

# Frisch, reduziert und modern: Das neue Logo des LJV

Neue Marke, neues Selbstbewusstsein



LANDES  
**JAGD**VERBAND  
**RHEINLAND  
PFALZ**

Seit Juni 2024 die neue Wort-/  
Bildmarke des Landesjagd-  
verbands Rheinland-Pfalz

Wann ist der richtige Zeitpunkt für einen Marken-Relaunch? Die Antwort ist einfach: Wenn die Modernität und Leistungsfähigkeit, die inhaltliche Orientierung und Dynamik des Verbandes nach außen nicht mehr vollständig durch das, was die Marke an Assoziationen weckt, abgedeckt ist.

Seit einem Jahr kämpfen 20.000 Jägerinnen und Jäger in Rheinland-Pfalz gegen den Gesetzesentwurf, den die Landesregierung präsentiert hat. Präsidium und Vorstand sind mit vielen Hunderten ehrenamtlichen Stunden, in akribischer Teamarbeit und großer Geschlossenheit auf dem Weg, das Unmögliche möglich zu machen. Gleichzeitig steigt die Nachfrage nach Jagdscheinen bei jungen Menschen, die in der anspruchsvollen Arbeit als Jäger ihre Bestimmung sehen. Das Schulungsangebot, nicht nur für den Nachwuchs, wird in der Landesgeschäftsstelle stetig ausgebaut und modernisiert. Der Landesjagdverband ist im Wandel und auf dem Weg zu einem modernen Dienstleister für seine Mitglieder.

Ein Verband, der so aktiv ist und fast alle Jäger im Land repräsentiert, darf von sich behaupten, vollumfänglich für die „Jagd in

Rheinland Pfalz“ zu stehen. Das aber findet sich so nicht in der bisherigen Marke wieder.

Deshalb wurde zu Beginn des Jahres eine Ausschreibung gestartet mit dem Ziel, eine moderne, selbstbewusste neue Marke zu bekommen, ohne mit der Einzigartigkeit und den Symbolen der alten zu brechen. Wiedererkennung stand im Forderungskatalog ganz oben, und doch eine sichtbare, der aktuellen Medienwelt angepasste Neudefinition. Nun steht das Ergebnis fest.

Die neue Bildmarke greift wie die Bisherige die identitätsstiftenden einzigartigen Elemente auf: Der Jäger aus Kurpfalz ist ebenso zentraler Mittelpunkt wie die Burgendreitfältigkeit mit Trifels, Anabos und Münz und die Hubertus-Legende, in der sich Gott dem Jäger offenbart. Auch die Form ähnelt der bisherigen Marke, um die eindeutige Wiedererkennung auch mit Blick auf die anderen Jagdverbände in Deutschland zu erhalten.

Ganz neu ist, dass die Schrift aus der Bildmarke verschwunden ist. Und bedeutsam ist, dass dort nicht mehr die Institution im Mittelpunkt steht, vielmehr ein klarer Akzent auf „JAGD RHEINLAND PFALZ“ liegt. Dies ist

der visualisierte Anspruch des Verbandes für die Zukunft.

Die Marke ist modern und selbstbewusst. Die Farbwelt arbeitet mit einem traditionellen dunklen Grün und einem frischen leuchtenden Gelbgrün, wie man es bereits aus der Kampagne des letzten Jahres kennt. Mit diesen Farben kann man recht variabel spielen und erhält so die Möglichkeit, sich an den vielfältigen medialen Aufgaben perfekt auszurichten. Die neue Marke wird kaum Eingewöhnungszeit benötigen.

Sehen Sie das ebenso? Wir freuen uns über Ihr Feedback.

Volkmar NEUMANN,  
Agentur Echtagut

Farbfamilie

