



SLIPPLY

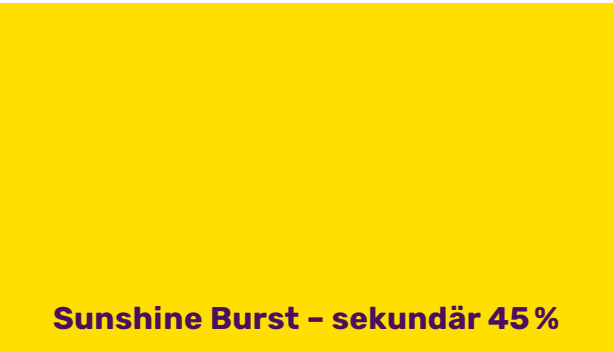
GUIDELINE

BRAND- GUIDELINE

Farbpalette



Powerful Purple – primär 60 %
CMYK 80/100/20/10
RGB 75/15/95
HKS 37
Pantone 2617 C
Hex #4b0f5f



Sunshine Burst – sekundär 45 %
CMYK 2/10/90/0
RGB 255/223/0
HKS 2
Pantone 115 C
Hex #ffdf00



Crimson Flame – akzent 5%
CMYK 17/99/99/7
RGB 192/27/23
HKS 14
Pantone 485 C
Hex #c01b17

Bitte ausschließlich die festgelegten
Farben für digitale Anwendungen
(RGB/Hex) und für den Druck (CMYK,
Pantone, HKS) verwenden.

Purple color shades



Pink Purple – basic
CMYK 30/59/0/0
RGB 215/122/226
HKS –
Pantone –
Hex #d77ae2



Pink Purple – medium
CMYK –
RGB 236/189/242
HKS –
Pantone –
Hex #ecbdf2



Pink Purple – light
CMYK 5/20/0/0
RGB 245/222/248
HKS –
Pantone –
Hex #f5def8

SupplyX Logos (mit Endorsement)

Es gibt verschiedene Logos für unterschiedliche Anwendungsbereiche und Hintergründe. Generell sollte das Logo zusammen mit dem Endorsement „Member of the otto group“ verwendet werden. Bitte ausschließlich die vorhandenen Logo Dateien nutzen.

Logos mit Endorsement (Member of the otto group):



Primär Logo für weiße Hintergründe



Primär Logo für helle Hintergründe

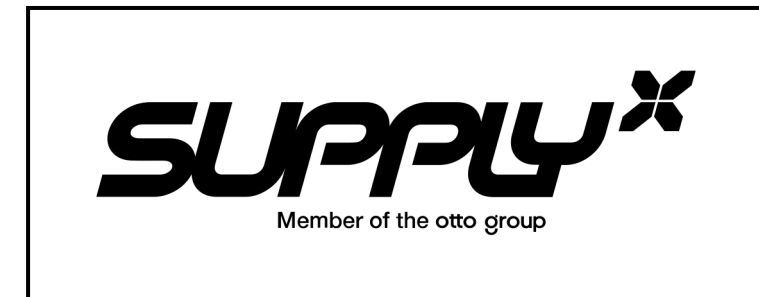


Primär Logo für dunkle Hintergründe



Primär Logo für dunkle Hintergründe

Sekundär Logos (schwarz/weiß):



Schwarzes Logo für weiße Hintergründe



Weißes Logo für schwarze Hintergründe

SupplyX Logos (ohne Endorsement)

Das Logo ohne Endorsement sollte nur für besondere Anwendungen oder in kleinen Formaten verwendet werden. Wenn die Lesbarkeit des Endorsements nicht gewährleistet ist, bitte das Logo ohne Endorsement nutzen.

