LIGHTHOUSE

Kinder- & Familienzentrum

Brand Guide

Lighthouse · Kinder- & Familienzentrum

Version 1.2
November 2026

INHALT

Was in diesem Guide steht

Dieser Guide beschreibt das Lighthouse in drei Teilen.

Das Haus: was das Lighthouse ist, wie die Vision gewachsen ist, welche Werte es trägt, für wen es da ist und wie das Gebäude genutzt wird.

Betrieb und Programm: wer Verantwortung trägt, wie offene Zeiten und Halbjahresprogramm funktionieren und welche Angebotsideen bereitliegen.

Die Marke: Name, Farbwelt, Zeichen, Schrift und die Regeln, damit es überall gleich aussieht.

Die ersten beiden Teile geben den Stand der Beratung in der Gemeindeleitung wieder. Was als Entwurf markiert ist, ist noch nicht beschlossen.

DAS HAUS

Was das Lighthouse ist 03
Ein Ort, an dem Familien gerne sind 04
Ein dritter Mast für unsere Gemeinde 05
Wie diese Vision gewachsen ist 06
Gemeinsame Werte, ein eigenes Profil 07
Vision und Zweck: erste Entwürfe 08
Familien in unterschiedlichen Lebensphasen 09
Christliche Identität und offene Türen 10
Die gemeinsamen Werte sichtbar machen 11
Zwei Zugänge zu einem gemeinsamen Haus 12
Weitere Räume und ihre Möglichkeiten 13

BETRIEB UND PROGRAMM

Trägerschaft und Programmverantwortung 14
Offene Cafézeiten gehören zum Kern 15
Verlässlich öffnen und gezielt ergänzen 16
Der Maßstab für jedes Angebot 17
Offene Begegnung und gemeinsame Freizeit 18
Kreativität, Musik und Familienalltag 19
Jugendliche, Kooperationen und Veranstaltungen 20
Vom Konzept zum ersten Halbjahr 21
Rohe Ideenliste 22

DIE MARKE

Der Name: Lighthouse 23
Der Name: ohne C3 24
Zwei Baukörper, eine Farbwelt 25
Kernfarben 26
Raumkonzept 27
Erweiterte Palette 28
UI-Feedback & Flächen 29
Warum ein Leuchtturm 30
Das Icon 31
Die Wortmarke 32
Schrift 33
Horizontale Kombination 34
Vertikale Kombination 35
Farbvarianten 36
Schutzraum & Mindestgrößen 37
Dos & Don'ts 38
Fallstudie Signage: Varianten 39
Fallstudie Signage: Favorit 40
Dateien & Kontakt 41

Was das Lighthouse ist

Das Lighthouse ist das neue Kinder- und Familienzentrum der C3 Church Hanau. Es entsteht in der Lise-Meitner-Straße 37, direkt neben dem Gemeindehaus der C3 (Foyer und Auditorium), an der Stelle des früheren Jugendzentrums im Zentes-Gebäude.

Am Wochenende finden hier die Kinder- und Jugendgottesdienste für Kinder von 3 bis 13 Jahren statt, mit Zugang aus dem Gemeindehaus. Unter der Woche ist das Haus ein eigenständiges Community Center mit eigenem Eingang an der Lise-Meitner-Straße: Spielgruppe, Eltern-Kind-Gruppe, Elterncafé, Bibliothek, Spieletheke, Gaming Room und ein Fitnessraum für Jugendliche. Geplant sind ein großer Versammlungsraum, ein Foyer mit Bistro, eine Küche, zwei Gruppenräume, ein Musikzimmer, ein Allzweckraum und ein Besprechungsraum.

Das Haus wird für die Gemeinde gebaut, aber ausdrücklich auch für die Stadt. Deshalb tritt es nach außen unter einer eigenen Marke auf, die auch für Menschen funktioniert, die mit Kirche wenig zu tun haben. Der Satz, der das Projekt seit Beginn begleitet, ist kein Slogan, sondern eine Beschreibung:

„Raum für Kinder. Treffpunkt für Familien."

100+
Kinder und ihre Mitarbeitenden finden Platz

3
Geschosse in Holzständer-bauweise

Okt. 2026
Rohbau fertig, Bau-genehmigung seit Juni 2026

1,4 Mio. €
Baukosten inkl. Einrichtung, aus Spenden und Darlehen

Wer dahinter steht

Träger und Bauherr ist die **C3 Church Hanau e.V.**, eine evangelische Freikirche in der Josef-Bautz-Straße 12a. „C3" steht für Christian City Church. Die Gemeinde gehört zum weltweiten Gemeindebund C3 Global und ist Mitglied der Evangelischen Allianz Hanau. Sie finanziert sich ausschließlich aus freiwilligen Spenden.

Das Projekt Lighthouse, den Bau und den Kinderdienst **C3 Kids** leiten federführend Maga und Andreas Schwarzkopf. Gebaut wird im Rahmen des Bauprogramms „Rise & Build" in Eigenregie, mit einem Bauteam aus der Gemeinde.

C3 Kids heute

BibelHelden (ab 3), C3 Kids Club (ab 1. Klasse), Gen:C (ab 5. Klasse), Crossover (ab 12), dazu die Wichtel-Spielgruppe, BabyConnect, Royal Rangers und der GirlsClub. Das Motto: **„Weil jedes Kind wunderbar ist!"**

lighthouse-hanau.de · c3hanau.de · kids.c3hanau.de

Ein Ort, an dem Familien gerne sind

Mit dem Lighthouse schaffen wir einen Ort, an dem Kinder willkommen sind, Eltern Unterstützung und Gemeinschaft erleben und Familien gerne Zeit verbringen. Am Wochenende dient das Gebäude dem Kindergottesdienst. Unter der Woche eröffnet es mit offenen Begegnungszeiten, Kursen und Veranstaltungen neue Berührungspunkte zwischen der C3 Church Hanau und den Menschen in Hanau und Umgebung.

Wir wünschen uns, dass das Lighthouse zu einem selbstverständlichen Anlaufpunkt im Alltag von Familien wird. Kinder dürfen hier Kinder sein. Eltern sollen sich willkommen fühlen und entspannen können, auch wenn ihr Kind einmal laut ist oder Bewegung braucht. Wir möchten Räume gestalten, in denen Familien gemeinsam und mit anderen gute Zeit erleben.

Unsere Angebote sollen Vorfreude auslösen. Wer kommt, soll ein Highlight im Alltag erleben: Menschen treffen, etwas entdecken, gemeinsam spielen oder einfach einen guten Kaffee genießen. Gemeinde wird dadurch auch unter der Woche greifbar und als Teil des täglichen Lebens erfahrbar.

Dieser Teil des Guides verbindet die Entstehungsgeschichte mit der inhaltlichen Ausrichtung, der Nutzung der Räume und einem Rahmen für das Halbjahresprogramm. Die Angebotsideen bilden einen Vorrat für die Planung. Sie sind noch kein beschlossenes oder vollständig zu realisierendes Programm.

EIN BILD FÜR DEN ERFOLG

„Wir waren gerade in der Nähe und hatten Zeit. Da dachten wir: Fahren wir mal ins Lighthouse und schauen, was los ist und wen wir treffen."

Der Satz einer Familie, so wie wir ihn uns wünschen.

Was es dafür braucht

Verlässliche offene Zeiten, zu denen man ohne Anmeldung und ohne Teilnahme an einem Kurs kommen kann.

Ein dritter Mast für unsere Gemeinde

Wenn unsere Gemeinde ein Segelschiff wäre, dann wären die Gottesdienste und die Connectgruppen die beiden Hauptsegel an zwei Masten. Um sie herum entfalten sich viele weitere kleine und große Segel: die unterschiedlichen Dienste, Gruppen und Programme der Gemeinde.

Mit dem Lighthouse gewinnen wir nach unserer Überzeugung einen vollständigen dritten Mast hinzu. An ihm können zahlreiche Angebote für Kinder, Jugendliche und Familien ihren Platz finden. Der zentrale Kindergottesdienst am Wochenende ist eines seiner tragenden Segel. Auch die Royal Rangers, die in unserer bisherigen Struktur gewissermaßen am Kindergottesdienst mithingen, erhalten an diesem Mast den passenden Ort innerhalb eines umfassenderen Kinder- und Familienbereichs.

Dieser dritte Mast gehört zum selben Schiff. Das Lighthouse hat eine eigene Marke und entwickelt ein eigenes Profil, trägt aber den gemeinsamen Auftrag und die Werte der C3 Church Hanau mit. Es eröffnet der Gemeinde zusätzliche Möglichkeiten, Menschen zu begegnen und der Stadt zu dienen.

MAST 1

Gottesdienste

Relevant, zeitgemäß und besucherfreundlich.

MAST 2

Connectgruppen

Das pastorale und soziale Rückgrat der Gemeinde.

MAST 3

Lighthouse

Kinder, Jugendliche und Familien, am Wochenende und unter der Woche.

Segel am dritten Mast

Der zentrale Kindergottesdienst am Wochenende, die Royal Rangers, offene Begegnungszeiten, Kurse und Veranstaltungen unter der Woche. Ein Schiff, ein Auftrag, gemeinsame Werte.

GESCHICHTE

Wie diese Vision gewachsen ist

Die C3 Hanau wurde 2002 gegründet. 2003 entstand ihr erstes Gebäude in der Josef-Bautz-Straße 12a, im August fanden dort die ersten Gottesdienste statt. Um zusätzlichen Platz für Kinder und Jugendliche zu schaffen, wurde es im November 2006 aufgestockt.

Mit dem weiteren Wachstum der Gemeinde entstand der Entschluss, auf dem hinteren Teil des Grundstücks ein großes Gebäude mit Auditorium zu errichten. Im Juni 2012 kaufte die Gemeinde das Nachbargrundstück Lise-Meitner-Straße 37. Das dort stehende Haus wurde nach dem Vorbesitzer im Gemeindealltag „Zentes-Gebäude" genannt und bis zum Abriss 2026 als Jugendzentrum genutzt. Für die Entwicklung des Grundstücks war vor allem entscheidend, dass der Kauf die Grenzbebauung für das große Auditorium ermöglichte.

Mit der Einweihung 2016 standen das Auditorium, das Foyer und zwei neue Kinderräume zur Verfügung. Das erste Gebäude wurde überwiegend als Bistro und für unterschiedliche Gruppen und Veranstaltungen genutzt. In den folgenden rund vier Jahren entwickelten sich die Abläufe und die Nutzung der Gebäude weiter.

