

Stadt Heidelberg

Drucksache:
0010/2016/IV

Datum:
22.01.2016

Federführung:
Dezernat I, Referat des Oberbürgermeisters

Beteiligung:

Betreff:

**Weiterentwicklung des städtischen
Corporate Designs**

Informationsvorlage

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Kenntnis genommen:	Handzeichen:
Haupt- und Finanzausschuss	03.02.2016	Ö	() ja () nein () ohne	
Gemeinderat	18.02.2016	Ö	() ja () nein () ohne	

Zusammenfassung der Information:

Der Haupt- und Finanzausschuss und der Gemeinderat nehmen die Informationen zur Weiterentwicklung des städtischen Corporate Designs zur Kenntnis.

Finanzielle Auswirkungen:

Bezeichnung:	Betrag:
Ausgaben / Gesamtkosten:	
keine	
Einnahmen:	
keine	
Finanzierung:	

Zusammenfassung der Begründung:

Stärkung der „Marke Heidelberg“ durch den Aufbau einer gemeinsamen Dachmarke für die Verwaltung und die Heidelberg Marketing GmbH. Dadurch entstehende Synergieeffekte sollen stärker genutzt werden, um Heidelberg im Städtewettbewerb noch besser zu positionieren.

Begründung:

Das vorhandene Corporate Design unterstützt die Bemühungen der Stadt, die Verwaltung auf den Märkten der Bildung, der Forschung, der Wirtschaft und Kultur klar zu positionieren und von anderen Städten positiv abzugrenzen. Ein unverwechselbares und vor allem einheitliches Erscheinungsbild erhöht den Wiedererkennungswert unserer Stadt bei den verschiedenen Zielgruppen, macht die Angebote als Leistungen der Stadt erkennbar und stärkt und schärft damit die "Marke Heidelberg". Das Corporate Design bietet die Möglichkeit, Wesensmerkmale der Stadt Heidelberg in der Außendarstellung systematisch zu transportieren: Heidelberg ist dynamisch, innovativ, lebenswert.

Zur weiteren Stärkung der Marke Heidelberg ist es unabdingbar, auch den Sektor „Kongress und Tourismus“ visuell einzubinden. In diesem Bereich werden jedes Jahr mehrere Millionen Kontakte generiert. Die für diese Bereiche zuständige Heidelberg Marketing GmbH ist bislang jedoch mit einem eigenen Erscheinungsbild aufgetreten; die Zugehörigkeit zur Stadt Heidelberg war dadurch nur bedingt gegeben. Die visuelle Einbindung der Sektoren „Kongress und Tourismus“ wurde bereits im Aufsichtsrat der Heidelberg Marketing GmbH im Jahr 2012 in Auftrag gegeben.

Um die Gesamtheit unserer Stadt in ihrer Wirkung als Marke darzustellen, soll daher eine gemeinsame Dachmarke für die Stadt Heidelberg sowie die Heidelberg Marketing GmbH aufgebaut werden. Ein einheitlicher visueller Auftritt bietet Synergieeffekte, auch finanzieller Natur.

Nächste Schritte

Der erste Schritt besteht in der Einführung einer Dachmarke, als reine Wortmarke, für die Stadt Heidelberg sowie die Heidelberg Marketing GmbH gemeinsam, siehe Anlage. Im Rahmen des Aufbaus dieser Dachmarke soll das bestehende städtische Corporate Design weiterentwickelt werden.

Die weiteren Kernelemente des bestehenden Corporate Designs und der Gestaltungsvorgaben, wie zum Beispiel die Farbwelt, die Bildwelt sowie die definierte Hausschrift (Frutiger LT) bleiben dabei erhalten. Diese Elemente haben sich bewährt und sind in der Wahrnehmung der Zielgruppen bereits fest verankert, wodurch die gemeinsame Anwendung dieser Elemente der Stadt Heidelberg sowie der Heidelberg Marketing GmbH einen wechselseitigen Nutzen erbringt. Auch kann auf das existierende Know-how der Abteilung Markenkommunikation zurückgegriffen werden. Dies ermöglicht langfristig gesehen eine deutliche Kostenersparnis.

Die Umstellung wird sukzessive erfolgen. Altbestände sollen, soweit möglich, komplett aufgebraucht werden. Andere Lösungen sind aus Kosten- und vor allem auch Umweltaspekten nicht vertretbar.

Prüfung der Nachhaltigkeit der Maßnahme in Bezug auf die Ziele des Stadtentwicklungsplanes / der Lokalen Agenda Heidelberg

1. Betroffene Ziele des Stadtentwicklungsplanes

Nummer/n: (Codierung)	+ / - berührt:	Ziel/e:
QU1 / QU3	+	Solide Haushaltswirtschaft

Begründung:

Mit der Vereinheitlichung des städtischen Erscheinungsbildes wurde das Leistungsspektrum der Stadt Heidelberg für die Öffentlichkeit in seiner gesamten Breite besser wahrnehmbar. Gleichzeitig können über digitale Gestaltungsvorlagen Kosten bei der Beauftragung externer Dienstleister reduziert werden.

2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

Keine

gezeichnet
Dr. Eckart Würzner

Anlagen zur Drucksache:

Nummer:	Bezeichnung
01	Beispielhafte Darstellungen der Weiterentwicklung Corporate Design