Logos ohne Endorsement:



Primär Logo für weiße Hintergründe

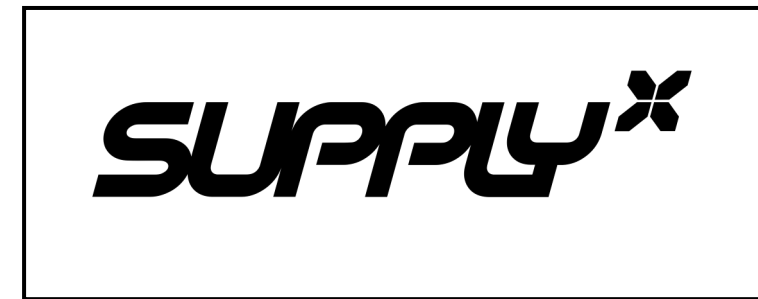


Primär Logo für helle Hintergründe

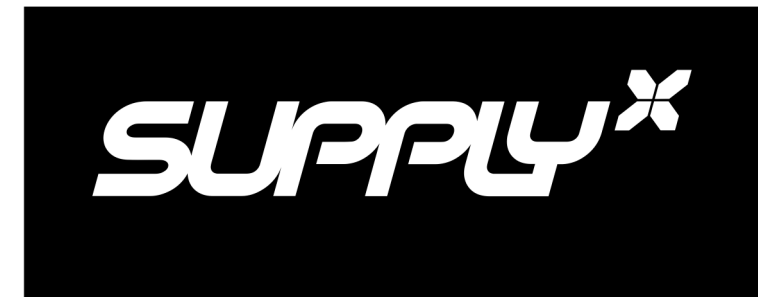


Primär Logo für dunkle Hintergründe

Sekundär Logos (schwarz/weiß):



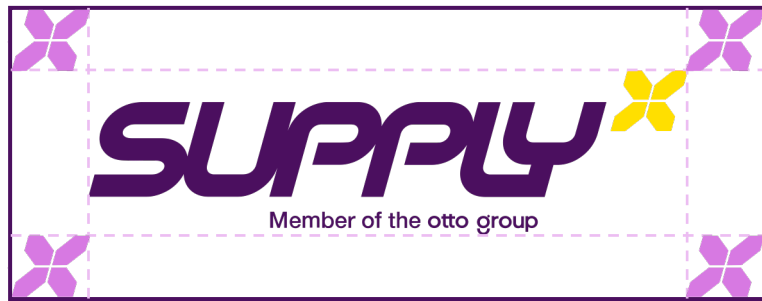
Schwarzes Logo für weiße Hintergründe



Weißes Logo für schwarze Hintergründe

Logo: Die Grundregeln

- Bitte darauf achten, dass rund um das Logo immer **ein Schutzraum von min. 1 X** vorhanden ist.
- Bitte überprüfen, ob für **die jeweilige Anwendung (digital oder Print)** das **richtige Logo** verwendet wird und ob **die passende Hintergrundfarbe** zum Einsatz kommt.



DO: 1 X Schutzraum um das Logo setzen



DO: ausreichend Kontrast (Farbe)



DO: ausreichend Kontrast (Bild)



DONT: das Logo verzerren



DONT: das Logo schräg setzen



DONT: nicht genug Kontrast

PRODUKTNAMEN- GUIDELINE

Die Logos

Mit unserem neuen, dreistufigen Angebot kommen auch drei einzigartige Produktnamen auf den Markt:

- Mit sprechenden Namen statt technischen Formulierungen.
- Mit klarem Branding, das unverwechselbar für uns steht.
- Und mit einer selbstbewussten, einheitlichen Logo-Gestaltung.

Supply Chain Accountability heißt nun *AHEAD. By SupplyX*.

PO Visibility wurde zu *VIEW. By SupplyX*.

Und Freight Forwarding zu *MOVE. By SupplyX*.



Eine neugedachte Logistik



Unser Produkt für mehr Transparenz



Unser Freight-Forwarding-Produkt

Primärlogos

Es wird zwischen einer Variante **für helle Hintergründe** und einer Variante **für dunkle Hintergründe** unterschieden. Zur Sicherstellung der Barrierefreiheit sind die Logos in ihrer vorgegebenen **Form und Farbigkeit unveränderlich**. Sie dürfen ausschließlich in den bereitgestellten Versionen verwendet werden.

