

An den Grossen Gemeinderat

Winterthur

Beantwortung der Schriftlichen Anfrage betreffend neuer Schriftzug im Corporate Design der Stadt Winterthur, eingereicht von Gemeinderat M. Zehnder (GLP)

Am 17. März 2014 reichte Gemeinderat Martin Zehnder namens der GLP/PP-Fraktion folgende Schriftliche Anfrage ein:

„Die Stadt Winterthur verschickt ihre Post versehen mit dem Logo der zwei Löwen und vorangestellt die Worte „Stadt Winterthur“. Seit ein paar Wochen ist dieser Schriftzug breiter, die Abstände zwischen den Buchstaben sind grösser; es handelt sich eindeutig um ein neues Briefkopfflogo. Eine Änderung des Schriftzuges bedeutet auch, dass ein Kernelement des Corporate Designs änderte und die Stadt ihr Erscheinungsbild weiterentwickelt hat. Wenn ein Kernelement wie das Logo geändert wird, hat dies weitreichende Konsequenzen. In der Regel müssen alle Elemente des Auftritts der Stadt Winterthur erneuert werden. Dies umfasst zum Beispiel: Briefpapier, Überarbeitung aller Drucksachen (Flyer, Prospekte, Broschüren etc.), Internet Auftritt, eMail Signaturen aller 4500 Mitarbeiter, Beschriftung der Gebäude, Beschriftung der Fahrzeuge etc.. Ein neuer Auftritt macht nur dann Sinn, wenn er konsequent umgesetzt wird. Dies ist mit einem erheblichen zeitlichen und finanziellen Aufwand verbunden. In diesem Zusammenhang stellen wir dem Stadtrat folgende Fragen:

1. Warum wurde das Corporate Design überarbeitet? Und warum jetzt?
2. Werden vorgedruckte Couverts und Briefpapier oder anderes beschriftetes Material mit dem vorgedruckten alten Stadtlogo noch aufgebraucht oder werden sie entsorgt?
3. Mit welchen Kosten muss für die komplette Umsetzung und Implementierung des neuen Corporate Designs gerechnet werden? Wie lange dauert es, bis das CD komplett umgesetzt ist?
4. Entstehen Kosten, weil Gebäude und Büroräume vor dem Umzug in den Superblock neu beschriftet werden müssen?
5. Werden vorgedruckte Couverts und Briefpapier nach dem Umzug in den Fokus, wegen der neuen Adresse, entsorgt oder anderweitig aufgebraucht?“

Der Stadtrat erteilt folgende Antwort:

Ein Corporate Design (Unternehmens-Erscheinungsbild) darf nicht stehen bleiben, während sich die Unternehmung laufend weiterentwickelt. Dies gilt auch für die Stadtverwaltung Winterthur und deren Corporate Design.

Die heute gültigen Erscheinungsbild-Richtlinien wurden vom Stadtrat im November 2013 in Kraft gesetzt. Die vorgängige Fassung stammt aus dem Jahr 2005. Damals waren die wichtigsten Aspekte die Ablösung des «Zahnbürstli-Logos» durch das heutige Logo sowie die neu eingeführte erweiterte Erscheinungsbildkompetenz z.B. für Stadtwerk, Stadtbus oder das Theater Winterthur. Aus Kostengründen wurden bei der Fassung 2005 der Umfang und die Inhaltsdichte der Vorgängerin aus dem Jahr 1992 nicht mehr übernommen. Dies hat sich in den letzten Jahren als Nachteil erwiesen und führte bei den Mitarbeitenden und externen Nutzerinnen und Nutzern (z.B. Grafiker/innen und Druckereien) zu Unsicherheiten bei der Umsetzung der Richtlinien. Weiter sind seit 2005 neue Kapitel, wie z.B. die Stelen in den Schul- und Sportanlagen oder die E-Mail-Signaturen hinzugekommen.

Aus diesen Gründen hat der Stadtrat die Fachkommission Erscheinungsbild Mitte 2011 mit der Aktualisierung der Richtlinien beauftragt. Die Fachkommission setzt sich aus fünf Verwaltungsmitarbeitenden, die sich mit Kommunikation und Beschaffung befassen, und einem externen visuellen Gestalter als Berater zusammen. Der Stadtrat hat der Fachkommission die Vorgabe gemacht, dass die Überarbeitung zu keinen grossen Kosten bei der Umsetzung führen darf. Im Zuge der Überarbeitung konnten letztlich auch Kosten eingespart werden, da auf die bisherige gedruckte und in Ordner abgelegte Ausfertigung der Richtlinien verzichtet wurde. Neu sind die Erscheinungsbild-Richtlinien nur noch elektronisch als PDF verfügbar. Sie können so in Zukunft mit wenig Aufwand aktualisiert werden.

