

Datum: 21.04.2023

Informationsvorlage

Geschäftsbereich Oberbürgermeister
Medien-/Öffentlichkeitsarbeit

Beratungsfolge Ausschuss - Stadtrat	Termin	Tagesordnungsart	TOP
Bürgermeisterberatung	24.04.2023	nicht öffentlich	
Wirtschaftsförderungsausschuss	08.05.2023	öffentlich	

Inhalt: Erweiterung des Corporate Designs

Grundlage:

Beraten und abgestimmt: Bereich Tourismus/Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung

Beschlüsse die aufzuheben bzw. zu ändern sind:

Verantwortlich für Durchführung: Bereich Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

Information:

Der Wirtschaftsförderungsausschuss der Stadt Plauen nimmt zur Kenntnis, dass die Stadt Plauen im Rahmen des bereits beschlossenen Projektes „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren (ZIZ)“ das Corporate Design (CD) fortführt und das Handbuch um folgende Kapitel erweitert:

- ✓ Branding für Veranstaltung „Kultursommer“, die erstmals in diesem Jahr in der Innenstadt und im Rahmen der Förderung stattfinden wird und nachhaltig auch über das Ende der Förderperiode hinaus bestehen soll
- ✓ CD-Weiterentwicklung für den Bereich Tourismus mit eigenen Möglichkeiten bei Schriften, Farben, Icons, Gestaltungsraster, Co-Brandings, Basis-Layout
- ✓ CD-Weiterentwicklung für das Stadtmarketing mit eigenen Möglichkeiten bei Schriften, Farben, Icons, Gestaltungsraster, Co-Brandings, Basis-Layout
- ✓ Analyse und Definition wie zwei starke bzw mehrere Marken nebeneinander positioniert werden
- ✓ Linie „nature“

Sachverhalt/ Begründung:

Im Rahmen des Projekts „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren (ZIZ) – BBSR“ erfährt die Spitzenstadt Plauen aktuell eine gezielte finanzielle Förderung, um die Innenstadt zu beleben. Dies funktioniert Hand in Hand mit der Adressierung der Veranstaltungen und Angebote bei den Rezipienten – Bürgern, Touristen, Gästen der Stadt mittels Werbung auf allen Kanälen und allen medialen Möglichkeiten wie Postern, Flyern, Social-Media-Beiträgen, Handouts... – und dies alles in einer wiedererkennbaren Optik auf Basis des Corporate Designs der Stadt. Die Stadt verfügt über eine starke und werbewirksam anziehende Marke, die wiedererkennbar ist, den Absender klar zuordnen lässt und attraktiv wirkt.

Die Spitzenstadt Plauen hat bereits 2021 ihr Branding zu einem großen Teil erneuert. Es hat sich während der Anwendung gezeigt, wo weitere Definitionen nötig sind. Die neue Marke Spitzenstadt Plauen soll daher weiter gestärkt und im Auftritt vollkommener werden. Dazu gehört maßgeblich die Darstellung des Kultursommers, der in diesem Jahr im Rahmen des Projekts ZIZ erstmal in dieser Form stattfinden und durch ein wiedererkennbares Branding ansprechen soll. Er soll über die Projektförderperiode hinaus weiter bestehen.

Auch der Bereich Tourismus erhält gestalterisch ein eigenes Kapitel, um sich durch die Anpassungen in der Farbwelt, der Schriften, der Vorgaben für Anwendungen, Graphiken und Raster weiter von der Verwaltung abzuheben, aber doch klar erkennbar im Corporate Design der Spitzenstadt „zu Hause“ zu sein.

Ebenso will sich der Dachverband Stadtmarketing erkennbar ins Design der Stadt einfügen – eine schöne Entwicklung, die die Zusammenarbeit deutlich unterstreicht.

Die Analyse, wie zwei starke Marken nebeneinander fungieren, wie viele Marken maximal wo und wie positioniert werden, soll außerdem eindeutig und durch die Arge analysiert werden, um hier Unstimmigkeiten aus dem Weg zu räumen (Vogtlandlogo).

Die Linie „nature“ soll außerdem Einzug ins Corporate Design halten – eine deutlich erkennbare naturverbundene Gestaltung mit Definitionen und Vorgaben, nach der sich bei besonderen und umweltfreundlichen Produkten die Wiedererkennung zeigt, die aber auch hier eine eindeutige Zuordnung ins Corporate Design für den Nutzer ermöglicht.

Partner bei der Entstehung des Corporate Designs der Stadt Plauen war die Arge Spitzenstadt, ein Zusammenschluss Plauener Agenturen. Sie hat der Stadt einen neuen Markenauftritt ermöglicht, der sehr gut ankommt und konsequent umgesetzt wird.

Dieses „Buch“ wird nun weitergeschrieben – grundsätzlich ist die Arbeit mit dem eigentlichen Autor des Werkes auch der sinnvolle Schritt. Die Arge hat sich außerdem bei der Übertragung der Rechte zusichern lassen, dass Weiterentwicklungen und Veränderungen oder Anpassungen im CD durch sie geprüft werden muss. Die ARGE wollte ausdrücklich, dass das Design in der entwickelten Form unbeschränkt genutzt werden kann.

Der städtische Eigenanteil beträgt 2.490 Euro. Der Eigenanteil ist im Haushalt bereits eingeplant. Aufwendungen in Höhe von 24.900 Euro und Erträge in Höhe von 22.410 Euro sind zu erwarten. Die Aufwendungen werden aus Fördermitteln des Programms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ zu 90 Prozent gedeckt. Es entstehen der Stadt Plauen keine weiteren Folgekosten.