



## I N F O R M A T I O N S V O R L A G E

### Information über die Anpassung des Corporate designs (Gestaltungshandbuch) für die Stadt Zittau

Beratungsfolge	Termin	Behandlung	Abstimmung			
			anwesend	ja	nein	enthalten
Beirat Kultur und Tourismus	21.09.2020	Information				
Stadtrat der Großen Kreisstadt Zittau	24.09.2020	Information				

<b>Gesetzliche Grundlage:</b>	/
<b>Bereits gefasste Beschlüsse</b>	/
<b>Aufzuhebende Beschlüsse</b>	/

#### Finanzielle Auswirkungen / Deckungsnachweis:

Finanzierung:

2020: 6.000,- abgebildet im Produkt 57100 Wirtschaftsförderung / Stadtmarketing (HH-Freigabe erteilt)

2021: 5.000,- abgebildet im Deckungskreis 57100 Wirtschaftsförderung / Stadtmarketing

gezeichnet  
Zenker  
Oberbürgermeister

## **Sachverhalt:**

Am 25.04.2013 hat die Stadtverwaltung ein allgemein gültiges Handbuch zu einem neuen Erscheinungsbild für alle analogen und digitalen Veröffentlichungen und Gestaltungselemente eingeführt.

In den folgenden Jahren ist das neu eingeführte Markenzeichen beim Deutschen Patent- und Markenamt geschützt sowie das neue Corporate Design (CD) konsequent eingesetzt worden. Heute kann die Marke als etabliert bezeichnet werden, d.h. das Markenzeichen wird von einer breiten Öffentlichkeit als offizielles Zeichen erkannt und akzeptiert.

Nach nunmehr 7 Jahren der Arbeit mit dem CD werden durch veränderte Einsatzanforderungen Anpassungen notwendig, weshalb eine behutsame Weiterentwicklung zum aktuellen Zeitpunkt angebracht ist.

## **Veränderte Anforderungen:**

In den vergangenen Jahren wurden insbesondere aus den Bereichen Kultur, Kinder, Jugend, Schulen und Sport und aus der Wirtschaftsförderung wachsende Unzulänglichkeiten des Gestaltungshandbuches bzw. eine fehlende Flexibilität beim Einsatz deutlich.

Besonders für den Einsatz in digitalen Medien stellen sich die bisher eingesetzten Farbverläufe und starren Gestaltungsraster als problematisch dar. Zudem haben sich die Sehgewohnheiten der Nutzerinnen und Nutzer mit der zunehmenden Digitalisierung verändert, so dass von einer dreidimensionalen grafischen Darstellung von Markenzeichen und Drucksachen mehr und mehr auf eine zweidimensionale, in Fachkreisen „flache“ Darstellung, gesetzt wird. Dem soll mit der Überarbeitung des CDs ebenfalls Rechnung getragen werden.

Die 2013 bewusst als Diskussionsanstoß eingesetzte Unterzeile, der so genannte Claim, der Marke Zittau „DIE REICHE“ hat ihren Zweck bei der Einführung durchaus erfüllt, konnte sich aber im Gegensatz zum grafischen Zittau-Z nie wirklich durchsetzen und blieb dauerhaft erklärungsbedürftig. Da der Trend aktuell im Stadt- und auch im Produktmarketing dahin geht, auf Claims generell zu verzichten, soll die Unterzeile „DIE REICHE“ nach der Überarbeitung im Markenzeichen nicht mehr zum Einsatz kommen.

Das aktuelle Gestaltungshandbuch ist für bestimmte Zielgruppen aktuell nur ungenügend geeignet. So ließen die Vorgaben kaum Anpassungen an eine jugendliche bzw. kindliche Zielgruppe zu. Ähnlich deutlich wurde die Starrheit der Designvorgaben bei der Erstellung von speziellen Veranstaltungsmaterialien bzw. wirtschaftsorientierten Informationsmaterialien.

Die veränderten Anforderungen aus den Fachbereichen lauteten wie folgt:

### Aus Sicht Kultur

- Für Plakate und Flyer sind häufig 2 Bildmotive gewünscht, oft auch um einen Kompromiss zwischen Förderung und Publikumswirksamkeit zu erzielen (Bsp. Hammerschmidt-Ehrung)
- Flexibilität gewünscht v.a. in der Gestaltung von Flyern bspw. für das Absetzen von Kinderangeboten
- Immer gleiche Farbwelt für thematisch unterschiedliche Veranstaltungen (quirliges Stadtfest für die ganze Familie und Veranstaltungen der Hochkultur wie Hammerschmidt-Ehrung für „Kulturprofis“)

### Aus Sicht Kinder & Jugend

- Sehr starres Raster für Flyer und Plakate / Farbwelt sind nicht gut geeignet für Zielgruppe

### Aus Sicht Wirtschaftsförderung

- Für Plakate war Suche nach 1 Hauptmotiv sehr herausfordernd, um die Botschaft der Veranstaltung vermitteln zu können
- Mehr Flexibilität gewünscht, mehr Klarheit in der Farb- und Formensprache gewünscht
- Viele Veranstaltungen werden mit Partnern gemeinsam organisiert, CD muss „kompromissfähig“ sein

## **Vorgehen:**

Die Anpassung des Gestaltungshandbuches an die veränderten Anforderungen sollte ursprünglich in die Budgetplanung des Amtes WTÖ für 2021 bzw. 2022 aufgenommen werden. Die in 2020 veränderten Mittelbedarfe im Bereich Stadtmarketing insbesondere durch coronabedingtes, ersatzlos entfallenes Veranstaltungsmarketing, eröffneten die Möglichkeit, die CD-Weiterentwicklung vorzuziehen.