Das Logo darf weder verzerrt noch durch zusätzliche Elemente oder Effekte ergänzt werden. Abweichende Farbvarianten sind ebenfalls unzulässig. Neben der Einhaltung des definierten Schutzraums ist stets auf eine saubere und ausgewogene Platzierung des Logos zu achten.



Primärlogo für dunklen Hintergrund



Primärlogo für hellen Hintergrund

Sekundärlogos

Für Ausnahmefälle stehen Sekundärlogos zur Verfügung, die ausschließlich im Notfall eingesetzt werden dürfen.

Dabei gilt:

- Auf schwarzem Hintergrund wird der Produktname in **Weiß** gesetzt.
- Auf weißem Hintergrund wird der Produktname in **Schwarz** dargestellt.

Auch diese Varianten dürfen ausschließlich in den bereitgestellten Versionen verwendet werden.

Wie bei den Primärlogos gilt auch hier: **keine Verzerrungen, keine zusätzlichen Elemente und keine Effekte.**



Sekundärlogo Negativ



Sekundärlogo Positiv

Logo: Do's



DO: Primärlogo für dunklen Hintergrund



DO: Primärlogo für dunklen Hintergrund



DO: Sekundärlogo auf Negativ



DO: Primärlogo für hellen Hintergrund



DO: Primärlogo für hellen Hintergrund



DO: Logo auf dunklem Bild

Um genug Farbkontrast zwischen Logo und Hintergrund zu haben muss durch ein ein Tool zur Kontrastberechnung, ein Verhältnis von **mindestens 4,5:1 für Text** auf normalem Hintergrund und 3:1 für große Texte und UI-Elemente gegeben sein. (siehe Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG))

Logo: Dont's



DONT: Falsches Logo dunkler Hintergrund



DONT: Zu wenig Kontrast



DONT: Logo Verzerrt



DONT: Falsches Logo heller Hintergrund



DONT: Falsches Logo heller Hintergrund



DONT: Logo gedreht



DONT: Falsche Farben



DONT: Logo unvollständig



DONT: Falsche Anordnung

Abstand und Schutzraum

Rund um das Logo muss eine Schutzzone eingehalten werden, in der keine anderen grafischen Elemente (z. B. Schrift, Bildklinken oder Icons) platziert werden dürfen.

Der Mindestabstand des Produktlogos zu anderen Gestaltungselementen orientiert sich am **ersten Buchstaben** des Logos. Dieser definiert den notwendigen Schutzraum, der rund um das Logo freizuhalten ist, um seine Lesbarkeit und Wirkung sicherzustellen.

Das Logo darf niemals beschnitten, verdeckt oder in seiner Form verändert dargestellt werden. Es besteht stets aus dem ersten und zweiten Teil und ist ausschließlich in seiner **vollständigen Form** zu verwenden.



Schutzzone: Mindestabstand = erster Buchstabe



Mindestgrößen

Die Nutzung der Produktnamen in Fließtexten

Die Produktnamen sind stets in folgender Form darzustellen:

AHEAD. By SupplyX

VIEW. By SupplyX

MOVE. By SupplyX

Dabei gelten folgende Regeln:

- Der komplette Produktname wird in konsequent in **gemischter Schreibweise** dargestellt, wobei das **„B“ von „By“ immer großgeschrieben** wird.
- Zwischen „By“ und dem Punkt nach dem Produktnamen steht **immer ein Leerzeichen**.
- Die Produktnamen sind **ausschließlich in ihrer vollständigen Form** zu verwenden.
Eine Verkürzung – etwa nur auf den ersten Teil – ist nicht zulässig.
- Optional kann der Produktname kursiv oder gefettet hervorgehoben werden.



Member of the otto group

Diese Präsentation enthält vertrauliche Informationen. Bitte nicht an Dritte weitergeben.