Die Coronapandemie bedeutete einen schweren Einschnitt. Besonders der Kinderdienst brach weitgehend zusammen und erholte sich nach den Lockerungen langsamer als die Angebote für Erwachsene. Maga und Andreas übernahmen 2021 die Verantwortung und bauten den Bereich mit einem neuen Team nachhaltig wieder auf.

Ab Mitte 2024 planten wir zunächst eine Modernisierung des Jugendzentrums. Im Verlauf der Überlegungen wuchs die Vision: Aus einer Renovierung wurde ein Neubau, aus zusätzlichen Kinderräumen ein Kinder- und Familienzentrum. Der Abriss des bisherigen Gebäudes erfolgte 2026.

Der entscheidende Gedanke war, eine weitere Eingangstür zur Gemeinde zu schaffen: eine Verbindung zur Stadt und zu den Menschen in unserer Umgebung. Am Wochenende soll das Gebäude den Kinderdienst tragen. Unter der Woche soll es als eigenständig nutzbares Zentrum ein vielfältiges Angebot für Kinder, Jugendliche und Familien ermöglichen.

2002	Gründung der Gemeinde
2003	Erstes Gebäude, erste Gottesdienste
2006	Aufstockung für Kinder und Jugendliche
2012	Kauf des Nachbargrundstücks
2016	Einweihung von Auditorium und Foyer
2020	Corona: Einschnitt im Kinderdienst
2021	Maga und Andreas übernehmen den Kinderdienst
2024	Aus der Modernisierung wird ein Neubau
2026	Abriss, Baugenehmigung, Rohbau

Gemeinsame Werte, ein eigenes Profil

Werte, Vision und Zweck erfüllen unterschiedliche Aufgaben. Die Werte beschreiben, was uns prägt und woran wir unser Handeln ausrichten. Die Vision beschreibt das Zielbild, auf das wir hinarbeiten. Der Zweck oder Hauptzweck, in unserer Gemeindesprache auch „Noble Cause“, beschreibt den Weg, auf dem wir dieses Ziel erreichen wollen. Die einzelnen Programme setzen diesen Hauptzweck konkret um.

Das Lighthouse teilt unverändert die drei Kernwerte der C3 Hanau: Gottes Gegenwart, Freundschaft und Ermutigung. Diese gemeinsame Wertebasis verbindet es mit der Gemeinde und leitet den Umgang mit Menschen, die Programmgestaltung und die Zusammenarbeit im Haus. Vision und Zweck des Lighthouse dürfen dagegen eigenständig formuliert sein und seinen besonderen Beitrag als Kinder- und Familienzentrum beschreiben.

Im bisherigen Hauptzweck der Gemeinde bilden relevante, zeitgemäße und besucherfreundliche Gottesdienste sowie starke Connectgruppen als pastorales und soziales Rückgrat den Zweiklang. Das Lighthouse braucht eine eigene Antwort darauf, wie es seine Vision verwirklicht. Als erste Richtung sehen wir verlässliche offene Begegnung im Alltag und gemeinsame Erlebnisse und Angebote, die Familien stärken. Menschen verschiedener Generationen sind dabei sowohl Teilnehmende als auch Mitgestalter.

DIE DREI KERNWERTE

- **Gottes Gegenwart**
- **Freundschaft**
- **Ermutigung**

Gemeinsam mit der C3 Hanau, unverändert.

Werte	Was uns prägt. Gemeinsam mit der Gemeinde.
Vision	Das Zielbild. Eigenständig für das Lighthouse.
Zweck	Der Weg zum Ziel, die „Noble Cause“. Eigenständig.
Programme	Setzen den Zweck konkret um.

Vision und Zweck: erste Entwürfe

ENTWURF, NOCH NICHT BESCHLOSSEN

Zum Zeitpunkt der Entstehung dieses Konzepts steht die folgende Formulierung als erster Entwurf zur Diskussion. Sie ist noch nicht mit der Gemeindeleitung abgestimmt oder beschlossen.

VISION

Wir wünschen uns, dass Familien in Hanau und Umgebung Gemeinschaft und Rückhalt erleben: Kinder sind selbstverständlich willkommen, Eltern bleiben mit ihren Aufgaben nicht allein, und Menschen verschiedener Generationen sind miteinander verbunden. Das Lighthouse soll für sie ein vertrauter Ort sein, an dem sie gerne Zeit verbringen, Freunde finden und gemeinsam wachsen.

ENTWURF, NOCH NICHT BESCHLOSSEN

Auch für den Hauptzweck steht zunächst ein erster, noch zu beratender Entwurf im Raum.

ZWECK

Wir gestalten einen offenen, gastfreundlichen Treffpunkt und ein vielfältiges Programm, durch das Familien Gemeinschaft erleben, Unterstützung finden und gemeinsam wachsen. Menschen verschiedener Generationen gestalten diesen Ort mit ihren Fähigkeiten und Erfahrungen.

Dieser Hauptzweck verbindet zwei Arbeitsweisen: Verlässliche offene Zeiten ermöglichen es, ohne besonderen Anlass vorbeizukommen und Beziehungen aufzubauen. Wiederkehrende Angebote und besondere Veranstaltungen schaffen gemeinsame Erlebnisse, fördern Fähigkeiten und unterstützen den Familienalltag. Dazu gehört ausdrücklich auch, Senioren als eigenständige Zielgruppe anzusprechen und ihnen Möglichkeiten zur Mitgestaltung zu eröffnen.

Familien in unterschiedlichen Lebensphasen

Wir richten uns an Familien in ihrer ganzen Breite: werdende Eltern, Familien mit kleinen Kindern, Schulkinder, Teenager und Jugendliche sowie Eltern, Großeltern, Senioren und weitere Bezugspersonen. Kinder sollen Freundschaften finden können, auch über Altersgrenzen hinweg. Wir wünschen uns etwas von der selbstverständlichen Gemeinschaft einer Dorfjugend, in der man einander über Jahre kennt und gemeinsam aufwächst.

Senioren gehören ausdrücklich zum Angebot des Familienzentrums. Eigene Interessen, Bedürfnisse und Möglichkeiten zur Begegnung sollen im Programm Platz haben. Zugleich können sie als Gastgeber, Kursanbieter oder Begleiter ihre Fähigkeiten und Lebenserfahrung einbringen. Angebote für Senioren und gemeinsame Aktivitäten über Generationen hinweg ergänzen sich; ihre Rolle setzt keine eigenen Enkelkinder voraus.

Eltern begegnen wir auch in ihren jeweils neuen Rollen und Herausforderungen. Das Programm darf sich mit den Lebensphasen verändern.

Unser Schwerpunkt liegt auf Begegnung, Freizeit, Bildung und der Stärkung des Familienalltags. Das Lighthouse wird als allgemein zugängliches Kinder- und Familienzentrum entwickelt. Spezialisierte Hilfen für akute soziale Notlagen oder intensive Einzelfallbegleitung bilden nicht den Schwerpunkt des Angebots. Die persönliche Lebenssituation entscheidet dabei nicht darüber, ob jemand bei uns willkommen ist.

Die Tageszeiten helfen bei der Ausrichtung

vormittags	Schwangerschaft und kleine Kinder
mittags und nachmittags	Schulkinder
früher Abend	Jugendliche
später Abend	Inhalte für Erwachsene

Wer zur Familie gehört

Werdende Eltern · kleine Kinder · Schulkinder · Teenager · Jugendliche · Eltern · Großeltern · Senioren · weitere Bezugspersonen

Christliche Identität und offene Türen

Das Lighthouse wird von einer lebendigen Kirche ermöglicht. Diese Zugehörigkeit darf sichtbar und verständlich sein: im Gebäude, auf Informationsmaterialien und hier und da im Auftritt nach außen. Viele Ehrenamtliche und die ersten Besucherinnen und Besucher werden selbst Teil des Gemeindelebens sein. Begegnungen zwischen Menschen aus der Gemeinde und Menschen ohne kirchlichen Bezug gehören ganz selbstverständlich zum Konzept.

Das unterwöchige Programm muss keine ausdrücklich christlichen oder jesuszentrierten Inhalte enthalten. Sein Wert liegt bereits darin, Kindern und Familien zu dienen. Unsere Überzeugung ist, dass aus ehrlicher Gastfreundschaft und verlässlichen Beziehungen auch Offenheit für Gemeinde und Glauben wachsen kann. Informationen und Einladungen zu den Gottesdiensten dürfen ausliegen und im Gebäude sichtbar sein. Die Teilnahme an den Angeboten ist ohne Interesse an Glauben oder Gottesdienst möglich.

Für Logo, Wortmarke und Gestaltungsvorlagen gilt die Sprachregelung auf Seite 24.

ALS ERKLÄRUNG NACH AUSSEN

„Das unterwöchige Angebot des Lighthouse wird von der C3 Church Hanau ermöglicht. Die Gemeinde nutzt das Gebäude am Wochenende für ihre Kindergottesdienste und möchte unter der Woche Kinder und Familien aus Hanau und Umgebung stärken. Viele unserer ehrenamtlichen Helferinnen und Helfer sind auch im Gemeindeleben aktiv oder besuchen die Gottesdienste.“

Die gemeinsamen Werte sichtbar machen

Wir stehen für starke Familien auf der Grundlage christlicher Werte. Ein christlich geprägtes, konventionelles Familienverständnis steht im Zentrum unserer inhaltlichen Orientierung. Zugleich heißen wir Menschen mit unterschiedlichen Lebensgeschichten und Familienkonstellationen willkommen. Wir begegnen ihnen mit Respekt und ohne Verurteilung. Willkommen zu sein setzt keine Übereinstimmung mit jeder unserer Überzeugungen voraus.

Für uns ist Jesus das Vorbild darin, Menschen anzunehmen und ihnen zugewandt zu begegnen, während wir unseren Überzeugungen treu bleiben. Das Lighthouse soll ein Ort sein, an dem Familien zusammenkommen, einander annehmen und gemeinsam wachsen.

Die drei Kernwerte Gottes Gegenwart, Freundschaft und Ermutigung stehen fest. Im Gemeindehaus werden sie auf einer großen Tafel mit ausführlichen Unterpunkten erklärt. Im Lighthouse ist eine knappere Darstellung vorgesehen: die erkennbare Zugehörigkeit zur C3 Hanau, die drei Kernwerte und ein kurzer allgemeiner Erklärungssatz. Die vollständige Aufschlüsselung aller Unterpunkte soll dort nicht wiederholt werden.