Im Mai 2020 erfolgte eine entsprechende Ausschreibung der Agenturleistung als freihändige Vergabe mit den folgenden Anforderungs-Eckdaten:

## Kurzbriefing Redesign CD Zittau

Die Aufgabe besteht in einer vorsichtigen Weiterentwicklung des 2013 eingeführten Corporate Design der Stadt Zittau. „Vorsichtig“ bedeutet in diesem Zusammenhang, dass das neu entstehende CD zumindest eine Zeit lang auch parallel zum bisherigen, etablierten CD eingesetzt werden kann. Hintergrund dafür ist, dass nicht alle Elemente des CD sofort in Erscheinung treten werden und in Teilen auch auf Dauer weiter eingesetzt werden sollen.

Bsp.: Eine 2015 entstandene Broschüre muss bis zur Neuauflage auch neben einem 2020 im neuen Design entstandenen Heft „funktionieren“.

[...]

- Modul 1: Gestaltungselemente

Designelemente / Farben:

Im Redesign entfallen können: der Farbverlauf gelb□rot, die geschwungenen Trennelemente in Tourismus- und Veranstaltungsmaterialien.

Die im Handbuch bezeichneten Primärfarben sollen im Redesign Verwendung finden. Eine Erweiterung des Primärfarb-Spektrums ist möglich.

Logodesign:

Die Grundform der eingetragenen Marke aus geschwungenem Grafikelement über dem Schriftzug „Zittau“ bleibt erhalten. Ein ergänzender Claim ist, wie die Erfahrung der Jahre seit Einführung des 2013er CD zeigt, nicht notwendig.

Typografie:

Die Hausschrift Fedra und die Ersatzschrift Verdana sollten erhalten bleiben.

Geschäftsausstattung:

Das Design der Geschäftsausstattung soll grundsätzlich erhalten bleiben.

- Modul 2: Plakatraster / Titelmotive

Titelmotive auf Plakaten, Anzeigen und Broschüren sollen das Redesign klar zeigen. Es bleibt bei der Grund-Herausforderung, sowohl nüchtern kühle Verwaltungsveröffentlichungen mit dem Design ansprechend zu gestalten, als auch starke imagebildende und touristisch wirksame Publikationen. Ein speziell auf Kinder und Jugendliche ausgerichtete Design gibt es bisher noch gar nicht. Dies ist jedoch notwendig.

- Modul 3: Broschürenraster / Flyer-Raster

Insbesondere für Veranstaltungsflyer hat sich das bisherige CD als zu unflexibel dargestellt. Es bedarf auch hier Varianten für Verwaltung, Image, Tourismus, Jugend.

- Modul 4: Social Media-Portale

Bisher gibt es keinerlei Vorgabe, wie die Social Media Kanäle gestaltet sein sollen, welche Logos verwendet werden, welche Profilbilder eingesetzt werden. Hier besteht Handlungsbedarf.

Um eine Angebotsabgabe gebeten wurden drei Agenturen, den Zuschlag für Auftrag erhielt die Agentur zh2 aus Zittau. Der Auftrag für die Umsetzung der Module 1 und 2 i.H. von 6.000 Euro (brutto) wurde bereits erteilt. Die HH-Freigabe für diesen Teilbetrag liegt vor.

Die Gesamtsumme für die vollständige Leistung beläuft sich auf 10.591 Euro (brutto), die noch anstehenden ca. 5.000 Euro für die Module 3 und 4 sind für 2021 geplant.

Der nun vorliegende Umsetzungsvorschlag der Agentur zh2 lässt einen unmittelbaren Einsatz der neuen Gestaltungselemente zu.

Die Umstellung der neuen Designvorgaben erfolgt schrittweise. Ab einem festgelegten Stichtag werden neue Publikationen, Neuauflagen von Drucksachen und notwendige Aktualisierungen in digitalen Medien mit den vorhandenen neuen Gestaltungselementen produziert. Noch nicht vorhandene neue Gestaltungselemente aus noch ausstehenden Modulen werden zunächst weiter nach den Vorgaben des „alten“ Handbuches bearbeitet. (Bsp: Eine Broschüre bekommt schon die neue Titelgestaltung, richtet sich im Innenteil aber zunächst noch an die bestehende Raumaufteilung.) Bestehende Materialien kommen weiter zum Einsatz. Damit entstehen für den städtischen Haushalt keine zusätzlichen Aufwendungen.

### **Weitere Schritte:**

Formal sind die

- Verfahrensordnung über die Vergabe des Verwertungsrechts für das Stadtwappen und das Logo der Großen Kreisstadt Zittau
- Anlage zur Verfahrensordnung vom 18.07.2013 über die Vergabe des Verwertungsrechtes für das Stadtwappen der Großen Kreisstadt Zittau

SR117/2013 (letzte Anpassung der Verfahrensordnung)  
SR 108/12/06 (Verfahrensordnung v. 14.12.2006)  
anzupassen. Dazu wird für den Oktober-Stadtrat eine Beschlussvorlage vorbereitet.

Die Änderung der Eintragung der Wort-/Bild-Marke beim Dt. Patent- und Markenamt erfolgt mit Ablauf des aktuellen Schutzes der ursprünglichen Wort-/ Bild-Marke „Zittau – Die Reiche“ zum 31.10.2023. Eine Neueintragung zu diesem Zeitpunkt ist sinnvoll und spart zusätzliche Kosten.