

ÖFFENTLICHE BESCHLUSSVORLAGE

Amt/Eigenbetrieb:

OB/A Amt des Oberbürgermeisters

Beteiligt:

19 Zentrale Steuerung

30 Rechtsamt

Betreff:

Vereinheitlichung der Außendarstellung der Stadt Hagen

Beratungsfolge:

30.11.2006 Haupt- und Finanzausschuss

14.12.2006 Rat der Stadt Hagen

Beschlussfassung:

Rat der Stadt Hagen

Beschlussvorschlag:

1. Der Rat beschließt die Nutzung einer neuen Wortbildmarke für die Stadt Hagen gemäß Anlage 1 (modifiziertes Impuls-Logo mit dem Schriftzug „Stadt Hagen – Der Oberbürgermeister“) und Anlage 2 (modifiziertes Impuls-Logo mit dem Schriftzug „Hagen“) dieser Vorlage.
2. Der Rat beschließt, dass die Wortbildmarke mit dem Schriftzug „Lebendiges Hagen“ (Anlage 3 der Vorlage) in den Arbeitsfeldern „Stadtmarketing“ und „Demografischer Wandel“ zur Anwendung gelangen soll (mit Ausnahme amtlicher Schreiben und Bescheide).
3. Die Verwendung von Sublogos soll auf ein Mindestmaß beschränkt werden.
4. Die Verwaltung wird beauftragt, ihrerseits „Haus Busch – Text + Design“ mit der Entwicklung eines Gestaltungshandbuches zu beauftragen. Dieses wird nach Fertigstellung dem Rat zur Beschlussfassung vorgelegt.
5. Das Gestaltungshandbuch wird dem Rat im März 2007 zur Beschlussfassung vorgelegt.

Am 17.03.2005 hat der HFA einen Grundsatzbeschluss zur Findung eines neuen Logos für die Stadt Hagen gefasst. Die Verwaltung schlägt vor, zukünftig drei aufeinander abgestimmte Logos zur Verfügung zu stellen. Soweit das neue Logo auf städtischen Kopfbögen für amtliche Schreiben, Bescheide (Verwaltungsakte) usw. verwendet werden soll, ist das modifizierte Impuls-Logo mit dem Zusatz „Stadt Hagen – Der Oberbürgermeister“ zu nutzen (vgl. Anlage 1 der Vorlage). Neben diesem offiziellen „Behördenlogo“ soll wie bereits seit Jahren üblich ein auf das Impulszeichen in Kombination mit dem Wort „HAGEN“ beschränktes Logo genutzt werden können (vgl. Anlage 2 der Vorlage). Dieses Logo gelangt insbesondere in der Öffentlichkeitsarbeit der einzelnen Fachämter und –bereiche zur Anwendung, also z.B. für Flyer und Broschüren. Die um den Begriff „LEBENDIGES“ erweiterte Variante (vgl. Anlage 3 der Vorlage) soll wie mit dem Stadtmarketingverein und dem Zukunftsforum abgestimmt für gemeinsame Stadtmarketingaktivitäten sowie für die Umsetzung der im Rahmen des demografischen Wandels umzusetzenden Maßnahmen genutzt werden. Ein dementsprechendes Gestaltungs-Handbuch wird von Haus Busch entwickelt.

BEGRÜNDUNG

Drucksachennummer:

0940/2006

Teil 3 Seite 1

Datum:

10.11.2006

Am 17.03.2005 hat der HFA einen Grundsatzbeschluss zur Findung eines neuen Logos für die Stadt Hagen gefasst (Drucks.-Nr. 0185/2005). Danach sollte Haus Busch verschiedene Entwürfe entwickeln und diese vorstellen.

Die erste Präsentation mit den Beigeordneten und Vertretern der Ratsfraktionen fand am 23.05.2005 statt. Ergebnis der Sitzung war der Auftrag an das Haus Busch, einerseits Entwürfe für eine Modifizierung des bestehenden Logos, andererseits aber auch völlig neue Logos zu erarbeiten. Ferner wurde seinerzeit beschlossen, dass die Auswahl des neuen Logos durch eine Findungskommission – bestehend aus den Vorsitzenden der im Rat der Stadt Hagen vertretenen Fraktionen und dem Verwaltungsvorstand - erfolgen soll.