Ein gemeinsamer Workshop soll die Ausdrucksform und die konkrete Anwendung dieser Werte im Lighthouse klären sowie Vision und Hauptzweck schärfen. Die gemeinsame Wertebasis selbst wird dabei nicht neu gewählt. Für Mitarbeitende und Kooperationspartner braucht es eine verständliche Orientierung, wie diese Werte im Alltag, in der Gastfreundschaft und in den Angeboten wirksam werden.

ENTWURF, NOCH NICHT BESCHLOSSEN

WERTETAFEL IM LIGHTHOUSE

„Das Lighthouse ist ein Angebot der C3 Hanau. Unsere Werte sind Gottes Gegenwart, Freundschaft und Ermutigung. Unser christlicher Glaube prägt diesen Ort, an dem wir Menschen willkommen heißen, Beziehungen leben und einander beim Wachsen unterstützen.“

Zwei Zugänge zu einem gemeinsamen Haus

Das Gebäude muss sowohl im Gottesdienstbetrieb vom Grundstück an der Josef-Bautz-Straße aus als auch unter der Woche eigenständig von der Lise-Meitner-Straße aus funktionieren. Aus Richtung des Gemeindehauses bildet es eine Verlängerung des Kinderdienstbereichs. Für Besucherinnen und Besucher von der Straße soll es als eigenständiges Kinder- und Familienzentrum verständlich und zugänglich sein.

Um möglichst wenig Nutzfläche für reine Laufwege zu verlieren, wurde auf einen Haupteingang unmittelbar an der Straßenfront verzichtet. Das große seitliche Tor wird zum Innenhof hin zurückversetzt; der Haupteingang liegt seitlich zum Innenhof. Zugänge, Tore, Schließ- und Nutzungskonzepte müssen beide Betriebsformen unterstützen.

Das Erdgeschoss als zentraler Begegnungsbereich

Abzüglich Toiletten, Aufzug und Treppenflächen besteht das Erdgeschoss im Wesentlichen aus zwei großen, ungefähr gleich großen Funktionseinheiten. Als Arbeitsbegriffe verwenden wir „Versammlungsraum“ und „Foyer mit Bistro- und Begegnungsbereich“.

ERDGESCHOSS

Versammlungsraum

Ein neutral gestalteter Raum mit Veranstaltungstechnik. Am Wochenende finden hier Kindergottesdienste statt. Unter der Woche ermöglicht er unter anderem Kurse, Workshops, Bewegung und Veranstaltungen. Er kann mit Stühlen oder Tischen ausgestattet werden oder frei bleiben.

ERDGESCHOSS

Foyer mit Bistro- und Begegnungsbereich

Mit Bistrotischen, Sitzgelegenheiten, Teeküche sowie Kaffee- und Automatenangebot. Am Wochenende dient es dem Spielen, Sitzen und Reden sowie Gruppenarbeiten nach dem Plenum. Unter der Woche ist es Elterncafé, Begegnungsfläche sowie Warte- und Arbeitsbereich.

Weitere Räume und ihre Möglichkeiten

ETAGE	RAUM	VORGESEHENE NUTZUNG
OG	**Küche**	Voll ausgestattete Küche mit Herdplatten, Backofen, Arbeitsflächen und vier Tischgruppen für jeweils sechs Personen. Gemeinsames Kochen und Essen mit bis zu 24 Personen.
OG	**Leitungsbüro**	Schreibtisch, Sekretariatsfunktion sowie Platz für kleine Besprechungen und Anmeldungen.
OG	**Zwei Gruppenräume**	Mittelgroß, für jeweils etwa 12 bis 16 Personen. Vorgesehen sind ein grüner Raum mit Waldthema und ein blauer Raum mit Weltraumthema.
DG	**Gästeappartement**	Klein, als Schlafmöglichkeit für Gastsprecher.
DG	**Musikzimmer**	Innenliegend, für Einzel- und Gruppenunterricht sowie Proben und Aufnahmen von Kindern und Jugendlichen.
DG	**Allzweckraum**	Groß, zunächst für Gaming und Fitness von Jugendlichen; später auch für andere Hobby- oder Kreativnutzungen geeignet.
DG	**Besprechungs- und Arbeitsraum**	Groß, mit drei flexibel genutzten Büroarbeitsplätzen sowie einem ovalen Tagungstisch für etwa 14 Personen, Präsentations-TV, Kaffeemaschine, zwei Stehtischen und Moderationsausstattung.

Maritime Raumnamen

Eine mögliche gestalterische Idee für die weitere Teamberatung. „Koje“ und „Kombüse“ sowie weitere Vorschläge sind noch keine abschließend beschlossene Benennung.

Themenräume und Farbwelt

Der grüne Wald- und der blaue Weltraumraum greifen Frischgrün und Dunkelblau auf. Für Wände, Möbel und Akzente gilt das Raumkonzept 80 / 10 / 10 (Seite 27).

Trägerschaft und Programmverantwortung

Das Lighthouse ist ein Angebot des C3 Church Hanau e.V. und gehört organisatorisch zur Gemeinde. Eine eigene juristische Einheit ist nicht vorgesehen. Der Vereinsvorstand trägt damit auch für das Lighthouse die Verantwortung und führt dessen Geschäft im Rahmen der Vereinsstruktur.

Für das Tagesgeschäft und die Programmgestaltung ist eine Stelle vorgesehen. Sie soll den laufenden Betrieb koordinieren, ein möglichst ganzjähriges Angebot entwickeln, Ehrenamtliche und externe Anbieter zusammenbringen und die Halbjahresplanung betreuen. Der genaue Stellenumfang, das Budget und die Entscheidungswege sind noch festzulegen.

Die Programmverantwortung braucht nicht jede Veranstaltung selbst durchzuführen. Ein wichtiger Teil der Aufgabe ist, geeignete Menschen zu finden, Kooperationen aufzubauen und dafür zu sorgen, dass Angebote und Gastgeber zum Profil des Hauses passen. Auch Menschen aus der Nachbarschaft können Fähigkeiten einbringen und passende Angebote gestalten.

Offene Cafézeiten gehören zum Kern

Verlässliche offene Nachmittage sind ein wesentlicher Teil der Vision. Als Zielbild stehen zunächst zwei bis drei offene Zeiten pro Woche im Raum. Familien sollen ohne Anmeldung vorbeikommen, Kaffee trinken, andere Menschen treffen und eine gute Zeit verbringen können. Dieser Zugang braucht auch dann einen eigenen Platz im Programm, wenn daneben viele Kurse angeboten werden.

Kinder sollen während dieser Zeiten willkommen, sicher und sinnvoll beschäftigt sein. Eine denkbare Ausgestaltung ist ein etwa zweistündiges betreutes Kinderangebot, während Eltern im Café Zeit für Begegnung oder Ruhe haben. Dafür kommen ausdrücklich auch bezahlte Betreuungskräfte infrage. Als weitere räumliche Option könnte das Café im Gemeindehaus stattfinden, während Kinder die Angebote des Lighthouse nutzen.

Die Entscheidung über Ort, Häufigkeit und Umfang ist noch offen. Vor einer konkreten Ankündigung muss geklärt sein, ob die Eltern vor Ort bleiben, welche Altersgruppen angesprochen sind, wer die Betreuung übernimmt und wie die Übergabe und Aufsicht organisiert werden. Ein offener Familientreff und ein verbindlich betreutes Kinderangebot müssen für Besucher klar erkennbar sein.

GASTGEBER

Gastgeber sind für diesen Betrieb genauso wichtig wie das Programm: Sie begrüßen neue Familien, erklären die Möglichkeiten und bringen Menschen miteinander ins Gespräch. Ob jemand gerne wiederkommt, entscheidet sich auch daran, ob er sich gesehen und zugehörig fühlt.

Vor der Ankündigung zu klären

Bleiben die Eltern vor Ort? Welche Altersgruppen? Wer betreut? Wie laufen Übergabe und Aufsicht? Offener Treff oder verbindliche Betreuung, klar erkennbar.

Verlässlich öffnen und gezielt ergänzen

Geplant ist ein jeweils halbjährlicher Programmkalender, beispielsweise für das erste und zweite Halbjahr oder als Sommer- und Winterprogramm. Ähnlich einem VHS-Programm soll er rechtzeitig Orientierung geben. Die halbjährliche Überprüfung ermöglicht es, bewährte Angebote fortzuführen, neue Formate zu erproben und andere wieder auslaufen zu lassen. Auch Nischenthemen dürfen ihren Platz erhalten.

Angebote gemeinsam betrachten

Bei Kinderangeboten fragen wir mit: Was können die Eltern währenddessen tun? Ein Musikunterricht kann mit offenem Café oder einem Arbeitsplatz verbunden werden. Während einer Kreativwerkstatt können Eltern miteinander ins Gespräch kommen. Ein Elternangebot benötigt dabei nicht immer einen eigenen Referenten; ein gastfreundlicher Raum kann bereits viel ermöglichen.

Für die Planung bietet sich folgende Mischung an

WIEDERKEHRENDE ANKER

Offene Cafézeiten, ein regelmäßiger Familiennachmittag, Jugendtreff oder weitere verlässliche Treffpunkte. Sie ermöglichen Gewohnheiten und Beziehungen.

ZEITLICH BEGRENZTE KURSE

Beispielsweise Musik, Kochen, Medienkompetenz oder ein Elternkurs. Sie schaffen überschaubare Einstiege und lassen sich halbjährlich anpassen.

EINZELVERANSTALTUNGEN

Etwa Flohmärkte, Konzerte, Lego-Aktionen, ein Sommerfest oder Angebote mit externen Partnern. Sie können neue Menschen auf das Haus aufmerksam machen.

Der Maßstab für jedes Angebot

Werte, Vision und Zweck bilden zusammen den Maßstab: Passt ein Angebot zu unserer Haltung, trägt es zum gewünschten Zielbild bei und unterstützt es die Arbeitsweise des Lighthouse? Der Programmkalender darf sich verändern, während die gemeinsame Wertebasis bestehen bleibt.

Die Programmausrichtung ist offen für kirchenferne Inhalte und bleibt an den Grundsätzen der Gemeinde orientiert. Nach dem derzeit beschriebenen Werteverständnis sind beispielsweise Halloweenpartys, Traumreisen und fernöstlich geprägtes Yoga nicht als Programmpunkte vorgesehen. Für Anbieter und Kooperationen sollen im Werteprozess verständliche Kriterien entstehen.

