



DAS NEUE RENAULT LOGO: SYMBOL FÜR DIE DYNAMIK DER MARKE

STORY

Renault und der Diamant, das gehört seit beinahe hundert Jahren untrennbar zusammen. Das berühmte Logo mit der geometrischen Form zierte erstmals 1925 die Kühlerhaube eines Modells der Marke. Jetzt führt Renault sukzessive eine neue Evolutionsstufe des Markenemblems ein. Einen seiner ersten Auftritte hatte es bereits auf der Front des Renault 5 Prototype Showcars. Gilles Vidal, Renault Design Director, verrät, warum und wie das neue Logo entstanden ist.

Es ist kaum einem Beobachter entgangen: Als Renault vor einigen Wochen seine „Renaulution“ Strategie bekannt gab, prangte hinter Luca de Meo, dem CEO von Renault, eine neu gestaltete Renault Raute. Seitdem ist dieses neue Symbol immer öfter zu sehen, ganz diskret und ohne jede Begleitmusik. Mittlerweile erschien es in der neuen ZOE Werbekampagne, dann in den sozialen Netzwerken der Marke. Eine Art der Inszenierung in mehreren Akten, die dezent, aber wirkungsvoll ist.

„DIE RAUTE IST EINE DER BEKANNTESTEN FORMEN IN DER WELT ALLGEMEIN UND IN DER WELT DES AUTOMOBILS. ES IST EINE EINFACHE GEOMETRISCHE FORM MIT EINER STARKEN, KRAFTVOLLEN IDENTITÄT.“

Die Herausforderung für Renault bestand darin, erklärt Vidal, „diese Form zu erneuern, indem wir ihr neue, zeitgemäße Werte geben, um die Marke in die Zukunft zu projizieren.“

EIN NEUES LOGO ALS ZEICHEN FÜR EINE NEUE ZEIT

Mit ihren typischen Winkeln, die gut zu den abgeschrägten Renault Motorhauben der 1920er Jahre passten, hatte sich die geometrische Figur der Raute 1925 bei Louis Renault als Markenemblem durchgesetzt. Seitdem hat der französische Automobilhersteller sein Logo nicht weniger als acht Mal erneuert. Zuletzt erhielt das Renault Emblem 1992 ein neues Gewand, 2015 erfolgte eine diskrete Überarbeitung. Jetzt erlebt der berühmte Diamant seine neunte Evolutionsstufe.

Um den Herausforderungen einer modernen internationalen Marke, aber auch der Vielfalt ihrer Ausdrucksmöglichkeiten, insbesondere auf digitaler Ebene, gerecht zu werden, arbeitete Renault seit 2019 an einer neuen Version, erklärt Gilles Vidal. „Der kürzlich enthüllte neue Rhombus symbolisiert die Balance zwischen der Wahrung des

Markenerbes und dem Eintritt in eine neue Ära mit Blick in die Zukunft." Das noch modernere und lebendigere Logo soll den bereits erlangten Bekanntheitsgrad nochmals übertreffen. Das Ziel? „Die aktuellen Veränderungen begleiten" und Renault zu einer offeneren Marke machen, die menschliche Werte schafft.

BIS 2024 AUF ALLEN RENAULT MODELLEN

Die klare Formgebung des neuen Logos hat auch ganz praktische Vorteile in Bezug auf moderne mediale Darstellungsmöglichkeiten. Sie erleichtern seine Animation, zum Beispiel im Bewegtbild, in digitalen Medien, aber auch auf den Info-Monitoren in den Fahrzeugen, beispielsweise bei deren Begrüßungssequenz. Das neue Emblem wird ab nächstem Jahr nach und nach auf allen Renault Modellen zu sehen sein. „Bis 2024 wird die gesamte Renault Palette das neue Emblem tragen", schließt Gilles Vidal.

ÜBER RENAULT

Renault ist die globale Marke der Renault Gruppe, die in 134 Ländern der Welt vertreten ist und über 12.000 Markenhändler vertrieben wird. Als weltweit führende französische Marke strebt Renault seit ihrer Gründung danach, die Nutzung des Automobils neu zu denken und innovative Konzepte zu entwickeln. Dank ihrer großen Vielseitigkeit, ihrer Konnektivität und intuitiven Bedienung erleichtern die Modelle der Marke mit dem sinnlichen, warmen Design, ihren Alltag. Ein auf Innovation ausgerichteter Ansatz, der es unseren Kunden ermöglicht, ihr Leben mit Leidenschaft zu leben.

Die Marke Renault ist seit 1947 in Österreich vertreten und wird durch die Renault Österreich GmbH importiert und vermarktet. Im Jahr 2020 wurden 16.986 neue Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge der Marke Renault in Österreich immatrikuliert. Mit rund 2.560 Neuzulassungen der rein elektrisch angetriebenen Modelle ZOE, Kangoo Z.E. und Master Z.E. ist die Marke Renault zudem Österreichs zweitstärkster Anbieter von Elektrofahrzeugen. Das Renault Händlernetz wird kontinuierlich ausgebaut und zählt mittlerweile rund 171 Partnerbetriebe, die Autos und Dienstleistungen mit höchster Servicequalität anbieten.