Stadt Bergkamen
Fachdezernat Innere Verwaltung

Drucksache Nr. 9/1067

Datum: 11.10.2007

Az.: ts-ko

Beschlussvorlage - öffentlich -

	Beratungsfolge	Datum
1.	Ausschuss für Stadtentwicklung,Strukturwandel und Wirtschaftsförderung	30.10.2007

Betreff:
Corporate Design für die Stadt Bergkamen

Bestandteile dieser Vorlage sind:
1. Das Deckblatt
2. Die Sachdarstellung und der Beschlussvorschlag

Der Bürgermeister Schäfer	

Amtsleiter Turk	Sachbearbeiter Schiebold	

Sachdarstellung:

Die Stadt Bergkamen hat seit dem Jahr 2003 sukzessiv eine intensive Beziehung zur Westfälischen Wilhelms Universität (WWU) aufgebaut. Maßgeblich beteiligt waren Herr Prof. Wittkämper und Frau Dr. Obszerninks von der WWU. Über diese Verbindung wurde ebenfalls eine Verbindung zur Arbeitsstelle Forschungstransfer, in Person zu Herrn Dr. Bauhus, aufgebaut. Auch das geographische Institut der WWU wird mittlerweile beratend hinzugezogen.
Durch diese Kooperation wurden vielfältige Maßnahmen in den Bereichen Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing initiiert und umgesetzt. So konnte u.a. ein neuer Marketingarbeitskreis im Jahr 2006 gegründet werden. Für den formellen Rahmen des AK Stadtmarketing stand die WWU der Stadt begleitend zur Seite. Darüber hinaus wurde dem Wunsch einiger Unternehmer Rechung getragen, sich stärker an Stadtentwicklungsprozessen zu beteiligen.
Weiterhin wurden vielfältige Untersuchungen zum Standort Bergkamen erarbeitet. Dies umfasste die Analyse des Standortes (Stärken-Schwächen-Analyse, eine Unternehmensbefragung) mit seinen Potentialen und Defiziten.

Im Rahmen der Kooperation wurde von der WWU ein Leitbild für die Stadt Bergkamen herausgearbeitet **„Bergkamen Stadt der Wirtschaft und der Lebensqualität“**. In dieser Botschaft drückt sich aus, dass Bergkamen zum einen ein attraktiver Wirtschaftstandort ist und zum anderen eine Stadt mit hoher Lebensqualität und zukünftigem Potential. Das Leitbild setzt sich aus zwei Unterbotschaften zusammen. Zum einen aus der ökonomischen Botschaft "Junge Stadt - Brücke zu ihren Erfolgen“ und zum anderen aus der nicht-ökonomischen Botschaft „Bergkamen - Lust auf Entdecken und Erleben“.

Des Weiteren wurde im Jahr 2006 in Kooperation mit der WWU ein sog. Ideen-Mining durchgeführt, bei dem vor allem die touristischen Potentiale Bergkamens ermittelt wurden. Als Ergebnis dieses Workshops kam heraus, dass vor allem Wasser, Licht sowie Natur in besonderer Weise die Potentiale der Stadt darstellen. Diese Herauskristallisierung der touristischen Potentiale konnte 2006 bereits als Grundlage für den gesamten Corporate-Design-Prozess genutzt werden.

Die analysierten Daten und beschriebenen Entwicklungen bilden neben einer ausführlichen Ortsbegehung und zahlreichen Gesprächen den Grundstein für die Entwicklung des neuen Corporate Designs für die Stadt Bergkamen.

Exkurs Corporate Design

Definition Corporate Design

„Corporate Design ist der fortlaufende Gestaltung- und Kommunikationsprozess, mit dem Ziel, ein klares und eindeutiges, positives Abbild der Corporate Identity eines Unternehmens bei seiner Zielgruppe zu schaffen.“

Warum Corporate Design?

- Die visuelle Wahrnehmung beim Menschen ist besonders stark ausgeprägt und daher können Bilder im Vergleich zu Texten sowohl die Aufmerksamkeit stärker erregen als auch länger im Gedächtnis haften bleiben.
- Um das Leitbild des Unternehmens durch Design-Maßnahmen nach innen und außen identifizierbar zu machen.
- Man benötigt ein Corporate Design, um sich in der Flut von Werbemaßnahmen durchzusetzen. Hierfür ist ein konsequentes und einheitliches Auftreten notwendig.

Das kann das Erscheinungsbild leisten:

- Visualisierung: Innere Haftungen und Wertvorstellungen des Unternehmens/Stadt können nach außen spürbar gemacht werden.
- Profilierung im Umfeld: Abgrenzung in der Öffentlichkeit von anderen.
- Vertrauensförderung: Eine durchgängige Gestaltung aller kommunikativen Maßnahmen führt zu Kontinuität im Auftreten nach innen und außen.
- Identifikation: Mitarbeiter werden motiviert. Gutes Design steigert Wohlbefinden und Sympathie der Mitarbeiter.

Anforderungen an das Corporate Design

Ein funktionales Erscheinungsbild soll folgende Kriterien erfüllen:

Aufmerksamkeitswert, Prägnanz, Eigenständigkeit, Wiedererkennungswert, Langlebigkeit, Variationen und Ausbaufähigkeit, Ästhetik, Modernität und emotionale Steuerung.

Bestandteile des Corporate Designs

- Logo: Signalwirkung, Erinnerungswert, ästhetischer Wert

- Farbe: Sehr wichtiges Gestaltungselement, weil sie ein unmittelbar einprägsames Erkennungs- und Unterscheidungsmerkmal für Unternehmen ist (Bsp.: Gelb Shell, Grün Dresdener Bank, Rot Ferrari).