Reichweite bedeutet für uns, tatsächlich Menschen zu erreichen und ihnen zu dienen. Besucherzahlen sind dabei nur ein Anhaltspunkt. Ebenso wichtig sind Wiederkommen, neue Freundschaften, spürbare Entlastung von Eltern, Beteiligung von Jugendlichen und eine Willkommensatmosphäre. Aus diesen Beziehungen kann auch Interesse am Gemeindeleben wachsen.

Für die Auswahl eines Programmpunkts helfen folgende Fragen

1. Wem dient das Angebot konkret und welchen Wert hat es für Kinder, Jugendliche, Eltern oder Senioren?
2. Passt es zu unseren Werten und zur gewünschten Atmosphäre?
3. Ermöglicht es Begegnung, wiederkehrende Kontakte oder gemeinsame Qualitätszeit?
4. Welche Menschen erreichen wir damit und wie leicht können neue Besucher einsteigen?
5. Sind Raum, verantwortliche Personen, Zeit und Finanzierung realistisch verfügbar?
6. Wie passt es neben die übrigen Angebote und welche Folgeverbindung kann entstehen?

ANGEBOTSIDEEN

Offene Begegnung und gemeinsame Freizeit

Die folgenden Ideen bündeln die bisherigen Vorschläge und ergänzen sie um mögliche Formen der Umsetzung. Umfang, Altersgruppen, Kosten und verantwortliche Anbieter sind jeweils noch zu bestimmen. Gesundheitsbezogene und fachliche Kurse werden mit geeigneten Partnern geplant.

Elterncafé und offener Familiennachmittag

Feste Zeiten mit Kaffee, Spielmöglichkeiten und wechselnden kleinen Mitmachangeboten. Ein betreuter Kinderbereich ist als zusätzliche Ausbaustufe denkbar.

Mama-Kind-Treffen, junge Eltern Connect und Mini-Club

Wiederkehrende Begegnung für Eltern mit kleinen Kindern, mit Austausch und altersgerechten Spielmöglichkeiten. Private Kinderbetreuung ist eine gesondert zu prüfende Angebotsidee.

Papa-Kind-Frühstück und Großeltern-Enkel-Nachmittag

Gemeinsam essen, bauen, backen oder spielen. Unterschiedliche Bezugspersonen erhalten bewusst eigene Anlässe.

Nachbarschaftstreff und Mitbringfrühstück

Unkompliziert Menschen aus der Umgebung kennenlernen. Die Gastgeber stellen Kaffee, Raum und eine einladende Atmosphäre.

Spieleconnect, Brettspiel-, Puzzle- und Schachtreff

Gemeinsam spielen, Spiele kennenlernen und Mitspieler finden. Je nach Jahreszeit drinnen oder draußen, auch als mobiles Spielangebot im Sinne eines Spielmobils.

Kinderkino und Familienkino

Einzelne Nachmittage oder Abende mit gemeinsamem Ankommen und Zeit für Begegnung vor oder nach dem Film.

Seniorentreff und Begegnung zwischen Generationen

Eigene Café-, Spiele- oder Themenangebote für Senioren sowie gemeinsame Vorlese-, Koch- und Kreativaktionen mit anderen Altersgruppen. Senioren können teilnehmen und Angebote mitgestalten.

ANGEBOTSIDEEN

Kreativität, Musik und Familienalltag

Kreativität, Musik und Entdecken

Musikunterricht mit Musiklehrern

Einzelstunden und Gruppenangebote in Kooperation. Wartende Eltern können das Café oder einen Arbeitsplatz nutzen.

Kinder- und Jugendband, Kinderchor, Mitmachkonzerte

Gemeinsam Musik erleben und mitgestalten. Das Musikzimmer ermöglicht Proben und Aufnahmen.

Vorlesenachmittage und Geschichtenwerkstatt

Geschichten hören, selbst erzählen, Bilder gestalten oder kleine Szenen entwickeln.

Bastelgruppen und Kreativwerkstätten

Saisonale Projekte sowie Lego- und Playmais-Events. Unterschiedliche Altersgruppen können gemeinsam oder in getrennten Zeitfenstern teilnehmen.

Fähigkeiten weitergeben

Unter dem Gedanken „Kannst du mir das zeigen?“ bieten Menschen aus Gemeinde und Nachbarschaft beispielsweise Nähen, Fotografieren, Backen, Reparieren oder Programmieren an.

Familienalltag, Bildung und Entlastung

Familienküche und gemeinsames Abendessen

Einfache, bezahlbare Alltagsgerichte kochen, Rezepte teilen und gemeinsam essen. Die Küche bietet Platz für bis zu 24 Personen.

Hausaufgabenhilfe und offener Nachmittag nach der Schule

Mit Unterstützung arbeiten, einen Snack essen und anschließend spielen. Eltern können parallel Zeit im Foyer verbringen.

Elternkurse und moderierte Themenabende

Etwa KESS erziehen, Schulstart, Geschwisterstreit, Familienorganisation und die unterschiedlichen Phasen des Elternseins.

Mein erstes Smartphone

Eltern und Kinder erarbeiten gemeinsam Regeln und sprechen über Mediennutzung im Familienalltag.

Co-Working und ruhige Arbeitsplätze

Während eines Kinderangebots oder zu eigenen Zeitfenstern. Ob und wann Kinderbetreuung dazugehört, wird gesondert festgelegt.

Jugendliche, Kooperationen und Veranstaltungen

Jugendliche gestalten mit

Royal Rangers
Ein bestehendes Angebot mit eigenem Platz im erweiterten Kinder-, Jugend- und Familienbereich. Die organisatorische Einbindung wird gemeinsam mit den Verantwortlichen konkretisiert.

Jugendtreff mit Gaming und Fitness
Regelmäßige offene Zeiten mit Gastgebern und Raum für Freundschaften. Family Fitness kann als eigenes generationenübergreifendes Format hinzukommen.

Offenes Musikstudio, Podcast- und Filmwerkstatt
Eigene Songs, Beiträge oder Kurzfilme von der Idee bis zur Aufnahme und Präsentation entwickeln.

Gamingturniere und eigene Veranstaltungsabende
Jugendliche übernehmen mit Begleitung Organisation, Moderation und Verpflegung. Ein überschaubarer Gestaltungsrahmen ermöglicht echte Verantwortung.

Jugendküche und Lernlounge
Zusammen einkaufen und kochen oder in Prüfungsphasen gemeinsam lernen. Beides verbindet praktische Unterstützung mit Begegnung.

Juleica und Erste Hilfe
Mögliche Qualifizierungsangebote mit geeigneten Anbietern. Sie können auch Jugendliche für Verantwortung in Gruppen und Veranstaltungen stärken.

Kooperationen, Gesundheit und Veranstaltungen

Geburtsvorbereitung, Schwangerschaft, Rückbildung
Kurse mit fachlich geeigneten Anbietern, verbunden mit Möglichkeiten zum Kennenlernen anderer Eltern.

Sehtests, Erste Hilfe, Blutspende
Denkbare Kooperationen mit externen Partnern. Konkrete räumliche und organisatorische Voraussetzungen sind je Angebot zu klären.

Fahrradwerkstatt
Mit kundigen Helfern Räder pflegen und kleine Reparaturen lernen. Weitere praktische Werkstattformate können daraus entstehen.

Sommerfest, Herbstparty und Mitmachkonzerte
Größere Anlässe für Familien und Nachbarschaft mit niedrigem Einstieg und erkennbarer Verbindung zu den regelmäßigen Angeboten.

Thematische Flohmärkte
Beispielsweise Kinderkleidung, Spielzeug, Bücher oder Familienausstattung. Private Anbieter können sich beteiligen; Café und Begegnung ergänzen den Markt.

Private Kindergeburtstage und Jubiläen
Eine ergänzende Nutzung in begrenztem Umfang, soweit sie zu Auslastung, Profil und eigenem Programm passt. Bedingungen und Betreuung werden gesondert festgelegt.

Vom Konzept zum ersten Halbjahr

Ein tragfähiger Start braucht einen Umfang, den das Team verlässlich gestalten kann. Der folgende Aufbau ist ein Planungsvorschlag und enthält noch keine festgelegten Wochentage oder Zusagen.

1. Als Kern zwei bis drei offene Nachmittage pro Woche anstreben. Dafür Gastgeber, Cafébetrieb und gegebenenfalls ein betreutes Kinderangebot verbindlich planen. Bei einem gestuften Start bleibt dies das erkennbare Ausbauziel.
2. Bestehende Angebote wie Kindergottesdienst und Royal Rangers in die Gesamtplanung einordnen und Übergänge, Räume und Zuständigkeiten abstimmen.
3. Ergänzend wenige regelmäßige Gruppen starten, beispielsweise einen Treff für junge Eltern und einen Jugendtreff. Musikunterricht kann über Kooperationen hinzukommen.
4. Pro Halbjahr eine überschaubare Auswahl an Kursen und Einzelveranstaltungen erproben. Denkbar sind ein Elternkurs, ein Kreativblock, ein Flohmarkt und eine größere Familienveranstaltung.
5. Zur Halbjahresrevision Rückmeldungen von Familien, Ehrenamtlichen und Anbietern sammeln: Was wurde angenommen? Wo sind Beziehungen entstanden? Was war personell tragfähig? Was führen wir fort, verändern oder beenden wir?

NÄCHSTE GEMEINSAME ENTSCHEIDUNGEN

In der Gemeindeleitung sind zunächst die ersten Entwürfe für Vision und Hauptzweck zu beraten. Im gemeinsamen Workshop werden außerdem die knappe Darstellung und die konkrete Anwendung der unveränderten Kernwerte Gottes Gegenwart, Freundschaft und Ermutigung geklärt. Daran schließen sich die Festlegung von Programmverantwortung, Stellenumfang und Budget an. Für die offenen Cafézeiten brauchen wir eine konkrete Entscheidung zu Ort, Zeitfenstern und Betreuung. Die Raumplanung muss außerdem den Wochenendbetrieb mit dem unterwöchigen Angebot zusammenführen.

Anschließend können passende Kooperationspartner angesprochen und das erste Halbjahresprogramm entwickelt werden.

