

NUTZUNGSBEDINGUNGEN DES TOTO KUNDENBEREICHS

TOTO

Das TOTO-Erscheinungsbild ist abgeleitet vom TOTO Markenversprechen „Life Anew“ und der Cleanovation-Produktphilosophie (Cleanovation = Kombination aus Reinheit und technischer Innovation). Unsere Kommunikation ist sowohl inhaltlich, als auch gestalterisch klar und eindeutig. Auch bei der Integration von TOTO-Fotos im Erscheinungsbild unserer Partner (Großhändler und Installateure) ist eine klare Absenderkommunikation oberste Priorität.

Allerdings ist eine Kopie des TOTO-Erscheinungsbildes, die Verwendung des Claims „Life Anew“ und der Einsatz der Technologieicons unbedingt zu vermeiden.

Zur exemplarischen Visualisierung der Do's and Don'ts dienen die folgenden Seiten. Bei Rückfragen wenden Sie sich gerne an das TOTO-Marketing:

Anja Giersiepen

Senior Marketing Manager

T: +49 (0)211.27308-234

anja.giersiepen@toto.com

Christiane Möller

Graphic Designer

T: +49 (0)211.27308-235

christiane.moeller@toto.com

INHALT

TOTO INTEGRATION IN FREMDMARKEN

02 BILDER

03 SCHREIBWEISE

05 EXEMPLARISCHE LAYOUTS

06 DON'TS

TOTO INTEGRATION IN FREMDMARKEN BILDER



Abgeleitet aus dem Produktphilosophie „Cleanovation“ ist auch die TOTO-Bildsprache eine klassische Lifestyle Fotografie, die auf das puristische Design der TOTO Produkte fokussiert ist.

Die hochwertigen Fotos sollten akzentuiert eingesetzt werden, um die gewünschte Textbotschaft zu unterstützen. Dabei sollten die Bilder den hochwertigen TOTO-Produkten entsprechend stets rechteckig eingesetzt werden. Der Kontext von Discount sollte gänzlich vermieden werden.



TOTO
TOTO Europe
TOTO Europe GmbH

WASHLET™
WASHLET™ RX
NEOREST WASHLET™ EW 2.0
NEOREST Waschtisch
ACTILIGHT
CEFIONTECT

Lorem ipsum dolor sit amet, con
sectetur. TOTO Europe socis na-
toque penatibus et magnis dis art
rient montes, nascetur. Ut et re du
tur omnia dolorporem et ut estios

NEOREST WASHLET™ AC 2.0
volupt ionse

Lorem ipsum dolor sit amet, con
sectetur. NEOREST socis natoq
penatibus et magnis dis artu rient
WASHLET™, nascetur. Ut et re du
tur omnia dolorporem et ut estios

Bei der textlichen Nennung des Markennamens
TOTO bevorzugen wir die Schreibweise in
Großbuchstaben und in der gleichen Schriftart
wie der verbleibende Text.

Auch für die von TOTO geschützten Eigennamen
WASHLET™, NEOREST und die Technologien
empfehlen wir die Schreibweise in Großbuchstaben.

NEOREST ist der Name für unsere ausgewählten
Flagship-Produkte. Er wird der Kategorie vorange-
stellt.

WASHLET™ ist eine Kategoriebezeichnung für die
speziellen Dusch-WCs von TOTO und wird als solche
ebenfalls dem Produktnamen vorangestellt. Im Fall
mit der Kombination NEOREST gilt:
1. Flagship-Name (NEOREST)
2. Kategoriebezeichnung (WASHLET™)
3. Produktnamen (AC 2.0 oder EW 2.0)

Es heißt also: NEOREST WASHLET™ AC 2.0

Bei der Verwendung der Kategoriebezeichnung
WASHLET™ ist keine zusätzliche TOTO-Nennung nötig.

Es heißt: WASHLET™ oder Dusch-WC von TOTO

Trennungen des Markennamens, der geschützten
Eigennamen und der Technologien im Text sollten
vermieden werden.

et magnis dis artu rient, nascetur. Ut
et re duntur, dolorporem **Acti-**
light dolorepudi il estiore nihillam
tibus des aute am voluptionse

Technologienamen nicht trennen

et magnis dis artu rient, nascetur. Ut
TOTO WASHLET™, dolorporem do-
lorepudi nihillam rectibus des aute
voluptionse nes pos es culp

WASHLET™ wird ohne den Zusatz TOTO verwendet

et magnis dis artu rient, nascetur. Ut
et re duntur, dolorporem dolorepudi
TOTO nihillam rectibus des aute
voluptionse nes pos es culp

TOTO in gleicher Schriftgröße und in gleichem
Schriftschnitt setzen wie den restlichen Text

**INTEGRATION IN FREMDMARKEN
EXEMPLARISCHE LAYOUTS**



WASHLET™ SG 2.0
**Aesto tamet faccus,
tenis everspe lendig**

ABC BRAND

ABC Brand
ABC Brand Address, Brand Town, Postcode
t: 01234 5678 www.showroom-web.co.uk

Beispiele für Titel von Broschüren und Flyern unter Verwendung von TOTO Fotos. Im Text werden Artikelbezeichnungen entsprechend der TOTO-Schreibweise benannt.

