



## BESCHLUSSÜBERSICHT

**Betreff:**

Vereinheitlichung der Außendarstellung der Stadtverwaltung  
0185/2005

## ÖFFENTLICHE BESCHLUSSVORLAGE

**Amt/Eigenbetrieb:**

19 Zentrale Steuerung

**Beteiligt:**

13 Presseamt

**Betreff:**

Vereinheitlichung der Außendarstellung der Stadtverwaltung

**Beratungsfolge:**

17.03.2005 Haupt- und Finanzausschuss

**Beschlussvorschlag:**

Der Haupt- und Finanzausschuss stimmt dem Verwaltungsvorschlag zur weiteren Umsetzung zu.



#### Vorgeschichte:

In Verwaltung und Politik wurde in den vergangenen Jahren mehrfach kritisiert, dass die aktuelle Wortbildmarke der Stadt Hagen nicht mehr zeitgemäß sei und darüber hinaus der „Wildwuchs“ von zusätzlichen Logos in den Ämtern und Fachbereichen der Verwaltung eine einheitliche Außendarstellung des gesamten Unternehmens „Stadt Hagen“ verhindere. Die Zentrale Steuerung (19) und das Presse- und Informationsamt (13) wurden beauftragt, die Grundlagen für eine Vereinheitlichung zu schaffen.

Auf dieser Grundlage hat die Verwaltung eine Umfrage unter 30 nordrhein-westfälischen Städten bezüglich derer Erfahrungen und Maßnahmen gestartet. Dabei kam heraus, dass 25 Städte eigene Gestaltungsrichtlinien besitzen bzw. gerade vorbereiten, da in nahezu allen Städten mit Hagen vergleichbare Probleme aufgetreten sind.

#### Vorschlag zur weiteren Umsetzung:

Folgende Zielvorstellungen sind mit dem Projekt verbunden:

1. Die gesamte Stadtverwaltung (alle Vorstandsbereiche, Fachämter, Fachbereiche und Eigenbetriebe) erhält eine einheitliche und unverwechselbare Wortbildmarke (Logo).
2. Das aktuelle Logo (Hagener Impuls) soll dabei zeitgemäß modifiziert werden. Die Verwaltung wird diesbezüglich Kontakt mit dem Journalistenzentrum Haus Busch mit dem Ziel aufnehmen, dass von dort eine Modifikation des Logo „Hagener Impuls“ und ein Gestaltungshandbuch entwickelt werden. Haus Busch besitzt einen bundesweit herausragenden Stellenwert hinsichtlich der Ausbildung angehender Journalisten sowohl im Textbereich als auch im Bereich Grafik & Design. Das Journalistenzentrum wäre von der aktuellen Ausbildungsplanung her in der Lage, das Projekt in der Zeit von März bis Juni 2005 zu realisieren.
3. Das Journalistenzentrum Haus Busch entwickelt im Auftrag der Stadt Hagen ein Gestaltungshandbuch mit konkreten Vorschlägen für die zukünftige Außendarstellung. Dieses beinhaltet alle Kommunikationselemente wie z.B. Briefbögen, Visitenkarten, Anzeigen, Broschüren und Plakate. Das Internet soll zunächst nicht berücksichtigt werden, da sich derzeit eine eigene Projektgruppe mit diesem Thema beschäftigt. Folgende Themen sollten berücksichtigt werden:
  - a) Bewertung des aktuellen Erscheinungsbildes
  - b) Erstellen eines Gestaltungskonzepts / einer neuen Corporate-Design-Linie der Stadt Hagen incl. Umsetzungsbeispielen, wenn möglich unter Berücksichtigung folgender Kriterien:
    - Vorschläge zum Logo HAGEN / STADT HAGEN (Modifikation)

- Einsatz HAGEN-Logo in Verbindung mit vorhandenen „Sub-Logos“ diverser städtischer Einrichtungen (z.B. Museen, Ämter etc.)
  - Verwendung von Farben und Typografie
- c) Entwurf eines Gestaltungshandbuchs, das alle wesentlichen Gestaltungsrichtlinien enthält und als Leitfaden für die Kommunikation nach innen und außen dienen soll, unter Berücksichtigung des Anforderungsprofils von 18 (Druckerei und Poststelle). Art und Umfang dieses Kompendiums sind nicht vorgegeben. Es sollten aber die wesentlichen Kommunikationsmedien Broschüren, Flyer, Briefbogen, Anzeigen, Plakate, Visitenkarten und (bei Bedarf) digitale Medien angesprochen werden.
- d) Angabe des geplanten Umsetzungszeitraumes
4. Die Auswahl der umzusetzenden grafischen Idee erfolgt durch die Politik. Die Art und Weise der Entscheidungsfindung (Auswahlkommission, Rat o.ä.) muss noch festgelegt werden.
5. Im neuen Gestaltungshandbuch soll auch eine grafische Möglichkeit für eine einheitliche Platzierung eines Sub-Logos in Verbindung mit der neuen Wortbildmarke entwickelt werden. Hiermit soll Rücksicht auf die starke Identifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihrem jeweiligen Arbeits- und Aufgabenbereichen genommen werden. Außerdem hätte dies den Vorteil, dass nicht alle bestehenden (Sub)Logos ausgetauscht werden müssten.
6. Das neue Corporate Design wird für alle o.g. städtischen Einrichtungen durch eine vom Rat der Stadt zu beschließende Gestaltungsrichtlinie als bindend vorgegeben. Ausnahmen werden nicht zugelassen. Bei der Umstellung der Medien soll zunächst der Bestand aus Kostengründen vollständig verbraucht werden. Das gilt nicht für Fahrzeuge in städtischem Dienst. Diese sollten, sofern noch länger im Einsatz, zeitnah neu beklebt werden. Der Austausch der Beschilderung an städtischen Gebäuden (z.B. Schulen, Kindergärten) kann sukzessive nach Bedarf erfolgen.

Die Verwaltung schlägt folgende Zeitplanung vor:

03/05 Beschlussfassung im HFA

04/05 Abstimmung von Inhalten und Zielen mit dem Journalistenzentrum Haus Busch (Briefing)

06/05 Vorstellung der Entwürfe

06/05 politische Beschlussfassung über das auszuwählende Corporate Design

**KURZFASSUNG****Drucksachennummer:**

0185/2005

**Teil 2 Seite 3****Datum:**

02.03.2005

09/05 Beschlussfassung über die Gestaltungsrichtlinien im Rat

Danach erfolgt zeitnah die Umsetzung der Gestaltungsrichtlinien in der Verwaltung.

**KURZFASSUNG**

**Teil 2 Seite 4**

**Drucksachennummer:**

0185/2005

**Datum:**

02.03.2005

**FINANZIELLE  
AUSWIRKUNGEN**

**Teil 4 Seite 1**

**Drucksachennummer:**

0185/2005

**Datum:**

02.03.2005

Es entstehen keine finanziellen und personellen Auswirkungen.

**VERFÜGUNG /  
UNTERSCHRIFTEN**

**Teil 5 Seite 1**

**Drucksachennummer:**

0185/2005

**Datum:**

02.03.2005

**Veröffentlichung:**

Ja

Nein, gesperrt bis einschließlich \_\_\_\_\_

## **Oberbürgermeister**

## Gesehen:

## Stadtkämmerei

---

## Stadtsyndikus

---

## Beigeordnete/r

**Amt/Eigenbetrieb:**

## **Gegenzeichen:**

19 Zentrale Steuerung  
13 Presseamt

**Beschlussausfertigungen sind zu übersenden an:**

**Amt/Eigenbetrieb:**

Anzahl:

## **Beschlüsse:**