ANGEBOTSIDEEN

Rohe Ideenliste

Alle bisher gesammelten Stichworte, ungefiltert und ungewichtet. Der Vorrat, aus dem die Angebotsideen der vorigen Seiten entstanden sind.

Musikunterricht einzeln und in Gruppen · Zusammenarbeit mit Musiklehrern · Kinderband · Jugendband · Kinderchor · Royal Rangers · Juleica · Erste Hilfe · Sehtests · Blutspendeaktion · Vorlesenachmittage · Geschichtenwerkstatt · Kinderkino · Familienkino · Kinderkinoabende · Sommerfest · Herbstparty · Mitmachkonzerte · Geburtsvorbereitung · Schwangerschaftskurse · Rückbildungskurse · Spieleconnect · Spielenachmittage · Brettspieltreff · Schachclub · Mini-Club · private Kinderbetreuung · Elterncafé · offener Familiennachmittag · betreuter Kinderbereich während des Cafés · Mama-Kind-Treffen · junge Eltern Connect · Papa-Kind-Frühstück · Großeltern-Enkel-Nachmittag · Co-Working · ruhige Arbeitsplätze für Eltern · Family Fitness · Jugendfitness · Jugendtreff · Gamingraum · Gamingturnier · Nachbarschaftstreff · Mitbringfrühstück · thematische Flohmärkte · Kinderkleiderflohmarkt · Spielzeugflohmarkt · Bücherflohmarkt · Puzzle-Nachmittage · Indoor- und Outdoor-Spielenachmittage · Spielmobil · KESS erziehen · Eltern-Themenabende · Schulstart · Geschwisterstreit · Familienorganisation · Mein erstes Smartphone · Lego-Event · Playmais-Event · Bastelgruppe · Kreativwerkstatt · Familienküche · gemeinsam günstig kochen · gemeinsames Abendessen · Jugendküche · Hausaufgabenhilfe · offener Nachmittag nach der Schule · Lernlounge vor Prüfungen · Fahrradwerkstatt · Reparaturwerkstatt · Nähen · Fotografieren · Backen · Programmieren · Kannst du mir das zeigen · offenes Musikstudio · Songwriting · Recording · Podcastwerkstatt · Filmwerkstatt · selbst organisierte Jugendveranstaltungen · private Kindergeburtstage · private Jubiläen · Seniorentreff · Seniorencafé · Spieleangebote für Senioren · Themenangebote für Senioren · Begegnung zwischen Generationen · Senioren als Gastgeber · Senioren als Kursanbieter · gemeinsames Kochen und Kreativangebote über Generationen hinweg

Der Name: Lighthouse

Der Name war die erste Entscheidung der Marke, und er musste mehr können als gut klingen. Er muss auf Deutsch und auf Englisch funktionieren, allein stehen können, ein Bild mitbringen, das jeder sofort versteht, und aus der Entfernung erkennbar bleiben. „Lighthouse“ erfüllt alle vier Bedingungen, und ein paar mehr.

Viele Archen, viele Leuchttürme, keiner in Hanau

Christliche Einrichtungen heißen gern „Arche“ oder „Lighthouse“. Archen bedienen meist Brennpunkte: Notlagen, Versorgung, Zuflucht. Leuchttürme stehen fast immer für Beziehung, Menschen und Pädagogik, also genau für das, was hier entsteht. Der Name ist deshalb kein origineller Einfall, sondern ein bewusst gewählter, lesbarer Typ. In Hanau und Umgebung gibt es trotzdem noch kein Lighthouse; der Name ist hier frei und wird mit dem Haus verbunden bleiben.

Licht im Dunkeln

Der Bezug ist nicht aufdringlich, aber er ist da: Ein Licht in der Dunkelheit ist ein christlich belegtes Bild, ohne dass man die Verbindung ausbuchstabieren muss. Für das Lighthouse funktioniert es auf mehreren Ebenen zugleich. Praktisch: ein Haus, in dem abends Licht brennt und die Tür offen ist. Seelisch: ein Ort, an dem Eltern Rat finden und Kinder einen Platz, der für sie gebaut ist. Geistlich: die Gemeinde, die dahinter steht, versteht Licht in der Dunkelheit als ihren Auftrag. Wer nur die erste Ebene sieht, hat nichts falsch verstanden; wer alle drei sieht, auch nicht. Und weil der Name sein Bild gleich mitbringt, ist das Zeichen ein Leuchtturm und nichts Abstraktes (Seite 30).

Was der Name können muss

- **Zweisprachig.** „Lighthouse“ liest sich auf Deutsch wie auf Englisch, ohne Übersetzung, ohne Umlaut.
- **Eigenständig.** Funktioniert ohne Zusatz, auf einem Schild, in einer URL, im Gespräch.
- **Mit Bild.** Das Symbol liegt im Wort: ein Leuchtturm. Keine Erklärung nötig.
- **Erkennbar.** Ein Wort, zehn Buchstaben, aus der Entfernung lesbar.

Licht ins Dunkel, drei Ebenen

praktisch	Ein Haus an der Straße, abends beleuchtet, unter der Woche offen für die Nachbarschaft.
seelisch	Orientierung für Familien: Eltern finden Rat, Kinder einen Ort.
geistlich	Licht in der Dunkelheit als Auftrag der Gemeinde, die dahinter steht. Nie auf das Schild geschrieben, immer gemeint.

Der Name: ohne C3

Kurze Zeit hieß das Projekt „C3 Lighthouse“: in den ersten Entwürfen, der ersten Domain, der ersten Fassung dieses Guides. Kurz vor Abschluss wurde der Zusatz gestrichen. Der Träger verschwindet damit nicht, er steht nur nicht mehr im Namen.

Das Argument

Ein Absender im Namen löst beim Lesen zwei Reaktionen zugleich aus. Wer an einem Haus mit der Aufschrift „DAK Beratungszentrum für Ernährung und Fitness“ vorbeigeht, denkt zuerst „gut, das hat die DAK gemacht“, und gleich danach: „Ich bin nicht bei der DAK, also ist das nichts für mich.“ Steht dort nur „Beratungszentrum für Ernährung und Fitness“ und im Kleingedruckten „betrieben von der DAK“, bleibt die erste Frage eine andere: „Ist das etwas für mich?“ Der Abgleich, ob man überhaupt darf, entfällt. Genau diese Frage soll das Lighthouse auslösen, und nur diese. Die Akzeptanz als offener Ort wiegt schwerer als die zusätzliche Sichtbarkeit der Gemeinde.

Was das für Vorlagen bedeutet

Der Träger erscheint nicht im Logo, nicht in der Wortmarke und nicht als fester Bestandteil der Gestaltungsvorlagen: Briefpapier, Schilder, Website-Kopfzeile. Außerhalb davon darf und soll hier und da erkennbar werden, dass eine Kirche hinter dem Lighthouse steht: in Texten und Informationsmaterial, im Haus selbst, im Impressum und in der Presse (Seite 10).

Warum der Leuchtturm trotzdem die Gemeinde zeigt

Das Lighthouse steht der Gemeinde auch baulich vor, wie ein echter Leuchtturm dem Hafen. Von der Lise-Meitner-Straße aus, einer Richtung, aus der viele das Grundstück gar nicht kennen, weil sie über den Haupteingang an der Josef-Bautz-Straße kommen, steht es an der Straßenkante und hat die Gemeinde buchstäblich im Rücken: der Kontaktpunkt in der Brandung, dahinter der sichere Hafen.

Was „C3“ im Namen gebracht hätte

- Sichtbarkeit der Gemeinde bei jeder Nennung
- Klare Zuordnung für Mitglieder und Partner
- Anschluss an die bestehenden Marken C3 Kids, C3 Church

Was es gekostet hätte

- Die Schwelle „gehöre ich dazu?“ vor der ersten Frage „ist das was für mich?“
- Ein Name, der als Kirchenangebot gelesen wird, nicht als Ort der Stadt
- Weniger Spielraum in Presse, Förderanträgen und Kooperationen

Sprachregelung

Marke	**Lighthouse**. Nie „C3 Lighthouse“, auch nicht intern in Veröffentlichungen.
Erste Nennung in Texten	„das Lighthouse, Kinder- und Familienzentrum der C3 Church Hanau“
Danach	„das Lighthouse“, „im Lighthouse“ (sächlich, nie „der Lighthouse“)
Träger, Ort	Offen genannt in Texten, Informationsmaterial, im Haus, Impressum und Presse. Nie im Logo, in der Wortmarke oder fest in Vorlagen.

Zwei Baukörper, eine Farbwelt

Alles fing 2003 im Baumarkt an. Im Bauhaus wurde für Foyer und Auditorium des Gemeindehauses eine Wandfarbe von Schöner Wohnen gekauft, Code **01.020.02**, seither intern nur noch „Gelb Foyer" genannt. Das Ziel damals: ein mediterraner Stil, eine warme, einladende Farbe, die mit den sichtbaren Holzträgern des Holzständerbaus zusammenspielt. Der Rest ist Geschichte. Heute ist sie der Grundstein der gesamten Farbwelt.

Was das Gemeindehaus prägt

Warme, mediterrane Farben, allen voran Gelb Foyer. Dazu die freiliegenden Träger, Treppen und Rahmen aus hellem Holz, eine Ziegelwand im Foyer. Diese Wärme ist das, was Besucher vom Gemeindehaus im Gedächtnis behalten. Das Lighthouse entsteht als Neubau direkt daneben. Beide Baukörper sollen als Einheit lesbar sein, und das neue Haus soll trotzdem ein eigenes Gesicht bekommen. Das ist der Grund für alles, was in diesem Guide folgt.

Was übernommen wird

Das Lighthouse wird ebenfalls als Holzständerbau errichtet, mit sichtbarem Holz innen. Und es übernimmt bewusst den Farbraum: Gelb Foyer bleibt der Grundton der Wände, aus derselben Dose. Wer vom Gemeindehaus hinübergeht, wechselt den Raum, nicht das Gebäude.

Was neu dazukommt

Auf diesem Grund entsteht die eigene Identität durch vier Farben, die im Gemeindehaus nicht vorkommen: **Dunkelblau** als untergeordnete Flächenfarbe, eine Wand pro Raum. **Koralle**, **Sonnengelb** und **Frischgrün** als Akzente in Möbeln, Türen, Rahmen und Schildern. Dunkelblau, Koralle und Sonnengelb tragen das Logo; Frischgrün ist die vierte Markenfarbe und bleibt außerhalb des Logos.