Das erste Treffen der Findungskommission fand am 14.03.2006 statt. Mehrheitlich wurde dabei die Modifizierung des bestehenden Logos bevorzugt. Die präsentierten Logos sollten noch einmal in einigen Details überarbeitet werden. Nachdem dieses erfolgt war, hat die Verwaltung die überarbeiteten Entwürfe in der Vorstandssitzung des Stadtmarketingvereins Hagen am 16.06.2006 präsentiert. Alle anwesenden Vorstandsmitglieder stimmten dem modifizierten Impulslogo-Entwurf im Grundsatz zu und baten nur noch um die Überprüfung einigen farblichen Varianten. Unabhängig von der Verwaltung hat der Stadtmarketingverein im Juli/August 2006 eine zweite Agentur damit beauftragt, die Wortbildmarke um das Wort „LEBENDIGES“ zu ergänzen. Mit dieser Ergänzung hat der Vorstand des Stadtmarketingvereins dem neuen Logo in seiner Sitzung am 21.09.2006 seine Zustimmung erteilt. Seitdem wird das Logo (vgl. Anlage 3 dieser Vorlage) vom Stadtmarketingverein insbesondere für alle Aktivitäten rund um das Zukunftsforum Hagen genutzt.

Die Verwaltung schlägt vor, anstelle der vom Stadtmarketingverein genutzten Variante für seine behördlichen Aufgaben den in Anlage 1 dieser Vorlage dargestellten Entwurf zu nutzen. Diesem Vorschlag liegen insbesondere rechtliche Aspekte zugrunde. Soweit das neue Logo auf städtischen Kopfbögen für amtliche Schreiben, Bescheide (Verwaltungsakte) usw. verwendet werden soll, ist aus Sicht des Rechtsamtes der Zusatz „Stadt Hagen – Der Oberbürgermeister“ anzuraten. Dies ergibt sich zum einen aufgrund allgemeiner verfahrensrechtlicher Bestimmungen (u.a. §§ 35, 44 Abs. 2 Nr. 1 VwVfG NRW), wonach für den Adressaten unmittelbar aus dem Verwaltungsakt die den Verwaltungsakt erlassende Behörde zweifelsfrei erkennbar sein muss. (Ein schriftlich oder elektronisch erlassener Verwaltungsakt, der „... *die erlassende Behörde nicht erkennen lässt*“, ist nach den vg. Bestimmungen nichtig.) Zum anderen ist der Zusatz deshalb sinnvoll, um einer Verwechslungsgefahr - die Gerichte sprechen zum Teil auch von „Zuordnungsverwirrung“ (vgl. BGH-Urteil zum Düsseldorfer Stadtwappen, vom 28.03.2002, Az.: I ZR 235/99), - vorzubeugen, weil es in Deutschland außer der kreisfreien Stadt Hagen in Westfalen noch eine ganze Reihe anderer Orte, Ortschaften und Ansiedlungen mit dem Namen „Hagen“ gibt, so dass der genannte Zusatz als bestmögliche Kennzeichnung des Absenders bzw. der erlassenden Behörde für den Empfänger (Adressaten) anzusehen ist.

Dahingegen besteht keine zwingende Notwendigkeit, den Zusatz „Stadt Hagen – Der Oberbürgermeister“ direkt in das Logo zu integrieren. Es würde ausreichen, wenn dieser Zusatz an anderer Stelle des jeweiligen Schreibens deutlich und unübersehbar enthalten ist. Um hier aber einer Verwirrung durch die Platzierung eines Logos, eines Zusatzes „Stadt Hagen – Der Oberbürgermeister“ sowie einer etwaigen Hinzufügung eines Sublogos

vorzubeugen, empfiehlt die Verwaltung, den Zusatz „Stadt Hagen – Der Oberbürgermeister“ wie bisher auch direkt in das Logo zu integrieren.

