

Marken- und Logokonzept

LEICHT beton:t

1. Hintergrund der Wortbildmarke „LEICHT beton:t“

Die Wortbildmarke „LEICHT beton:t“ wurde entwickelt, um Produkte aus Leichtbeton innerhalb der gesamten Baubranche klarer erkennbar und treffsicher von herkömmlichem Normalbeton unterscheidbar zu machen. Obwohl der Begriff Leichtbeton normativ klar definiert ist, besteht der Bedarf, mineralische bzw. anorganische und/oder zementgebundene Materialien, die unter 1800 kg/m^3 liegen, eindeutig zu kennzeichnen. Die Marke dient damit als qualitäts- und kategorieübergreifende Identifikation für alle Produkte, die sich aufgrund ihrer physikalischen Eigenschaften dem Leichtbeton zuordnen lassen – auch dann, wenn sie nicht exakt der Normdefinition entsprechen.

Verantwortlich für die Entwicklung und Einführung der Marke ist die Cooperative Leichtbeton Werbegemeinschaft GmbH, deren bestehendes Corporate Design – insbesondere das traditionelle CL-Logo – ein maßgeblicher Bezugspunkt für die Farbwelt der neuen Marke ist. Durch diese visuelle Verbindung wird die Zugehörigkeit zur CL-Werbegemeinschaft gestärkt und gleichzeitig ein konsistenter Markenauftritt innerhalb des Netzwerks ermöglicht.



2. Gestalterische Leitidee

2.1 Betonung des Wesentlichen: „LEICHT“

Der Markenname legt bewusst den Fokus auf das Hauptunterscheidungsmerkmal der Produktgruppe – das geringe Gewicht im Vergleich zu Normalbeton. Dieses Merkmal ermöglicht entscheidende Vorteile im Hochbau, allen voran die wärmedämmenden Eigenschaften der Materialien.

Der Begriff „beton:t“ ist ein bewusst gesetztes Wortspiel, das auf die Zementgebundenheit der Produkte anspielt und gleichzeitig eine sprachliche Wiederholung erzeugt, die die Zugehörigkeit zur Betonfamilie betont. Die Typografie unterstützt diese Betonung durch eine klare, lineare und technisch anmutende Formensprache.

2.2 Formale Gestaltung und Symbolik

Die Form des Logos ist auf den primären Einsatzkontext im Bauwesen zurückzuführen: Hochbau. Die horizontale weiße Linie, die im Logo verankert ist, visualisiert die typischen Strukturachsen Boden – Wand – Decke. Damit wird ein direkter Bezug zur Anwendung der Produkte hergestellt, ohne dass dies textlich erläutert werden muss.

Die Bildmarke erfüllt damit zwei zentrale Anforderungen:

1. Hohe Wiedererkennbarkeit
2. Unmittelbare Verortung in der bautechnischen Anwendung

3. Farbkonzept

Damit sich das Logo harmonisch in die jeweiligen Corporate Designs der CL-Partnerunternehmen einfügt, stehen zwei farbliche Varianten zur Verfügung. Je nach Einsatzbereich kann eine Version für helle Hintergründe oder eine Version für dunkle Hintergründe verwendet werden. Auf diese Weise wird eine klare Darstellung und ein einheitlicher Auftritt in allen Medien unterstützt.

Beide Varianten garantieren dadurch:

- Wiedererkennung innerhalb der Werbegemeinschaft
- Flexibilität für diverse mediale und materielle Einsatzbereiche
- Sichere Anwendbarkeit in unterschiedlichen druck- und webtechnischen Umgebungen



Primärfarbe:

CMYK: 100-0-70-0

RGB: 0-150-120

HEX: #009678

Akzentfarbe:

CMYK: 15-70-85-10

RGB: 205-92-46

HEX: #CD5C2E

4. Einsatzbereiche

Die Marke „**LEICHT beton:t**“ ist für eine breite Palette von Anwendungen vorgesehen, um eine konsistente und sichtbare Markendurchdringung sicherzustellen:

- Digitale Produktdokumentationen (z. B. PDFs, Downloads, technische Datenblätter)
- Aufkleber für Folien, Unterlagen und Verpackungen in variablen Größen
- Werbemittel und Give-aways
- Digitale Markenpräsenz: Websites, Online-Shops, Social Media, Partnerplattformen

Durch diese breite Skalierung wird gewährleistet, dass die Marke sowohl im B2B- als auch im B2C-Umfeld präsent ist und ihren Kennzeichnungszweck vollumfänglich erfüllt.

5. Verwendung

5.1 Do's

✓ **Immer die offiziellen Farbvarianten nutzen.** Die beiden definierten CI-Farbwelten stellen sicher, dass die Marke in jedem Umfeld konsistent erscheint.

✓ **Achten Sie auf korrekte Freiräume.** Das Logo benötigt einen definierten Schutzraum (Schutzzone), der frei von Text oder Grafiken bleibt.

✓ **Logo nur proportional skalieren.** Die Wort- und Bildmarke darf verkleinert oder vergrößert werden, jedoch immer im festen Seitenverhältnis.

✓ **Einsatz auf ruhigen Hintergründen bevorzugen.** Hell- oder dunkelflächige Hintergründe ohne starke Muster gewährleisten maximale Lesbarkeit.

✓ **Immer die aktuellsten digitalen Dateien verwenden.** Für Druck und Screen stehen unterschiedliche Datenformate bereit (PDF, EPS, SVG, PNG).

5.2 Don'ts

✗ **Logo nicht verändern oder neu arrangieren.** Keine Anpassung der Schrift, Linienführung, Abstände oder Elemente.

✗ **Keine alternativen Farbtöne oder Effekte verwenden.** Keine Farbverläufe, Schlagschatten, Outline-Effekte, Transparenzen.

✗ **Logo nicht verzerren.** Weder horizontal noch vertikal strecken oder stauchen.

✗ **Keine Integration in Formen, Rahmen oder Bildflächen, die die Formensprache beeinträchtigen.**

✗ **Nicht auf unruhigen oder kontrastarmen Hintergründen platzieren.** Z. B. komplexe Fotos, Muster oder Strukturen, die Lesbarkeit und Wiedererkennung mindern.

6. Zusammenfassung des gestalterischen Anspruchs

Die Wortbildmarke „**LEICHT beton:t**“ ist weit mehr als ein visuelles Kennzeichen – sie fungiert als Kategorisierungselement, als Qualitätssignatur und als gemeinsamer Nenner für alle mineralischen oder zementgebundenen Leichtprodukte der CL-Partnerunternehmen. Ihr Design folgt einer klaren funktionalen Logik, die sowohl technische Präzision als auch Assoziationen aus der Baupraxis aufgreift.

Ziel ist eine einheitliche, starke und zukunftsfähige Markenidentität, die die Produkte sofort erkennbar macht und den Mehrwert des Leichtbetons visuell kommuniziert.