Gemeindehaus: Foyer und Auditorium

Gelb Foyer
01.020.02 · RGB 244 227 191 · Wände, ca. 80 %

Holz hell
Träger, Rahmen, Decke, Treppe

Ziegel
Foyerwand

Tresen
dunkle Möbelfronten

↓ Gelb Foyer und Holz werden übernommen, der Tresen wird Dunkelblau

Lighthouse: die neue Identität

Dunkelblau
eine Wand pro Raum · im Logo

Koralle
Möbel, Türen, Rahmen · im Logo

Sonnengelb
Schilder, Textil, Licht · im Logo

Frischgrün
Paneele, Pflanzen, Flächen · nicht im Logo

Gelb Foyer 244 · 227 · 191 → + 60 % Weiß → **Elfenbein** 251 · 244 · 229

Die hellste Logofarbe kommt aus dem Gemeindehaus.

KERNFARBEN

Fünf Farben, klare Rollen

Dunkelblau

#1E3150 · RGB 30 49 80
CMYK 90 70 35 25

Turm, Schrift, dunkle Flächen

Koralle

#DE5F3E · RGB 222 95 62
CMYK 8 75 78 0

Streifen des Turms, Akzente

Sonnengelb

#F0B429 · RGB 240 180 41
CMYK 5 32 90 0

Lichtkegel, Fenster, Linie

Frischgrün

#5CB24F · RGB 92 178 79
CMYK 65 0 85 0

Akzent in Raum und Fläche · nie im Logo

Elfenbein

#FBF4E5 · RGB 251 244 229
CMYK 1 3 10 0

Schrift und Turm auf Dunkelblau · Gelb Foyer + 60 % Weiß

Gewichtung

Dunkelblau trägt die Marke und darf großflächig stehen, etwa so viel wie die drei Akzente zusammen. Sonnengelb, Koralle und Frischgrün sind gleichberechtigte Akzente mit verschiedenen Rollen: Sonnengelb dort, wo etwas leuchtet, nie als Grund für Text; Koralle und Frischgrün in Objekten und Flächen. Weiß oder Elfenbein sind der Grund.

Nacht-Variante

Auf Dunkelblau werden die dunkelblauen Teile nicht reinweiß, sondern **Elfenbein**, und Koralle wird eine Stufe heller: **#EB7458** (RGB 235 116 88). Sonnengelb bleibt gleich. So konkurriert nichts mit dem Licht aus Laterne und Kegeln.

Herleitung und Druck

Dunkelblau ist die neue Farbe, die im Gemeindehaus fehlt. Koralle und Sonnengelb sind die warme Seite des Gemeindehauses, eine Stufe klarer. Frischgrün ist die eine Markenfarbe, die nicht aus dem Logo kommt: Akzent für Räume, Website-Flächen und Kampagnen, nie im Zeichen. Elfenbein ist Gelb Foyer, um 60 % zu Weiß aufgehellt. Die CMYK-Werte sind Richtwerte für den Vierfarbdruck. Für Fassade, Folie und Textil sollten Farbtöne mit der jeweiligen Werkstatt am Muster abgestimmt werden, bevor produziert wird. Verbindliche Sonderfarben (z. B. RAL für die Fassade) werden nach dem ersten Andruck in diesen Guide übernommen.

Raumkonzept: 80 / 10 / 10

Etwa **80 %** der Wandflächen in Gelb Foyer, Holz bleibt roh und sichtbar. Rund **10 %** dunkle Flächen in Dunkelblau: je Raum höchstens eine Wand, die den Raum ausrichtet. Rund **10 %** Akzente in Koralle, Sonnengelb und Frischgrün: Türen, Rahmen, Möbel, Schilder, Textil. Nie ganze Wände in Akzentfarben streichen; sie leben vom Kleinen.

Gelb Foyer · Wände | Holz | Dunkelblau | Koralle · Sonnengelb · Frischgrün

Gelb Foyer und Holz machen Gemeindehaus und Lighthouse zu einer Familie. Dunkelblau kommt im Gemeindehaus nicht vor und ist deshalb das Erkennungszeichen des Lighthouse. Koralle, Sonnengelb und Frischgrün bleiben in Objekten, nie auf ganzen Wänden.

Referenz und Vorschlag

FARBE	REFERENZ	EINSATZ
Gelb Foyer	Bauhaus 01.020.02 · #F4E3BF	Grundton, gleiche Dose wie im Gemeindehaus
Dunkelblau	RAL 5011 (Vorschlag)	eine Wand pro Raum
Koralle	RAL 2010 (Vorschlag)	Türen, Rahmen, Möbel
Sonnengelb	RAL 1028 (Vorschlag)	Möbel, Schilder, Textil
Frischgrün	RAL 6018 (Vorschlag)	Paneele, Möbel, Pflanzen

RAL erst nach einem Quadratmeter Musterfläche neben Holz und Gelb Foyer bei Tageslicht verbindlich.

Raum für Raum

Großer Saal

Bühnen-Rückwand Dunkelblau, dort das Logo in Elfenbein. Übrige Wände Gelb Foyer, Decke und Binder Holz. Sonnengelb in Vorhang oder Sitzkissen.

Bistro · Elterncafé

Gelb Foyer und viel Holz, ruhiger als der Saal. Pflanzen und Sitzbank in Frischgrün, Stühle oder Lampen in Koralle. Kein Dunkelblau außer am Logo.

Gruppenräume Kinder

Gelb Foyer als Grund, dazu alle drei Akzente in Möbeln, Wandpaneelen, Teppichen. Je Raum ein Leitakzent, die beiden anderen klein.

Flur · Treppenhaus

Die Treppenhauswand über alle Geschosse in Dunkelblau: der eine große Auftritt des Lighthouse. Wegeleitung in Sonnengelb auf Dunkelblau.

Jugend · Gaming · Fitness

Eine Wand Dunkelblau, Geräte und Regale Anthrazit, Frischgrün und Sonnengelb als Signale an Geräten, Schildern, Sitzwürfeln. Weniger Holz, mehr Kante.

Erweiterte Palette

Empfehlung, nicht verbindlich. Die vier Kernfarben bleiben die Marke; alles hier ergänzt sie für Flächen, Hintergründe, Text und Dekoration. Die Hinweise „Text: …“ geben an, welche Textfarbe auf der Fläche den Kontrast von 4,5:1 erreicht.

Blau-Abstufungen

Text, Linien, UI-Grau: alles aus dem Dunkelblau abgeleitet

Blau 900
KERNFARBE
#1E3150
Überschriften, Flächen · Text: Weiß

Blau 700
#3A4D6E
Fließtext auf Hell, Hover · Text: Weiß

Blau 500
#5B6B88
Nebentext, Icons · Text: Weiß

Blau 300
#9AA6B8
Platzhalter, inaktiv, Linien auf Dunkel · Text: Dunkelblau

Blau 100
#D8DEE8
Trennlinien, Rahmen, Tabellenzeilen · Text: Dunkelblau

Blau 50
#EEF1F5
Hintergrund für Karten und Abschnitte · Text: Dunkelblau

Warme Neutrale

Papier, Briefpapier, Wände, Stoffe

Elfenbein
KERNFARBE
#FBF4E5
Papier, Nacht-Variante, ruhiger Grund · Text: Dunkelblau

Sand
#E9E3D6
Zweiter Grund, Hintergründe auf Flyern · Text: Dunkelblau

Leinen
#D9D0BF
Kartons, Stoffe, Kraftpapier-Optik · Text: Dunkelblau

Taupe
#A89B88
Holz, Möbel, dezente Linien · Text: Dunkelblau

Weiß
#FFFFFF
Grundfläche Web und Druck · Text: Dunkelblau

Erweiterte Akzente: der Leuchtturm am Meer

für Web, Kampagnen, Kinderbereiche; nie im Logo

Meerblau
#2B7683
Zweite dunkle Fläche, Buttons, Jugendbereich · Text: Weiß

Lagune
#9FD0D6
Wände, große ruhige Flächen · Text: Dunkelblau

Frischgrün
KERNFARBE
#5CB24F
Kernfarbe · Raum, Flächen, Kampagnen · Text: Dunkelblau

Frischgrün hell
#B9DEB3
Flächen auf Website, Kinderbereich, Karten · Text: Dunkelblau

Sonne hell
#F6DFA3
Markierungen, Hinweise, Kinderbereich · Text: Dunkelblau

Koralle hell
#F2BBA8
Weiche Akzente, Einladungen · Text: Dunkelblau

Die drei hellen Akzente sind jeweils der gesättigte Ton mit 57 % Weiß. So trägt die Website eine grüne, gelbe oder korallene Farbwelt als Fläche, ohne dass die Fläche mit dem Logo konkurriert. Auf allen dreien bleibt der Text Dunkelblau. Frischgrün ist als Kernfarbe auf Seite 26 beschrieben; es erscheint wie alle Farben dieser Seite nie im Logo.

UI-Feedback & Flächen

Rückmeldungen auf der Website

Vier Zustände, je eine satte Farbe für Buttons und Icons und eine helle Fläche für Hinweise. Sie liegen bewusst neben der Markenpalette, damit Sonnengelb und Koralle im Logo nicht „Warnung“ oder „Fehler“ bedeuten. Warnung trägt dunkelblauen Text, die anderen weißen; der Balken links macht den Zustand auch ohne Farbsehen erkennbar.

Erfolg #247A58 · #DDF0E7

Gespeichert | Deine Anmeldung ist eingegangen.

Hinweis #2F6FA3 · #DCE8F4

Info | Das Elterncafé öffnet um 9:30 Uhr.

Warnung #D98A1F · #FBECD2

Prüfen | Nur noch 3 Plätze frei.

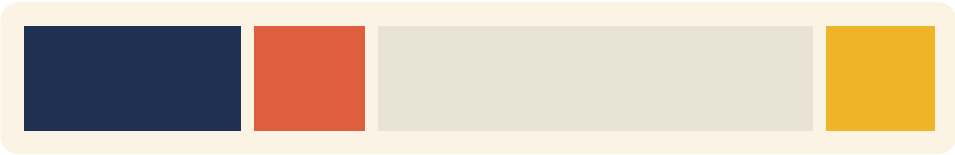
Fehler #C2452B · #F9DDD6

Fehler | Die E-Mail-Adresse fehlt noch.