Das neue Logo soll dazu beitragen, die Nutzung der derzeit innerhalb der Verwaltung zusätzlich existierenden Logos auf ein Mindestmaß zu beschränken. Im Schriftverkehr ist daher zukünftig das einheitliche Logo in allen Verwaltungsbereichen zu verwenden. Die weitere Nutzung von Sublogos sollte daher nur im absolut begründeten Ausnahmefällen durch Entscheidung des Verwaltungsvorstandes möglich sein. Dabei ist die Anwendung im Werbebereich – also etwa bei der Entwicklung von Broschüren, bei Anzeigen- und bei Plakatwerbung – gesondert zu betrachten. Details hierzu werden im noch zu erstellenden Gestaltungshandbuch festgelegt.

Gerade hinsichtlich der finanziellen Machbarkeit ist noch die Frage zu klären, inwieweit die städtischen Eigenbetriebe und Tochtergesellschaften bezogen auf ihr Corporate Design in die neue vereinheitlichte Außendarstellung der Verwaltung integriert werden. Auch hierzu soll das Gestaltungshandbuch eine eindeutige Aussage formulieren.

Im März 2005 hatte der HFA, wie bereits erwähnt, beschlossen, dem Journalistenzentrum Haus Busch den Auftrag zur Entwicklung verschiedener Logovarianten sowie zur Erstellung eines Gestaltungshandbuches zu erteilen. Der erste Teil des Auftrages wurde erfüllt, so dass Haus Busch nun beauftragt werden soll, auch den zweiten Auftrag zu erledigen. Die dafür entstehenden Kosten belaufen sich auf 5.000 EURO (Nettopreis). Im Gestaltungshandbuch soll das neue Corporate Design auf folgende Bereiche angewendet werden:

A) Stilelemente

- Typografien
- Farben
- Schriftformate
- Zeichenformate
- Grunddesign

B) Kommunikationsmedien

- Briefbögen
- Vordrucke (Fax-Antworten, interne und externe Formulare)
- Briefkuverts
- Flyer
- Broschüren
- Anzeigen
- Visitenkarten
- Pressemappen
- Give aways (Werbeartikel)

Grundsätzlich stehen der Verwaltung zukünftig drei aufeinander abgestimmte Logos zur Verfügung. Neben dem offiziellen „Behördenlogo“ soll wie bereits seit Jahren üblich ein auf das Impulszeichen in Kombination mit dem Wort „HAGEN“ beschränktes Logo genutzt werden können (vgl. Anlage 2 der Vorlage). Dieses Logo gelangt insbesondere in der Öffentlichkeitsarbeit der einzelnen Fachämter und –bereiche zur Anwendung, also z.B. für Flyer und Broschüren. Die um den Begriff „LEBENDIGES“ erweiterte Variante soll wie mit

BEGRÜNDUNG

Teil 3 Seite 3

Drucksachennummer:

0940/2006

Datum:

10.11.2006

dem Stadtmarketingverein und dem Zukunftsforum abgestimmt für gemeinsame Stadtmarketingaktivitäten sowie für die Umsetzung der im Rahmen des demografischen Wandels umzusetzenden Maßnahmen genutzt werden.

FINANZIELLE AUSWIRKUNGEN

Teil 4 Seite 1

Drucksachennummer:

0940/2006

Datum:

10.11.2006

☐ Es entstehen keine finanziellen und personellen Auswirkungen.

Hinweis: Diese und alle weiteren Zeilen in diesem Fall bitte löschen!

1. Rechtscharakter

- ☐ Auftragsangelegenheit
- ☐ Pflichtaufgabe zur Erfüllung nach Weisung
- ☐ Pflichtaufgabe der Selbstverwaltung
- ☐ Freiwillige Selbstverwaltungsaufgabe
- ☐ Vertragliche Bindung
- ☐ Fiskalische Bindung
- ☒ Beschluss RAT, HFA, BV, Ausschuss, sonstige
- ☐ Dienstvereinbarung mit dem GPR
- ☐ Ohne Bindung

Erläuterungen:

