



The Mobile Robot Company

Knowledge Center — Logos und Markenrichtlinien · 2026-08-04

<https://info.mobilerobot.com/de-de/partners/marketing-resources/logos-and-brand-guidelines>

Logos und Markenrichtlinien

Auf dieser Seite finden Sie die Logodateien des Unternehmens sowie die grundlegenden Vorgaben zur Benennung und Markenkommunikation, wenn Sie The Mobile Robot Company oder den J1600 in Ihren eigenen Materialien darstellen.

Logodateien



Datei	Format	Verwendung
mrc-logo.svg (https://info.mobilerobot.com/de-de/assets/files/mrc-logo-c6ad1064a846b0895783cd319a38bb7b.svg/)	SVG (Vektorgrafik)	Bevorzugt für Drucksachen, Beschilderungen und Anwendungen in beliebiger Größe
mrc-logo.png (https://info.mobilerobot.com/de-de/assets/files/mrc-logo-19625c4cbbba7ca67fbcabef2927789db.png/)	PNG (Rastergrafik)	Für die Bildschirmdarstellung, wenn SVG nicht unterstützt wird

Benennung

- **Rechtlicher Name:** The Mobile Robot Company ApS.
- **Gebräuchlicher Name:** The Mobile Robot Company. Die Abkürzung **MRC** wird ebenfalls verwendet.
- **Produktname:** J1600 — die Ziffern stehen immer direkt am Buchstaben, wie in „der selbstfahrende Hubwagen J1600“.
- **Produktkategorie:** selbstfahrender Hubwagen. Der J1600 ist ein [Dual Mode](https://info.mobilerobot.com/de-de/products/j1600/dual-mode/) (<https://info.mobilerobot.com/de-de/products/j1600/dual-mode/>)-Fahrzeug und kann sowohl manuell als auch autonom betrieben werden. Beschreiben Sie ihn daher nicht als rein autonomen Roboter.
- **Herkunft:** Der J1600 wird in Dänemark hergestellt. Das Unternehmen hat seinen [Sitz in Hvidovre, Dänemark](https://info.mobilerobot.com/de-de/company/locations/headquarters/) (<https://info.mobilerobot.com/de-de/company/locations/headquarters/>).

Markenkommunikation

Der J1600 ist zwischen einem herkömmlichen Elektrohubwagen und einem vollautomatisierten System positioniert: Die Flexibilität des manuellen Betriebs bleibt erhalten, während wiederkehrende Fahrten automatisiert werden. Die zugrunde liegende Philosophie ist die [Automatisierung mit Einbindung des Menschen](https://info.mobilerobot.com/de-de/documentation/concepts/human-in-the-loop-automation/) (<https://info.mobilerobot.com/de-de/documentation/concepts/human-in-the-loop-automation/>) — Roboter unterstützen Menschen, statt sie zu verdrängen.

Wiederkehrende Formulierungen in der Unternehmenskommunikation:

- „Die Zukunft fährt selbst“ — der Slogan der Website.

- „Der Mensch bleibt eingebunden“
- „Automatisierung muss sich an den Menschen anpassen“
- „Absetzen, losfahren, wiederholen“
- „Einlernen und wiederholen“
- „So einfach zu bedienen wie ein Verbraucherprodukt“
- Automatisierung, die „sofort einsatzbereit“ ist

Die zentralen Produktaussagen müssen präzise verwendet werden:

- transportiert 1.600 kg und hebt im manuellen Modus bis auf 1,6 m; der autonome Palettentransport erfolgt auf Bodenniveau;
- spart bei wiederkehrenden Transporten bis zu 80 % der Arbeitszeit des Bedienpersonals (<https://info.mobilerobot.com/de-de/applications/results/productivity-improvements/>) — diese Aussage bezieht sich auf wiederkehrende Transportaufgaben, nicht auf sämtliche Lagerprozesse;
- etwa 30 Minuten Schulungsaufwand für Bedienpersonal mit Hubwagenerfahrung;
- ist sofort einsatzbereit; WLAN und Systemintegration sind optional;
- CE-gezeichnet und mit den Sicherheitsnormen der EU und der USA konform (<https://info.mobilerobot.com/de-de/safety-compliance/certificates/compliance-statements/>);
- Gewinner des IFOY Industrial Truck of the Year 2026 (<https://info.mobilerobot.com/de-de/newsroom/awards/ifoy-award-2026/>).

Die genauen Angaben finden Sie stets in den technischen Daten (<https://info.mobilerobot.com/de-de/products/j1600/technical-specifications/>).

Verwendung der Marke im Co-Branding

Das Unternehmen stellt Partnern Marketingmaterialien und Kundenunterlagen für Vorführzentren, Demonstrationen und Veranstaltungen zur Verfügung. Gemeinsame Werbeaktionen, Kampagnen und Veranstaltungen werden durch das Co-Marketing-Programm (<https://info.mobilerobot.com/de-de/partners/marketing-resources/co-marketing-program/>) unterstützt und sollten mit dem mit dem Unternehmen vereinbarten Geschäftsplan übereinstimmen.