Flächen, die zusammengehen

Drei Beispiele, wie sich die Palette auf Flächen verteilt. Der Anteil ist wichtiger als die Auswahl: eine Grundfläche, eine dunkle Fläche, ein Akzent, viel Luft.

Website. Weiß als Grund, Dunkelblau für Header und Fußzeile, Blau 50 für Karten, Sonnengelb als einziger Akzent, Meerblau für Buttons.



Briefpapier und Flyer. Elfenbein oder Sand als Papier, Dunkelblau für Text, Koralle und Sonnengelb nur in kleinen Flächen oder Linien.

Räume und Deko. Gelb Foyer (Gemeindehaus) als Wandfarbe, Holz sichtbar, eine Wand Dunkelblau. Koralle, Sonnengelb und Frischgrün nur in Möbeln, Türen, Paneelen.

Nie im Logo. Erweiterte Farben erscheinen weder im Icon noch in der Wortmarke.

Zwei Akzente. Pro Layout höchstens zwei Akzentfarben neben Dunkelblau und dem Grund.

Sonnengelb nie als Text. Sonne hell nur als Fläche hinter dunkelblauem Text.

Kontrast 4,5:1. Die Angaben „Text: …“ auf der vorigen Seite sind geprüft.

Warum ein Leuchtturm

Lighthouse ist zuerst der Name eines Vorhabens und erst dann ein Symbol. Das Bauprojekt und das Kursprogramm, das in den nächsten Jahren darin wächst, sind der Outreach der C3 Church Hanau in die Stadt: ein Haus, das in Hanau und seine Bevölkerung hineinstrahlt und von weitem sichtbar ist. Wie ein Leuchtturm.

Ein Haus, zwei Gesichter

Am Wochenende ist das Lighthouse der Raum des Kinderdienstes, mit Zugang aus dem Gemeindehaus. Unter der Woche ist es ein eigenständiges Community Center mit eigenem Eingang an der Lise-Meitner-Straße und der Gemeinde wortwörtlich im Rücken. Intern wird das Gebäude schnell „das Lighthouse“ heißen. Nach außen muss die Marke allein stehen: eigenständig in Werbung, Presse und Außendarstellung, tragfähig auch für Menschen, die Kirche fernstehen.

Deshalb ein Leuchtturm

Weil Bau, Angebote und Programm unter der Marke Lighthouse firmieren, ist das Zeichen folgerichtig ein Leuchtturm. Er steht so, dass man ihn von weitem sieht, gibt Orientierung, ohne dass jemand ihm nachlaufen muss, und ist für alle da, die vorbeikommen. Das Zeichen zeigt kein Lichtbündel in eine Richtung, sondern zwei Kegel nach links und rechts: Ein Scheinwerfer sucht etwas, ein Rundumlicht ist für alle da. Zugleich wirken die Kegel wie ausgestreckte Arme. Wer möchte, erkennt in Turm und Kegeln auch ein lateinisches Kreuz; es ist bewusst nicht ausgezeichnet und drängt niemandem etwas auf.

Das Zeichen in fünf Sätzen

- **Ausstrahlung.** Outreach der Gemeinde in Stadt und Nachbarschaft, von weitem sichtbar.
- **Orientierung.** Ein Leuchtturm zeigt, wo man sicher ankommt.
- **Offene Arme.** Zwei Kegel nach beiden Seiten: Willkommen, egal woher man kommt.
- **Ein lateinisches Kreuz.** Zweite Lesart für die, die es sehen wollen. Nie explizit gemacht.
- **Ruhig und frech.** Klare Flächen, gleiche Fugen; und doch kippt alles leicht. Erwachsene nehmen es ernst, Kinder erkennen ihren Ort.

Sechs Teile, eine Regel

Das Icon besteht aus sechs Einzelteilen: Dach, Laterne, Turmkörper, Sockel und zwei Lichtkegel. Die Teile berühren sich nie. Zwischen ihnen liegt immer eine Fuge, und diese Fuge ist überall gleich.

#	TEIL	FARBE
1	Dach	Dunkelblau
2	Laterne mit drei Fenstern	Dunkelblau, Fenster Sonnengelb
3	Turmkörper, vier Streifen	Koralle / Dunkelblau im Wechsel
4	Sockel	Dunkelblau
5 · 6	Lichtkegel rechts und links	Sonnengelb

Die Fugenregel

- Alle Fugen sind **gleich breit**: 1,65 % der Symbolhöhe (bei 100 mm Höhe sind das 1,65 mm).
- Jede Fuge ist **in sich parallel**. Die Kanten zweier Nachbarteile laufen im gleichen Winkel.
- Auch der Rahmen um die drei Fenster und die Stege dazwischen haben das Fugenmaß. Die Fenster sind gleich breit.
- In den Duotone- und Mono-Varianten ist die **Linienstärke gleich der Fugenbreite**.
- Die Neigung der Kegel wird **nie begradigt**. Der rechte steigt, der linke fällt, wie ein drehendes Leuchtfeuer.

Weil jedes Teil eine geschlossene Fläche ist, lässt sich das Icon auch physisch bauen: sechs Werkstücke, mit Abstand zur Wand montiert, die Fugen entstehen real.

Lighthouse, in zwei Zeilen

LIGHTHOUSE

Kinder- & Familienzentrum

Aufbau

Zeile 1 „LIGHTHOUSE“ in Poppins Bold, Versalien, auf die Breite der Unterzeile gesperrt (rund 0,25 em Zeichenabstand). Darunter eine Linie in Sonnengelb, dann „Kinder- & Familienzentrum“ in Poppins Medium. Beide Zeilen und die Linie sind **exakt gleich breit**. Dafür wird der Buchstabenabstand angepasst, nie die Schriftbreite.

Maße (bezogen auf die Versalhöhe von Zeile 1)

Zeile 1	Poppins Bold, Versalhöhe = 100 %
Linie	Stärke 8 %, Oberkante 25 % unter der Grundlinie
Zeile 2	Poppins Medium, Schriftgröße 60 % von Zeile 1, Grundlinie 118 % unter der Grundlinie von Zeile 1
Breite	Zeile 1, Linie und Zeile 2 exakt gleich breit

Regeln

- Die Wortmarke wird immer als Ganzes gesetzt: zwei Zeilen und Linie.
- „LIGHTHOUSE“ allein ist nur erlaubt, wenn der Zusatz an anderer Stelle steht, etwa auf einem Button.
- Kein Zusatz „C3“, kein „Hanau“ in der Wortmarke (siehe Seite 24).
- Nicht neu setzen, immer die Datei verwenden.

SCHRIFT

Poppins

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 & ÄÖÜ ß

Poppins ist eine geometrische Grotesk mit runden, offenen Formen. Sie wirkt freundlich, ohne verspielt zu sein, und bleibt auch in kleinen Größen gut lesbar. Sie ist frei verfügbar (Google Fonts, SIL Open Font License) und wird bereits auf c3hanau.de verwendet; lighthouse-hanau.de übernimmt sie.

SCHNITT	EINSATZ	BEISPIEL
Bold 700	Wortmarke Zeile 1, Überschriften, Zahlen	**Raum für Kinder**
SemiBold 600	Zwischenüberschriften, Auszeichnungen, Buttons	**Treffpunkt für Familien**
Medium 500	Wortmarke Zeile 2, Einleitungen, Bildunterschriften	Kinder- & Familienzentrum
Regular 400	Fließtext, Web und Print	Lise-Meitner-Straße 37, Hanau

Satzregeln

- Überschriften in Poppins Bold, gemischte Schreibweise. Versalien nur in der Wortmarke.
- Fließtext Regular, 10–11 pt im Druck, Zeilenabstand 1,5.
- Keine zweite Schrift. Wo Poppins nicht verfügbar ist (z. B. E-Mail), ersetzt Arial oder die Systemschrift.
- Download: fonts.google.com/specimen/Poppins

Horizontal: drei Gewichtungen

Groß

Das Symbol steht auf voller Höhe neben der Schrift. Für Plakate, Banner, Startseite, Präsentationstitel. Das Symbol führt.

Mittel STANDARD

Der Turmkörper ist so hoch wie der Schriftblock. Symbol und Schrift halten sich die Waage. Für Website-Header, Flyer, Briefkopf, Schilder.

Schrifthöhe

Das ganze Symbol ist so hoch wie der Schriftblock. Die Schrift führt. Für Fußzeilen, Formulare, E-Mail-Signaturen, Sponsorenleisten.

In allen drei Stufen bleibt der Abstand zwischen dem rechten Lichtkegel und der Schrift gleich, und das Symbol ist auf die Mitte des Schriftblocks ausgerichtet. Die Stufen werden nicht gemischt: Ein Dokument verwendet eine Gewichtung.

Vertikal: Symbol über Schrift

Groß. Die Kegel spannen die volle Textbreite. Das Symbol dominiert. Für Social-Media-Profile, Plakate, Bühnenhintergrund.

Mittel. Die Kegel spannen zwei Drittel der Textbreite. Für quadratische Formate, Aufkleber, Schilder, Titelseiten.

STANDARD

Klein. Die Kegel spannen ein Drittel der Textbreite. Die Schrift führt. Für Rückseiten, Impressum, Merchandise mit wenig Platz.

Das Symbol ist auf die Mitte zwischen den beiden Kegeln zentriert, nicht auf den Sockel. Der Abstand zwischen Sockel und Schrift wächst mit der Symbolgröße mit.

FARBVARIANTEN

Vom Vollfarblogo bis zur Silhouette

Farbig, hell
Die Hauptversion. Überall, wo vier Farben möglich sind.

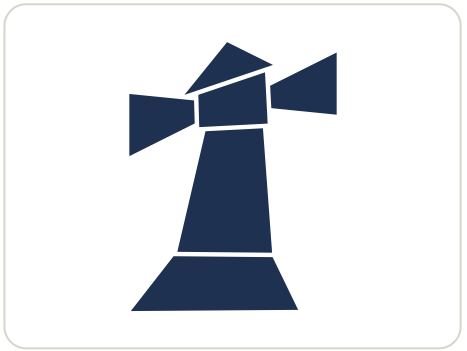
Farbig, dunkel (Nacht)
Auf Dunkelblau: Turm in Elfenbein, Koralle heller, das Licht bleibt Sonnengelb.

Duotone, hell
Zwei Farben: Dunkelblau plus Sonnengelb. Streifen und Fenster als Kontur. Zweifarbdruck, Folienplot.