Im Laufe der Überarbeitung wurde auch das Stadtlogo, dessen Schriftzug vor gut zwanzig Jahren entstanden ist, mittels Spationierung¹ der Buchstaben und minimaler Anpassung der Proportionen zwischen Wort- und Bildmarke modernisiert, zeitgemäss ausgestaltet und dadurch auch besser lesbar gemacht. Da diese minimalen Änderungen am Stadtlogo den wenigsten Betrachterinnen und Betrachtern bewusst auffallen, konnte auf eine sofortige flächendeckende Auswechslung des Logos verzichtet werden. Der Wiedererkennungswert und die Markenbekanntheit des leicht modifizierten Logos bleiben bestehen. Am Layout der Briefschaften, Kuverts, Visitenkarten etc. wurde nichts verändert.

Logo bis Mitte 2013	Überarbeitetes Logo ab Mitte 2013
	

Zu den einzelnen Fragen:

Zur Frage 1:

„Warum wurde das Corporate Design überarbeitet? Und warum jetzt?“

Die Erscheinungsbild-Richtlinien von 2005 in Ordnerform waren in vielen Punkten nicht mehr aktuell und zeitgemäss. Den Auftrag zur Überarbeitung erteilte der Stadtrat bereits 2011, also vor dem Sanierungsprogramm «effort 14+». Im Rahmen der Überarbeitung der Richtlinien und der Umstellung auf eine rein elektronische Version wurde das Logo mittels Spationierung leicht modifiziert und modernisiert.

Zur Frage 2:

„Werden vorgedruckte Couverts und Briefpapier oder anderes beschriftetes Material mit dem vorgedruckten alten Stadtlogo noch aufgebraucht oder werden sie entsorgt?“

Vorgedruckte Geschäftsdrucksachen werden aufgebraucht.

¹ Spationierung (auch häufig englisch Spacing) ist der typografische Begriff für die Festlegung des horizontalen Zeichenabstandes: Buchstabenabstände, Wortabstände, Sonderabstände, Sperrsatz. Für die künstlerische Qualität einer Typografie und für die Lesbarkeit des mit ihr erstellten Textes sind Wahl von Zeilenabstand und Spationierung entscheidend. (<http://de.wikipedia.org/wiki/Spationierung>)

Zur Frage 3:

„Mit welchen Kosten muss für die komplette Umsetzung und Implementierung des neuen Corporate Designs gerechnet werden? Wie lange dauert es, bis das CD komplett umgesetzt ist?“

Die Kosten für die Umsetzung der Logoüberarbeitung beschränken sich auf achthundert Franken für die Herstellung der Logodateien. Der Stadtrat geht davon aus, dass innerhalb eines Jahres das Logo bei allen Geschäftsdrucksachen ausgewechselt ist. Auf Fahrzeugen, Gebäuden und Stelen wird das Logo nur bei einer Neubeschaffung oder einer sonst anstehenden Neubeschriftung durch das überarbeitete Logo ersetzt.

Zur Frage 4:

„Entstehen Kosten, weil Gebäude und Büroräume vor dem Umzug in den Superblock neu beschriftet werden müssen?“

Bei den Gebäudebeschriftungen wird das überarbeitete Logo nur eingesetzt, wenn die Beschriftung aus anderen Gründen angepasst oder geändert werden muss. Somit entstehen keine Kosten aufgrund des überarbeiteten Logos.

Zur Frage 5:

„Werden vorgedruckte Couverts und Briefpapier nach dem Umzug in den Fokus, wegen der neuen Adresse, entsorgt oder anderweitig aufgebraucht?“

Die betroffenen Organisationseinheiten wissen um den neuen Standort und dessen neue Adresse. Sie kennen auch den Bezugstermin. Sie sind betreffend der Mengenplanung ihrer vorgedruckten Geschäftsdrucksachen (Kuverts und Visitenkarten) selber verantwortlich. Wegen der guten Planbarkeit geht der Stadtrat davon aus, dass keine grossen Mengen an Geschäftsdrucksachen entsorgt werden müssen.

Vor dem Stadtrat

Der Stadtpräsident:

M. Künzle

Der Stadtschreiber:

A. Frauenfelder