- Schrift: Sollte möglichst zeitlos sein und keinem bestimmten Modetrend folgen

- Gestaltungsraster: Es werden grundlegende Gemeinsamkeiten aller Kommunikationsmittel festgelegt. Hierzu gehören Positionen von Logos, Abstände zu anderen Gestaltungselementen, virtuelle Achsen und Linien, an deren Gestaltungselemente, wie Texte und Bilder, ausgerichtet werden.

Wo Corporate Design sich zeigt

- Produktdesign: ist die äußere Gestaltung des Produktes
- Kommunikationsdesign: umfasst u.a. das Printmediendesign, Fotodesign, Messedesign
- Design für audiovisuelle Medien wie Videos/DVD, CD-ROM, Webdesign
- Architekturdesign: Gebäudegestaltung, Gestaltung Messestände

Voraussetzungen für ein gelungenes Design

- Die Marke und der gestalterische Auftritt müssen zusammenpassen.
- Gestaltungselemente sind klar und eindeutig auf Dauer festzulegen.
- Alle Designfaktoren müssen übertragbar von einem Medium auf das andere sein.
- Einheitlichkeit und Übereinstimmung einer Identität entstehen nur durch Konsequenz und Verantwortlichkeit einer entscheidenden Zentralstelle.
- Lokale Webauftritte dürfen die „Persönlichkeit“ des Unternehmens nicht beeinflussen oder verändern.
- Das Erscheinungsbild darf nicht ständig wechseln => Beständigkeit und Wiedererkennbarkeit sollen Vertrauen schaffen.
- Die Unternehmensleitung muss sich ganz mit der Corporate Identity identifizieren und sie nach außen in jedem Medium vertreten.

Stadtimage gewinnt an Bedeutung. Es geht um die Darstellung der Stadt in Ihrer Gesamtheit und ihrem Selbstverständnis. Eine Stadt in ihrer Gesamtheit zu erfassen und daraus eine objektive Stadtidentität zu definieren, ist angesichts der großen Unterschiede und der Vielfalt an Merkmalen, die eine Stadt in sich vereint, nahezu unmöglich. Ziel bei der Entwicklung eines Corporate Designs ist es daher, aus einem verwaschenen Gesamtbild grundlegende Aspekte und Eigenarten der Stadt herauszukristallisieren, kommunikativ zu schärfen und so einen Weg für die zukünftige Entwicklung zu skizzieren.

Im Oktober des letzten Jahres wurde Herr Lorenz Völker, ehemaliger Student der Fachhochschule Münster, Fachbereich Design, mit der Aufgabe betraut, ein neues Corporate Design inklusive eines neuen Stadtlogos (Wort-Bild-Marke) für die Stadt Bergkamen zu entwickeln. Die Ergebnisse liegen mittlerweile vor.

Die hervorstechenden Merkmale Bergkamens sind der hohe Grünflächenanteil, die Nähe zu mehreren Naturschutzgebieten, wie den Lippeauen und dem Beverseegebiet, ein breites Kultur- und Sportangebot und das stadtbildprägende Element Wasser. Das neue Corporate Design kommuniziert diese Natürlichkeit und vollzieht so den Imagewechsel von einer Bergbaustadt hin zu einer attraktiven Wohnstadt und einem lohnenden Ausflugsziel in der Region.

Im Rahmen des gesamten Corporate Designs wurden entwickelt:

- Briefbogen
- Kurzbriefe
- Faxbogen
- Faltblätter
- Visitenkarten
- Diverse Werbemöglichkeiten, z.B. auf Dienstwagen
- Wirtschafts- und Standortbroschüren
- CD/DVD Cover
- Wort-Bild-Marke sowie die dazugehörigen jeweiligen Größenproportionen, abhängig von der jeweiligen Nutzung
- Weitere diverse Logos

Wort-Bild-Marke für die Stadt Bergkamen

Ziel bei der Entwicklung der Bergkamener Wort-Bild-Marke ist es, in einem kurzen Slogan mit Symbol alle Stärken nach außen zu transportieren. Zum einen soll sich Bergkamen über die geschaffene Marke nach außen hin kennzeichnen und zum anderen soll die neue Wort-Bild-Marke nach innen dazu beitragen, die Identifikation der Bergkamener Bevölkerung mit ihrer Stadt nachhaltig zu verbessern. Nach außen soll vor allem ein hoher Wiedererkennungswert geschaffen werden.

Es wurden von Herrn Völker verschiedene Logovarianten erarbeitet, die in den folgenden Arbeitskreisen und Gremien bereits vorgestellt wurden: Zum einen während des Unternehmerstammtisches am 14.05.2007 sowie im Arbeitskreis Stadtmarketing am 06.11.2006 und am 23.04.2007 sowie einige Male im Verwaltungsvorstand.

Dabei wurde die gefundene Wortmarke schnell akzeptiert. Bei der Bildmarke wurden weitere Entwürfe erarbeitet.

Diese Entwürfe wurden in der Verwaltung wie auch im Arbeitskreis Stadtmarketing am 16.10.2007 betrachtet. Ergebnis ist eine einstimmige Festlegung für die Wort-Bild-Marke.

Die Vorstellung des gesamten Corporate Designs erfolgt in der Ausschusssitzung.

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Stadtentwicklung, Strukturwandel und Wirtschaftsförderung nimmt die Drucksache Nr. 9/1067 zur Kenntnis.