2. Allgemeine Angaben

- ☒ Bereits laufende Maßnahme
 - ☒ des Verwaltungshaushaltes
 - ☐ des Vermögenshaushaltes
 - ☐ eines Wirtschaftsplanes

- ☐ Neue Maßnahme
 - ☐ des Verwaltungshaushaltes
 - ☐ des Vermögenshaushaltes
 - ☐ eines Wirtschaftsplanes

- ☒ Ausgaben

☐ Es entstehen weder einmalige Ausgaben noch Ausgaben in den Folgejahren

☒ Es entstehen Ausgaben

☒ einmalige Ausgabe(n) im Haushaltsjahr 2007

☐ jährlich wiederkehrende Ausgaben

☐ periodisch wiederkehrende Ausgaben in den Jahren _____

FINANZIELLE AUSWIRKUNGEN

Teil 4 Seite 2

Drucksachennummer:
0940/2006

Datum:
10.11.2006

3. Mittelbedarf

<input type="checkbox"/>	Einnahmen		EUR
<input checked="" type="checkbox"/>	Sachkosten	5.950,00	EUR
<input type="checkbox"/>	Personalkosten		EUR

Die Gesamteinnahmen und Gesamtausgaben verteilen sich auf folgende Haushaltsstellen:

HH-Stelle/Position	Lfd. HH-Jahr	Folgejahr 1	Folgejahr 2	Folgejahr 3	Folgejahr 4
Einnahmen:					
Ausgaben:					
7900 664 00002		5.950,00 €			
Eigenanteil:		5.950,00 €			

FINANZIELLE AUSWIRKUNGEN

Teil 4 Seite 3

Drucksachennummer:
0940/2006

Datum:
10.11.2006

4. Finanzierung

☐ Verwaltungshaushalt

☐ Einsparung(en) bei der/den Haushaltsstelle(n)

HH-Stelle/Position	Lfd. HH-Jahr	Folgejahr 1	Folgejahr 2	Folgejahr 3	Folgejahr 4
Gesamtbetrag					

☐ Mehreinnahme(n) bei der/den Haushaltsstelle(n)

HH-Stelle/Position	Lfd. HH-Jahr	Folgejahr 1	Folgejahr 2	Folgejahr 3	Folgejahr 4
Gesamtbetrag					

☐ Kein konkreter Finanzierungsvorschlag

Wird durch 20 ausgefüllt

☐ Die Finanzierung der Maßnahme wird den im Haushaltssicherungskonzept festgesetzten

☐ Haushaltsausgleich langfristig nicht gefährden

☐ Die Finanzierung der Maßnahme wird den Fehlbedarf im Verwaltungshaushalt in den nächsten Jahren um folgende Beträge erhöhen und damit das Zieljahr für den Haushaltsausgleich gefährden:

Lfd. HH-Jahr	Folgejahr 1	Folgejahr 2	Folgejahr 3	Folgejahr 4

FINANZIELLE AUSWIRKUNGEN

Teil 4 Seite 4

Drucksachennummer:
0940/2006

Datum:
10.11.2006

☐ Vermögenshaushalt

☐ Einsparung(en) bei der/den Haushaltsstelle(n)

HH-Stelle/Position	Lfd. HH-Jahr	Folgejahr 1	Folgejahr 2	Folgejahr 3	Folgejahr 4
Gesamtbetrag					

☐ Mehreinnahme(n) bei der/den Haushaltsstelle(n)

HH-Stelle/Position	Lfd. HH-Jahr	Folgejahr 1	Folgejahr 2	Folgejahr 3	Folgejahr 4
Gesamtbetrag					

☐ Kreditaufnahme

Wird durch 20 ausgefüllt

☐ Die Maßnahme kann im Rahmen der mit der Bezirksregierung abgestimmten Kreditlinie zusätzlich finanziert werden

☐ Die Maßnahme kann nur finanziert werden, wenn andere im Haushaltsplan/Investitionsprogramm vorgesehene und vom Rat beschlossene Maßnahmen verschoben bzw. gestrichen werden.