Duotone, dunkel
Weiß plus Sonnengelb auf Dunkelblau. Für dunkle Textilien mit zwei Garnfarben.

Mono, hell
Eine Farbe. Auch die Kegel nur als Kontur. Stempel, Gravur, Stickerei, Fax, Schwarzweißdruck.

Mono, dunkel
Weiß auf Dunkelblau. Stickerei auf dunklen Shirts, Prägung.

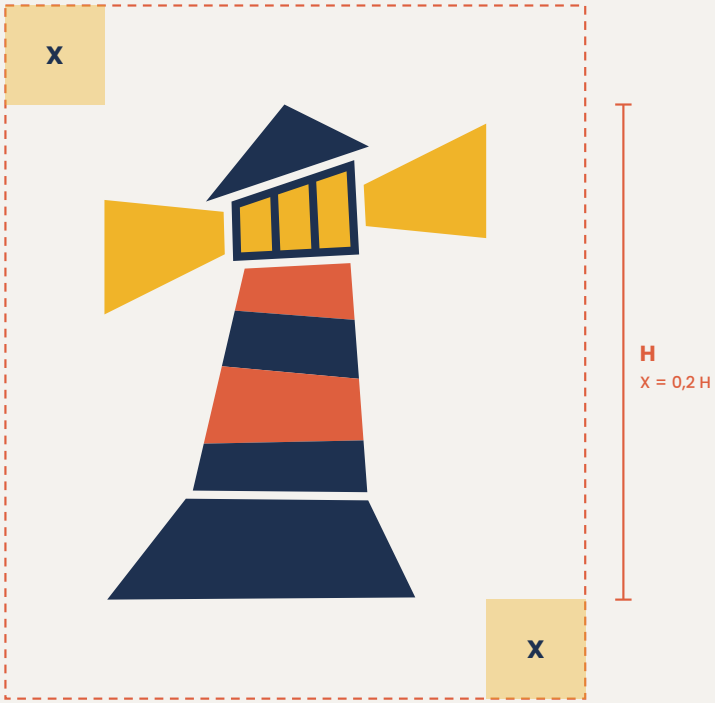


Silhouette, hell
Alle sechs Teile vollflächig in einer Farbe, ohne Streifen und Fenster. Die reduzierteste Form, wenn es allein um Wiedererkennung geht: Favicon, Stempel, sehr kleine Icons.

Silhouette, dunkel
Dasselbe in Weiß auf Dunkelblau. App-Icon, Wasserzeichen, Hintergrundmuster, Lasergravur.

Reihenfolge der Wahl: farbig, wenn möglich. Duotone, wenn nur zwei Farben gehen. Mono, wenn nur eine. Silhouette für sehr kleine Größen oder als bewusste Gestaltung, nie als Ersatz für das farbige Logo, wo Platz ist. Alle Varianten gelten gleichermaßen für Wortmarke und Kombinationen; dort folgt die gelbe Linie derselben Logik.

Schutzraum & Mindestgrößen



Schutzraum

Um jedes Logo bleibt ein freier Raum von mindestens **X = 20 % der Symbolhöhe H**, gemessen von der Dachspitze bis zur Unterkante des Sockels. Bei 100 mm Symbolhöhe sind das 20 mm. In diesem Raum stehen keine Texte, Bilder, Linien oder andere Logos. Bei Kombinationen gilt der Schutzraum um die gesamte Gruppe aus Symbol und Schrift.

Mindestgrößen

VARIANTE	DRUCK	BILDSCHIRM
Farbig und Nacht (Symbolhöhe)	15 mm	60 px
Duotone und Mono (Symbolhöhe)	25 mm	100 px
Silhouette (Symbolhöhe)	6 mm	24 px
Stickerei (Symbolhöhe)	50 mm	–
Horizontale Kombination (Breite)	45 mm	180 px

Unterhalb dieser Größen laufen die Fugen zu und die Fenster verschwinden. Für Favicons und App-Icons unter 60 px wird deshalb die Silhouette verwendet. Unter 24 px (z. B. Favicon 16 px) dürfen die Fugen entfallen; das Symbol wird dann zu einer Fläche.

Dos & Don'ts

So ist es richtig: Originaldatei, Originalfarben, Fugen offen.

Nicht verzerren. Immer proportional skalieren.

Nicht drehen. Das Symbol steht immer senkrecht, auch wenn es selbst schräg ist.

Die Kegel nicht begradigen. Die Neigung gehört zum Zeichen.

Keine anderen Farben. Nur die vier Farben dieses Guides.

Keine Schatten, Verläufe, Umrandungen oder 3D-Effekte.

Nicht auf Sonnengelb oder Koralle setzen. Die Kegel verschwinden.

Nichts hineinsetzen oder anbauen. Das Icon bleibt, wie es ist.

Wenn eine Anwendung mit diesen Regeln nicht funktioniert, ist das ein Fall für eine neue Variante im Guide, nicht für eine Ausnahme vor Ort. Ansprechpartner: info@c3hanau.de.

Die CI am Haus: sechs Varianten

Anwendungsfall Hausbeschilderung an der Straßenfassade. Konzeptvisualisierungen auf Basis der Straßenansicht, keine Ausführungsplanung; Größen und Montage werden vor Ort festgelegt. Für die Fertigung gelten die Vektordateien, nicht die Renderings.

A Direkt auf der Fassade. Vertikale Kombination als Einzelteile auf dem Putz. Wirkt wie ein Teil des Hauses, aber jeder Buchstabe ist ein eigenes Bauteil: unruhig, aufwändig, viele Schlagschatten am Tag.

B Horizontales Schild, weiß. Kompakt und klar als Beschilderung lesbar. Das Symbol bleibt klein, die Unterzeile ist aus der Entfernung kaum zu lesen.

C Dunkelblaue Tafel. Vertikale Kombination in der Nacht-Variante. Stärkster Kontrast, aber die Tafel wird zum eigenen Fassadenelement und schließt das Haus optisch ab.

D Weiße Tafel, vertikal. Das Gegenstück zu C. Ruhig, aber die weiße Platte auf weißem Putz bringt nichts, was die Fassade nicht schon hat.

E Dunkelblaues Schild, horizontal. Horizontale Kombination in der Nacht-Variante. Sachlich, gut lesbar, eher Bürogebäude als Kinderhaus.

F Freigestellter Turm mit Schriftplatte. Das Icon als sechs Einzelteile mit Abstand zur Wand, darunter die Wortmarke auf einer kleinen Trägerplatte. Favorit, siehe nächste Seite.

Favorit: freigestellter Turm, Tag und Nacht

Tag. Sechs Werkstücke aus Aluminium, rund 5 cm vor dem Putz auf verdeckten Abstandhaltern. Die Fugen des Logos entstehen real als Wand zwischen den Teilen; die Teile werfen leichte, kurze Schatten.

Nacht. Nur die beiden Lichtkegel und die Laterne tragen rückseitig warmweiße LED-Bänder (ca. 2700 K), die auf die Wand strahlen. Dach, Turmkörper, Sockel und Schriftplatte bleiben unbeleuchtet. Das Licht kommt dort an, wo es im Zeichen entsteht.

Warum freigestellt

Das Icon ist dafür gebaut: sechs geschlossene Flächen, gleich breite Fugen. Mit Abstand zur Wand wird aus der Grafik ein Objekt, und der weiße Putz übernimmt die Rolle der Fuge. Keine Trägertafel, die das Haus zerschneidet.

Warum eine Schriftplatte

Die Wortmarke steht gedruckt auf einer schmalen weißen Platte mit leicht gerundeten Ecken (Radius ca. 1 cm), ebenfalls wenige Zentimeter vor der Wand. Einzeln montierte Buchstaben wären unruhig, aufwändig zu befestigen und würden am Tag viele kleine Schatten werfen. Die Platte liegt unterhalb des Sockels, nie hinter dem Turm.

Was noch zu klären ist

Größe am Bau (Symbolhöhe vermutlich 1,8 bis 2,2 m), Befestigung im Holzständerbau durch die Dämmebene, Blendschutz der LEDs zur Straße, Lackierung nach RAL-Andruck. Die Montage folgt der Fugenregel: alle Abstände gleich, alle Teile parallel zur Wand.

Was es gibt und wen man fragt

Dateibenennung

Alle Logos liegen als SVG (Vektor, für Druck und Web) und als PNG mit transparentem Hintergrund vor. Der Dateiname nennt Bestandteil, Variante und Gewichtung:

lighthouse_**icon**_hell.svg
lighthouse_**icon**_dunkel.svg
lighthouse_**icon**_duotone-hell.svg · _duotone-dunkel.svg
lighthouse_**icon**_mono-hell.svg · _mono-dunkel.svg
lighthouse_**icon**_silhouette-hell.svg · _silhouette-dunkel.svg
lighthouse_**wortmarke**_hell.svg · _dunkel.svg · _mono-hell.svg · _mono-dunkel.svg
lighthouse_**horizontal**_mittel_hell.svg · _gross_ · _schrifthoehe_
lighthouse_**vertikal**_mittel_hell.svg · _gross_ · _klein_

SVG ist die Masterdatei. PNG nur verwenden, wo kein Vektor möglich ist (z. B. Office, Social Media). Niemals ein PNG nachträglich vergrößern.

Kontakt

Fragen zur Anwendung, neue Varianten, Freigaben:

C3 Church Hanau e.V.

Josef-Bautz-Straße 12a · 63457 Hanau

info@c3hanau.de · +49 6181 507 15 57

Projektleitung Lighthouse: Maga und Andreas Schwarzkopf

Stand

Version 1.0	Oktober 2026	Erstfassung als „C3 Lighthouse“: Icon, Wortmarke, Kombinationen, Farbvarianten, Regeln
Version 1.1	Oktober 2026	Umbenennung auf „Lighthouse“ (Seiten 23 und 24), Wortmarke neu gesperrt, Frischgrün als fünfte Kernfarbe, neue Signage-Renderings, Dateinamen lighthouse_*
Version 1.2	November 2026	Konzeptteile „Das Haus“ und „Betrieb und Programm“: Vision, Geschichte, Werte, Zielgruppen, Identität, Nutzung, Betrieb, Programm, Angebotsideen. Gemeindehaus als Bezeichnung des Nachbargebäudes, Sichtbarkeit der C3 präzisiert
offen		RAL-/Pantone-Werte nach Andruck, Favicon-Satz (16/32 px) aus der Silhouette, Vorlagen für Social Media und Präsentationen