgesetzt hat. Die neuen Osborn-Verpackungen sind extrem anwenderfreundlich gestaltet. In acht Sprachen offerieren sie alle Informationen, die zur Wahl der geeigneten Bürste notwendig sind. Eigentlich sollte dies für eine Verpackung selbstredend sein. Aber dem ist nicht so. Leicht verständliche Informationen für den Anwender sind im Bereich Handelsware immer noch Mangelware wie Osborn bei der Analyse unterschiedlichster Verpackungen herausfand. Daher war es ein echtes Anliegen, diese Informationslücke zu schließen und Anwendern und Händlern gleichermaßen mit neuen Verpackungen einen echten Mehrwert zu bieten.

Your contact:

Osborn International GmbH,
Kerstin Martens, Marketing & Communications
Phone +49 6451 588-175, Email: kmartens@osborn.de