



<b>AMT:</b>	
<b>Sachgebiet:</b>	Stab
<b>Vorlagen.Nr.:</b>	2019/283
<b>Datum:</b>	28.11.2019

Sitzungsvorlage an den

Stadtrat	05.12.2019	öffentlich	zur Entscheidung
----------	------------	------------	------------------

Kitzingen, 28.11.2019  ..... Amtsleitung	Mitzeichnungen:	Kitzingen, 28.11.2019  ..... Oberbürgermeister
---	-----------------	---

Bearbeiter:	Claudia Biebl	Zimmer: 2.2
E-Mail:	claudia.biebl@stadt-kitzingen.de	Telefon: 09321/20-1050

Stabsstelle des Oberbürgermeisters

hier: Information zum Aufgabenzuschnitt bzw. Stellenprofil mit Beschlussfassung zum weiteren Vorgehen hinsichtlich des Markenbildungsprozesses sowie des Corporate Design (CD) und Corporate Identity (CI)

**Beschlussentwurf:**

Vom Sachvortrag 2019/283 sowie der Präsentation „ein Jahr Stabsstelle“ wird Kenntnis genommen.

**A. Erscheinungsbild und Logo**

1. Es besteht Einverständnis mit der schrittweisen Überleitung vom bisherigen Logo/CD zum neuen **Erscheinungsbild** – vergl. der Auszug aus dem Markenhandbuch (Anlage 3 der Sitzungsvorlage).
2. Bei der Umsetzung des **Logo** ist für den gesamten Verwaltungsbereich der Falterturm als Icon zu verwenden. Die Außenstellen/Kulturelle Einrichtungen (z. B. Musikschule) können die für sie angedachten Icons verwenden. Nicht städtische Akteure, die deutlich zur positiven Darstellung der Stadt beitragen, z. B. STMV, Roxy, Fastnachtsmuseum, dürfen mit eigenen Icon das Erscheinungsbild übernehmen.
3. Die Verwaltung wird beauftragt, ein abschließendes Benutzungshandbuch mit Darstellung aller verwendbaren Icons vorzulegen.
4. Die Verwaltung wird beauftragt, bis zu den Haushaltsberatungen zu ermitteln, mit welchen Kosten bei der Umsetzung des neuen Erscheinungsbild (Austausch Korrespondenz usw.) zu rechnen ist.

**B. Marke**

1. Es besteht Einverständnis mit der Markenpositionierung

„Kitzingen, die grüne Stadt im Fluss“

**alternativ**

„Kitzingen, die bunte, lebenswerte Stadt am Fluss mit grüner Kraft“.

### **C. Haushaltsmittel**

Mit dem als Anlage 4 (wird bis 03.12.2019 nachgereicht) dargestellten Haushaltsrahmen besteht Einverständnis.

## **Sachvortrag:**

Als Anlage 1 erhalten Sie eine Präsentation angehängt mit einem Sachstandsbericht „ein Jahr Stabsstelle“, aus dem die bisherigen Tätigkeiten und Schwerpunkte ersichtlich werden.

Als Anlage 2 ist die Vorlage 2018/251 samt seinerzeitige Anlagen und Auszug beigefügt, welche im Stadtrat am 16.10.2018 behandelt wurde.

Diese wurde damals in die Fraktionen verwiesen und dort im 1. Quartal 2019 ohne abschließende Empfehlung diskutiert.

Eine für den 09.04.2019 angedachte Diskussion im Stadtrat wurde auch aufgrund der Abwesenheit des Hauptamtsleiters erneut vertagt.

Somit konnte die Frage nach dem Erscheinungsbild, die Frage nach dem weiteren Vorgehen zur Marke und insbesondere die finanzielle Ausstattung der Stabsstelle erneut nicht festgelegt werden.

Die für die Arbeiten im Jahr 2019 benötigten Finanzmittel wurden im Rahmen der flexiblen Haushaltsführung außerplanmäßig bereitgestellt bzw. über bestehenden Haushaltsstellen abgewickelt (u. a. Öffentlichkeitsarbeit).

