LIVAREN

IMMOBILIEN

Raum für Ihren nächsten Schritt.

Die visuelle und sprachliche Identität
einer neuen Immobilienmarke.

MARKE · DESIGN · ANWENDUNG

Version 1.0 / November 2026



KI-Architekturvisualisierung

Eine klare Haltung. Ein eigener Auftritt.

POSITIONIERUNG

LIVAREN begleitet den Verkauf von Immobilien in ganz Deutschland. Die Marke verbindet einen modernen, hochwertigen Auftritt mit verständlicher Kommunikation und persönlicher Orientierung.

MARKENKERN

Immobilien mit Perspektive.

Verkauf · deutschlandweit

Klarheit

Verständliche Schritte, nachvollziehbare Informationen und ehrliche Erwartungen.

Sorgfalt

Ein stimmiger Auftritt und Aufmerksamkeit für die Besonderheiten jeder Immobilie.

Nähe

Die Ziele der Eigentümer stehen im Mittelpunkt. Die Kommunikation bleibt persönlich.

ZIELGRUPPEN

Primär: Eigentümer mit Verkaufsabsicht. Sekundär: Menschen mit einem konkreten Immobiliengesuch. Keine Vermietungspositionierung.

Das Zeichen: offen, präzise, eigenständig.



Schutzzone: mindestens 1/2 Signethöhe rundum.



L + V

Zwei geometrische Gesten. Ein wiedererkennbares Zeichen.







Wort-Bild-Marke: mindestens 140 px digital / 35 mm im Druck. Signet: mindestens 24 px digital / 8 mm im Druck. Nicht verzerren, umranden, drehen oder mit Schatten versehen. Die Master-SVGs enthalten Pfade und benötigen keine installierte Schrift.

Gold als Akzent. Klarheit als Grundlage.

Weiß

#FFFFFF

RGB 255 / 255 / 255

CMYK 0 / 0 / 0 / 0

Anthrazit

#202321

RGB 32 / 35 / 33

CMYK 9 / 0 / 6 / 86

Gold

#A2844E

RGB 162 / 132 / 78

CMYK 0 / 19 / 52 / 36

Elfenbein

#F7F6F2

RGB 247 / 246 / 242

CMYK 0 / 0 / 2 / 3

Gold hell

#C6AA76

RGB 198 / 170 / 118

CMYK 0 / 14 / 40 / 22



Orientierung: 60 % helle Fläche / 30 % Anthrazit / 10 % Gold

Barrierearme Texte: Anthrazit auf Weiß oder Weiß auf Anthrazit. Für kleine goldfarbene Texte auf Weiß ausschließlich den dunkleren Ton #806334 verwenden. Gold #A2844E ist ein Akzent für Linien, größere Details und Flächen.

CMYK-Werte sind rechnerische Näherungen, keine verbindliche Druckfreigabe. Vor Produktion auf Papier, Druckprofil und gegebenenfalls Sonderfarbe abstimmen.

Manrope. Ruhig im Detail. Stark im Auftritt.

Aa

Manrope

Eine offene Sans Serif für digitale Oberflächen und Drucksachen. Die Marke setzt auf wenige Schnitte und viel Weißraum.

LIVAREN IMMOBILIEN

H1 · 64/72 · 400

Neue Perspektiven.

H2 · 44/52 · 400

Raum für Neues.

H3 · 24/32 · 500

Klar im nächsten Schritt.

TEXT · 16/26 · 400

Ein guter Verkauf beginnt mit einem Gespräch.

LABEL · 11/16 · 600

IMMOBILIEN MIT PERSPEKTIVE

Responsive: H1 auf kleinen Displays auf 38-42 px reduzieren. Fließtext mindestens 16 px. Zeilenlänge möglichst 55-75 Zeichen. Schrift lokal laden; die SIL Open Font License liegt dem Paket bei.

So klingt LIVAREN.

DER CLAIM

Raum für Ihren nächsten Schritt.

Klar. Persönlich. Unaufgeregt. Wir sprechen Kunden mit „Sie“ an und zeigen den nächsten sinnvollen Schritt. Kein künstlicher Luxusjargon, keine Superlative ohne Beleg.

SO SCHREIBEN WIR

Website

Ihre Immobilie. Unsere nächste Unterhaltung.

Verkaufsanfrage

Erzählen Sie uns von Ihrem Vorhaben.

Exposé

Großzügige Räume. Ein klarer Grundriss.

Social Media

Ein neuer Blick auf Zuhause.

DAS VERMEIDEN WIR

Unbelegte Garantien

„Garantiert zum Höchstpreis verkaufen.“

Erfundene Erfolge

„Tausende zufriedene Kunden.“

Austauschbare Floskeln

„Ihr exklusiver Premium-Partner.“

Unklare CTAs

„Entdecken Sie grenzenlose Möglichkeiten.“

Mikrotexte: „Verkauf anfragen“, „Suchprofil anlegen“, „Weiter“, „Zurück“. Fehlertexte benennen das Problem und helfen konkret weiter. Erfolgsmeldungen beschreiben nur tatsächlich ausgeführte Schritte.