Schrift, Logo, Farben etc. =
Corporate Design des Großhändlers/Installateurs
Fotos und Schreibweise von TOTO Artikeln = TOTO




Samplebrand

Pricelist 2019

Samplebrand
Samplebrand Address, Brand Town, Postcode
t: 01234 5678 www.showroom-web.co.uk

**Et estiberum sed
Qui delese eum quiberia
aut as magnita veres**

Culparit, ipis sunt arioribus qui blam, con evellaut idicili quaspiant,
inco officip samenece aestotamet faccus, tenis everspe lendigendae pariti
alitiore volupta tem porrum fuga. Iquia consed.

Eos sinete exees de volorest, verorro omnis il ipien dunto omnimus
magnis eicit, nusam viducia ad utem iditatus et doloriori omnihicid
maximodie. Ut et re duntur, omnia dolorporem et ut estios dolorepudi
il estiore nihillam.

Velluptae sam iltit fuga:

Samplebrand showroom
Showroom Address, Showroom Town, Postcode
t: 01234 5678 www.showroom-web.co.uk

Samplebrand XY



WC RP
**Incipici doluptaectem
audani bea nem conse**



Samplebrand XY

INTEGRATION IN FREEMDMARKEN EXEMPLARISCHE LAYOUTS



Ut et re duntur
**TOTO, omnia
dolorporem.**

Vellaut idicili quaspiant, incto
officip samenec aestotamet faccus

Ut et re duntur, omnia dolorporem et ut estios dolorepudi il estiore nihillam TOTO des aute am voluptioneis nes pos es culpa quo cus incipici doluptaectem audani bea nem conse doloribus aut a dem. Et estiberum sed qui delese eum equiberia aut as magna verestitis coriam essum ea demquam.

ABC
BRAND

www.abc-brand.de

Beispiele für Anzeigen Layouts unter Verwendung von TOTO Fotos. IIm Text werden Artikelbezeichnungen entsprechend der TOTO-Schreibweise benannt.

Schrift, Logo, Farben etc. = Corporate Design des Großhändlers/Installateurs Fotos und Schreibweise von TOTO Artikeln, Benennung „TOTO“ = TOTO

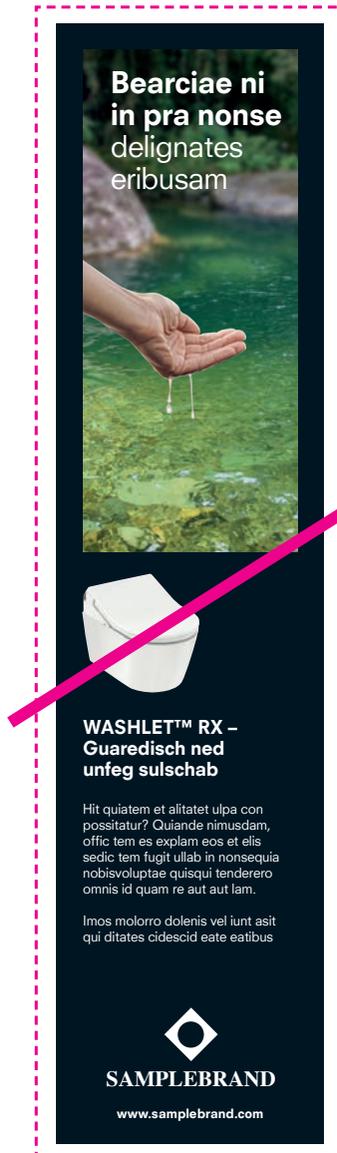
The collage shows two pages from the magazine 'leben'. The left page (page 16) features an article titled 'Studenten beraten Unternehmen' with a sub-headline 'Die Kölner OSCARianer sind international erfolgreich'. Below it is another article 'Spice up your life: Würzen Sie sich gesund'. At the bottom of the left page is an advertisement for 'United Parcel Service' with the headline 'SachbearbeiterInnen für die Inmobiliarisierung - Vollzeit / Teilzeit'. The right page (page 17) features a large photograph of a person relaxing on a beach chair, with the headline 'Wenn der Urlaub stre ssig wird...'. Below the photo are several small articles and advertisements, including one for 'WASHLET™ RX' and another for 'Samplebrand XY'.

The advertisement is titled 'TRINKWASSERHYGIENE' and 'Wasserbeschaffenheit und Druckverluste beachten: Rohrwerkstoffe und Systemauswahl entscheidend für Trinkwasserhygiene'. It contains several sections of text and images. One image shows a person working on a pipe installation. Another image shows a sink. The text discusses the importance of water quality and pipe selection, mentioning standards like DIN 1988 and DIN EN 10221. It also includes a section titled 'Metall-Bewertungsgrundlage des UBA offiziell rechtskräftig' and another titled 'Pori busam, nonsensioae nia.' The advertisement concludes with the 'SAMPLEBRAND' logo and contact information.

INTEGRATION IN FREEMDMARKEN DON'TS



Keine Kopie des TOTO-
Erscheinungsbildes



Keine Kopie des TOTO-
Erscheinungsbildes



1. Keine Verwendung des Markenversprechens Life Anew
2. Falsche Produktbenennung; korrekt wäre: Kategoriebezeichnung vor Produktname (also WASHLET™ RX)
3. Keine Verwendung der TOTO Technologieicons