In der Präsentation in Anlage 1 ist im weiteren Verlauf die Wichtigkeit des Markenentwicklungsprozesses und die weiteren Schritte – auch im Hinblick eines neuen einheitlichen Erscheinungsbildes – dargestellt.

Die Fragen auf der vorletzten Seite der Präsentation sollen (teilweise) mit der vorliegenden Beschlussfassung beantwortet werden und dienen als Grundlage für ein weiteres Vorgehen.

Die einzelnen Beschlüsse sind in drei Bereiche aufgeteilt:

### **A. Erscheinungsbild und Logo**

Beim Erscheinungsbild war ausweislich des Sitzungsauszeuges vom 16.10.2018 der wesentliche Diskussionspunkt das Logo, welches lt. Vorschlag im Markenhandbuch für unterschiedliche städtische Belange und Bereiche mit unterschiedlichen Icons verwendet werden kann. Darüber hinaus können weitere nicht städtische Akteure, die deutlich zur positiven Darstellung von Kitzingen beitragen z. B. STMV, Roxy oder Fastnachtmuseum, auch mit eigenen Icons das Erscheinungsbild übernehmen.

In der Diskussion wurde insbesondere das kritisiert und auf ein einheitliches Logo für die Stadt verwiesen.

Die Verwaltung ist der Auffassung, dass ein modernes und geradliniges Erscheinungsbild erforderlich ist. Hinsichtlich der Verwendung des Logo schlagen wir nun eine einheitliche Verwendung des Falterturms vor. Außenstellen und Kultureinrichtungen (z. B. Musikschule) können ihr eigenes Icon verwenden. Außerdem sollen die externen Akteure das Erscheinungsbild mit eigenem Icon übernehmen können.

Auf die Anlage 3 mit den wesentlichen Gestaltungselementen wird verwiesen – dies ist die alte Formatvorlage, weshalb sich dort das städtische Logo noch mit der Brücke befindet. Auf der letzten Seite der Anlage drei sind die dann vorgeschlagenen Logo abgebildet.

Bei einer Umstellung z. B. der städtischen Korrespondenz würden zunächst die Alt-Bestände aufgebraucht werden. Eine Umsetzung dessen soll sukzessive erfolgen. Deshalb ist es noch nicht möglich, mit welchen Kosten in den einzelnen Bereichen tatsächlich zu rechnen ist. Beim Feststehen der Änderung des Erscheinungsbildes würde die Verwaltung bis zu den Haushaltsberatungen eine Priorisierung mit Kostenaufwand vorlegen, damit die entsprechenden Kosten eingestellt werden könnten.

## **B. Marke**

Das ursprüngliche Markenmanual von Prof. Vossen aus dem Jahr 2014 enthielt folgende Positionierungsempfehlungen:

- Die Grüne Stadt am Fluss
- Das gute Leben.

Im Rahmen der Erstellung des Ideen-Handbuch „Treibhaus der Ideen“ durch die drei Kitzinger Agenturen wurde eine tiefere Betrachtung vorgenommen und im Ergebnis festgestellt, dass

- Kitzingen, die bunte Stadt am Fluss mit grüner Kraft

ist.

Um die Diskussionen zur Benennung des Markenkerns abzuschließen sollte einer der vorgeschlagenen Texte beschlossen werden. Die Verwaltung schlägt vor „Kitzingen, die grüne Stadt im Fluss“.

Kitzingen kanns - als einer der wesentlichen Bestandteile des Treibhaus der Ideen wird zukünftig in die neue Internetseite integriert und vermittelt den emotionalen Part der Stadt.

## **C. Budget**

Die sich aktuell abzeichnenden Kostenrahmen muss noch mit der Hauptverwaltung endgültig abgestimmt werden und werden bis 03.12.2019 als Anlage 4 nachgereicht.

### **Anlagen:**

Anlage 1 Präsentation - ein Jahr Stabsstelle; Aufgaben der Stabsstelle und Impulse zum Markenbildungsprozess

Anlage 2 Sitzungsvorlage 2018/251 samt Anlagen und Auszug vom 16.10.18

Anlage 3 - Kernelemente CD