FINANZIELLE AUSWIRKUNGEN

Teil 4 Seite 5

Drucksachennummer:
0940/2006

Datum:
10.11.2006

☐ Folgekosten bei Durchführung der Maßnahme im Vermögenshaushalt

☐ Es entstehen keine Folgekosten

☐ Es entstehen Folgekosten ab dem Jahre _____

☐ Sachkosten ☐ einmalig in Höhe von EUR _____

☐ Jährlich in Höhe von EUR _____

☐ bis zum Jahre _____

☐ Personalkosten ☐ einmalig in Höhe von EUR _____

☐ Jährlich in Höhe von EUR _____

☐ bis zum Jahre _____

☐ Erwartete Zuschüsse bzw. Einnahmen zu den Folgekosten EUR _____

☐ Folgekosten sind nicht eingeplant

☐ Folgekosten sind bei der/den Haushaltsstelle(n) wie folgt eingeplant:

HH-Stelle/Position	Lfd. HH-Jahr	Folgejahr 1	Folgejahr 2	Folgejahr 3	Folgejahr 4
Einnahmen:					
Ausgaben:					
Eigenanteil:					

FINANZIELLE AUSWIRKUNGEN

Teil 4 Seite 6

Drucksachennummer:
0940/2006

Datum:
10.11.2006

5. Personelle Auswirkungen

☐ Es sind folgende personalkostensteigernde Maßnahmen erforderlich:

5.1 Zusätzliche Planstellen

Anzahl	BVL-Gruppe	unbefristet/befristet ab/bis	Besetzung intern/extern	Kosten EUR *

5.2 Stellenausweitungen

Stellenplan-Nr.	BVL-Gruppe	Kosten EUR *

5.3 Hebungen

Stellenplan-Nr.	BVL-Gruppe bisher	BVL-Gruppe neu	Kosten EUR *

5.4 Aufhebung kw-Vermerke

Stellenplan-Nr.	BVL-Gruppe	Kosten EUR *

5.5 Stundenausweitung in Teilzeitstellen

Stellenplan-Nr.	BVL-Gruppe	Kosten EUR *

5.6 Überstunden bei Ausgleich durch Freizeit mit entsprechendem Zeitzuschlag

Anzahl	BVL-Gruppe	Kosten EUR *

5.7 Überstunden bei Ausgleich durch vollständige Vergütung

Anzahl	BVL-Gruppe	Kosten EUR *

5.8 Überplanmäßige Einsätze

BVL-Gruppe	Zeitdauer	Umfang in Wochenstunden	Kosten EUR *

Summe Kosten 5.1 bis 5.8	
--------------------------	--

FINANZIELLE AUSWIRKUNGEN

Teil 4 Seite 7

Drucksachennummer:
0940/2006

Datum:
10.11.2006

☐ Es sind folgende personalkostensenkende Maßnahmen möglich:

5.9 Stellenfortfälle

Stellenplan-Nr.	BVL-Gruppe	Kosten EUR *

5.10 Abwertungen

Stellenplan-Nr.	BVL-Gruppe bisher	BVL-Gruppe neu	Kosten EUR *

5.11 kw-Vermerke neu

Stellenplan-Nr.	BVL-Gruppe	Kosten EUR *

5.12 ku-Vermerke neu

Stellenplan-Nr.	BVL-Gruppe	Kosten EUR *

5.13 Stundenkürzung in Teilzeitstellen

Stellenplan-Nr.	BVL-Gruppe	Kosten EUR *

Summe Kosten 5.9 bis 5.13	
---------------------------	--

* = Kostenermittlung auf der Basis der Durchschnitts-Personalkosten des jeweiligen Jahres (von 18/02) bzw. bei Überstunden auf der Grundlage der jeweiligen Überstundenvergütungen.

Veröffentlichung:

Ja
Nein, gesperrt bis einschließlich _____

Oberbürgermeister

Gesehen:

Stadtkämmerer

Stadtsyndikus

Beigeordnete/r

Amt/Eigenbetrieb:

OB/A Amt des Oberbürgermeisters
19 Zentrale Steuerung
30 Rechtsamt

Gegenzeichen:

Beschlussausfertigungen sind zu übersenden an:

Amt/Eigenbetrieb:

Anzahl:

