
Vorlage

Drucksachen-Nr.:	FV/014/2018/StR
Einreicher:	Fraktion Liberales Bürgerforum/Die Grünen, Fraktion der CDU, Fraktion der SPD, Freie Fraktion Dessau-Roßlau, Fraktion Pro Dessau-Roßlau

Beratungsfolge	Status	Termin	Für	Gegen	Enthaltung	Bestätigung
Haupt- und Personalausschuss	öffentlich	22.11.2018				
Stadtrat	öffentlich	05.12.2018				

Titel:

Neuer Markenauftritt für Dessau-Roßlau

Beschluss:

1. Für eine grundsätzliche Neuausrichtung der städtischen Gesamtkommunikation übernimmt die Stadtverwaltung Dessau-Roßlau den durch die Stadtmarketinggesellschaft neu entwickelten Markenauftritt (Corporate Design) für die öffentlichkeitswirksame Vermarktung der Stadt Dessau-Roßlau. Das in Anlage 1 beigelegte Corporate-Design-Handbuch (Styleguide) bildet dafür eine verbindliche Anwendungsgrundlage.
2. Die Stadtverwaltung wird beauftragt, die Umsetzung schnellstmöglich einzuleiten.

Finanzbedarf/Finanzierung:

-

Begründung:

siehe Anlage 1

Für die Einreicher:

Herr Dr. Melchior
Fraktionsvorsitzender Liberales Bürgerforum/Die Grünen

Herr Adamek
Fraktionsvorsitzender der CDU

Herr Eichelberg
Fraktionsvorsitzender der SPD

Herr Hernig
Fraktionsvorsitzender der Freien Fraktion

Herr Otto
Fraktionsvorsitzender Pro Dessau-Roßlau

beschlossen im Stadtrat am:

Lothar Ehm
Vorsitzender des Stadtrates

Frank Hoffmann
1. Stellvertreter

Angelika Storz
2. Stellvertreter

Anlage 1:

Das Jubiläumsjahr 100 Jahre Bauhaus 2019 bietet große Chancen für die überregionale und internationale Sichtbarkeit der Stadt Dessau-Roßlau. Die Neuausrichtung der Außendarstellung der Stadt Dessau-Roßlau ist eine Voraussetzung für die Vermittlung der Stadt als attraktiven Wohn- und Arbeitsort, vitalem Wirtschaftsraum und bedeutendem Kultur- und Tourismusstandort.

Das Mitte der neunziger Jahre erstellte Corporate Design für die Stadt Dessau und die im Jahr 2007 vorgenommene Anpassung/Ergänzung des städtischen Logos zur Vervollständigung des Städtenamens Dessau-Roßlau wird seit Langem den heutigen modernen Ansprüchen an die visuellen Eckpfeiler einer Städteidentität nicht mehr gerecht und wird nunmehr den aktuellen Entwicklungen und Bedarfen angepasst.

Durch die Beschlussfassungen und die Umsetzung der Gründung einer Stadtmarketing-gesellschaft wurde durch die Stadtverwaltung der Auftrag zur Neuausrichtung einer Vermarktungsstrategie im Sinne eines zielgerichteten und vereinheitlichten Gesamtauftritts für die Stadt Dessau-Roßlau erteilt.

Die Basis für den 2017 eingeleiteten Markenbildungsprozess bildeten zum einen Analysen aus vorhandenen Unterlagen (Fazits Bürgerbefragung 2010, Definitionen Leitbild 2011, Ergebnisse aus der Entwicklung Gesamttouristisches Leit- und Informationssystem 2017) und zum anderen mehrere Workshops zum Thema Etablierung der Stadt als ganzheitliche Marke.

Unter Beteiligung zahlreicher Stakeholder aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Stiftung Bauhaus Dessau, Kulturstiftung Dessau-Wörlitz, Hochschule Anhalt, Gestaltungsbeirat, Tourismus und Verwaltung wurden in diesen Workshops und Abstimmungsterminen gemeinsame Kommunikationsziele erarbeitet. Moderiert und begleitet wurde dieser Prozess durch fachspezifische Unterstützung einer Design-Agentur.

Im Ergebnis wurde ein Corporate Design für die Vermarktung der Stadt Dessau-Roßlau erstellt. Mit dieser Kommunikationsgrundlage wird die angestrebte Wirkung für eine einheitliche und zeitgemäße Gestaltung im Binnen- und Außenauftritt der Stadt verstärkt.

Das neue Corporate Design optimiert die Präsenz der Stadt Dessau-Roßlau in der Darstellung. Gleichzeitig lässt es den Ämtern und Einrichtungen der Verwaltung Spielraum, unter diesem Dach ihre vielfältigen Angebote und Aktionen zielgruppengerecht zu präsentieren.

Das neue Design wurde in den letzten Monaten im Außenauftritt der Stadtmarketing-gesellschaft im Tourismus- und Kulturmarketing als auch im Standortmarketing erfolgreich etabliert (Verweis auf: Präsentation der kommunikativen Arbeitsergebnisse im Stadtrat am 13. Juni 2018 durch die Geschäftsführung der Stadtmarketinggesellschaft) und kommt verstärkt auch in Kooperationen mit der Stadtverwaltung und Dritten zur Wirkung.

Die Empfehlung an die Stadtverwaltung zur Übernahme des Corporate Design (CD)-Handbuchs der Stadtmarketinggesellschaft mit dem Ziel der schrittweise einzuführenden Anwendung durch die städtischen Eigenbetriebe löst eine unübersichtliche Vielfalt an derzeit verwendeten Gestaltungsansätzen und Publikationen ab und ermöglicht die stringente Einhaltung einer grafischen und bildlichen Kommunikationslinie der Stadt.

Der neue Markenauftritt, d. h. eine grafische Linie einschließlich Logo für die Stadt, soll einerseits Veränderungen der Rahmenbedingungen berücksichtigen, andererseits soll er das spezifische Lebensgefühl, die Tradition und die Vision für Dessau-Roßlau als moderne Stadt aufgreifen. Bereits Walter Gropius, dessen Aussage sich um 1919 zwar auf Architektur bezog, war für Design Vision, Fortschritt und Weiterentwicklung: „...muss geometrisch sein, hell, die Bauwerke sollen auf ihr Wesentliches reduziert sein, mit einem Wort >>modern<< wirken.“

Anlage 2 - Corporate-Design-Handbuch (Styleguide)