Licht, Material und echte Raumwirkung.



Architektur: klare Linien, ruhige Perspektiven.



Interieur: Licht und natürliche Materialien.

Ruhige Kompositionen, gerade Vertikalen, natürliche Farben. Weiß, Stein, Holz, Anthrazit und dezente Goldtöne unterstützen die Identität. Keine übertriebenen HDR-Effekte, keine künstlichen Glanzflächen.

Beide Motive sind KI-generierte Markenvisualisierungen, keine realen Angebote. Reale Objektbilder nicht irreführend verändern; Bildrechte und Objektfreigaben vor Nutzung sichern.

Souverän bis in die Hand.

VISITENKARTE · 85 X 55 MM





Vorderseite: Anthrazit, helle Marke, matte Goldlinie. Rückseite: viel freie Fläche, Kontaktdaten klar hierarchisieren. Keine dekorativen Icons nötig.

Druckdaten: SVG-Vorlagen enthalten das Endformat. Für die Druckerei 3 mm Beschnitt, Farbprofil und Schriften nach deren Vorgaben ergänzen. Platzhalter vor Verwendung ersetzen.

E-MAIL-SIGNATUR

Schlichtes HTML mit Name, Funktion, Telefon und E-Mail. Rechtliche Pflichtangaben passend zum tatsächlichen Unternehmen ergänzen. Keine unbestätigten Zertifikate oder Auszeichnungen.

Wiedererkennbar. Auch auf kleinem Raum.





Feed

1080 x 1080 px
Ein Gedanke pro Motiv.
Kurze Headlines.
Ein klarer CTA.

Story

1080 x 1920 px
Oben und unten 250 px für Plattformelemente freihalten.
Keine erfundenen Angebote oder Erfolgszahlen.

Editierbare SVG-Vorlagen im Paket. Motive sind Layoutbeispiele.

Objekte präsentieren. Mit Haltung.

LV LIVAREN

OBJEKTVORLAGE



[Objekttitel]

[Ort / Lage]

[Fläche] · [Zimmer] · [Kaufpreis]

KI-Bild · durch echtes Objektfoto ersetzen

LV LIVAREN

Hier beginnt
Ihr nächster Schritt.

[Objektadresse] · [Kontakt]

Exposé

Objektdaten, Zustand, Kosten, Energieangaben und rechtliche Informationen aus echten Unterlagen übernehmen und auf Vollständigkeit prüfen.

Verkaufsschild

Auf Distanz lesbar bleiben. Marke, Kernaussage und Kontakt reichen. Format, Material und Produktionsdaten mit dem Hersteller abstimmen.

Ein digitales Zuhause für die Marke.

LIVAREN

Verkaufen Immobilien Über LIVAREN Kontakt

Raum für Ihren nächsten Schritt.

Ein Zuhause ist mehr als eine Adresse.
Immobilienverkauf mit einer klaren Perspektive.

Verkauf anfragen →



Orientierung

Klare Navigation. Ein Hauptziel je Seite. Eigentümer und Suchende finden getrennte Einstiege.

Zugänglichkeit

Gute Kontraste, sichtbarer Fokus, verständliche Formularfelder und eine mobile Gestaltung.

Vertrauen

Keine erfundenen Objekte oder Referenzen. Formulare bestätigen nur tatsächlich gespeicherte Anfragen.

Die Website ist eine private Vorschau. Rechtliche Angaben und reale Kontaktdaten fehlen noch.

Bereit für die nächsten Schritte.

VOR DEM ÖFFENTLICHEN START

01 **Unternehmen & Kontakte**

Firmierung, Rechtsform, Anschrift, Ansprechpartner, Telefon und geschäftliche E-Mail festlegen.

02 **Marken- & Domainrechte**

Name und Signet auf relevante ältere Rechte prüfen. Die Domainregistrierung allein ist keine Markenfreigabe.

03 **Rechtliche Freigabe**

Impressum, Datenschutz, Tätigkeitserlaubnisse und Unternehmensangaben prüfen und ergänzen.

04 **Vertriebsprozess**

Zuständigkeiten, reale Anfragen, E-Mail-Zustellung, Aufbewahrung und Löschung der Daten festlegen.

05 **Inhalte & Veröffentlichung**

Echte Objekte und Bilder freigeben, Testdaten entfernen, mobile Darstellung und Formulare prüfen, Domain anbinden.

Im Paket: Masterlogos, Signets, Farbwerte, Schriften mit Lizenz, editierbare Anwendungsvorlagen, Social-Media-Vorschau und dieses Handbuch. Stand: Designversion 1.0.