



Vorlage

Federführung: Stadtmarketing Beckum
Beteiligte/r: Fachbereich Bildung, Kultur und Freizeit
Fachbereich Innere Verwaltung
Demografiebeauftragter
Auskunft erteilt: Herr Denkert
Telefon: 02521 29-170

2012/0191
öffentlich

Logokonzept der Stadt Beckum

Beratungsfolge:

15.11.2012 Rat

Entscheidung

Beschlussvorschlag:

Sachentscheidung

Dem Logokonzept der Stadt Beckum wird zugestimmt.

Kosten/Folgekosten

Für die Erstellung der Bildmarke durch die Agentur sind Kosten von rund 5.200 Euro entstanden. Daneben entstehen Sach- und Personalkosten, die dem laufenden Verwaltungsbetrieb zuzuordnen sind. Im Zuge der Umsetzung des Logokonzepts werden weitere Kosten entstehen, die momentan nicht beziffert werden können.

Finanzierung

Für die Auszahlungen stehen bei dem Konto 150103.528135 – Kosten für Werbung – im Budget des Stadtmarketing Beckum Haushaltsmittel zur Verfügung.

Die in den Folgejahren ggf. benötigten Haushaltsmittel werden im Budget des Stadtmarketing Beckum berücksichtigt.

Begründung:

Rechtsgrundlagen

Die Entwicklung eines Logokonzepts erfolgt im Rahmen der kommunalen Selbstverwaltung.

Demografischer Wandel

Ein Aspekt des demografischen Wandels sind die bundesweit zurück gehenden Einwohnerzahlen in den Städten und Gemeinden. Es gibt nur wenige Ausnahmen mit einer gleich bleibenden oder steigenden Bevölkerungsentwicklung. In der Stadt Beckum sind seit dem Jahr 2003 (rund 38.000 Einwohnerinnen und Einwohner) kontinuierliche Bevölkerungsrückgänge zu verzeichnen [Stand zum 31. Dezember 2011 laut statischem Landesamt „Information und Technik Nordrhein-Westfalen“ (IT.NRW): 36.595].

Ein wesentliches Ziel der Erstellung eines neuen Logokonzeptes für die Stadt Beckum ist die Steigerung der Identifikation der Einwohnerinnen und Einwohner, der Vereine und Unternehmen mit ihrer Stadt. Ebenso sollen die Vorzüge der Stadt Beckum nach außen mit dem Logokonzept herausgestellt werden. Dies kann dazu beitragen, die Standortattraktivität zu erhöhen, mehr Menschen an die Stadt zu binden und so der rückläufigen Bevölkerungsentwicklung entgegenzuwirken.

Erläuterungen

In der Sitzung des Ausschusses für Stadtentwicklung, Demografie, Umwelt- und Klimaschutz am 31. Oktober 2012 ist unter dem Tagesordnungspunkt 4 – Kommunales integriertes Handlungs- und Maßnahmenkonzept, Teilbereich II, Obere Nordstraße/Busbahnhof, Gestaltung der Fassadenverkleidung für die Fahrradabstellanlage am Busbahnhof – (Vorlage 2012/0168) das neu entwickelte Logo der Stadt Beckum zur Gestaltung der Fahrradabstellanlage vorgeschlagen worden. Die Ausschussmitglieder haben der Verwendung des Logos an der Fahrradabstellanlage einstimmig zugestimmt. Die Zustimmung erfolgte unter dem Vorbehalt, dass das Logo dem Rat zur Beratung und Entscheidung vorgelegt wird.

Seit Anfang des Jahres befasst sich die verwaltungsinterne Arbeitsgruppe Marketingstrategie mit der Außendarstellung der Stadt Beckum.

Eines der Ziele ist eine deutliche Verbesserung der Internetseite. Diese soll nutzerfreundlicher aufgebaut werden und übersichtlich, modern und insgesamt ansprechend gestaltet werden. Dabei wurde deutlich, dass eine neue Gestaltung der Internetseite im Hinblick auf einen hohen Wiedererkennungseffekt nur zusammen mit der Neugestaltung eines Logos für die Stadt Beckum funktioniert.

Mit der Erstellung eines Konzeptes für die Gestaltung der Internetseite wurde die Agentur Goldmarie Design aus Münster beauftragt, nachdem diese im Wettbewerb mit drei weiteren Anbietern den besten Gestaltungsentwurf vorgestellt hat. Neben dem Konzept für die Internetseite wurde auch eine neue Wort-Bild-Marke erstellt. Diese setzt sich aus der – von der Agentur gemeinsam mit der Verwaltung entwickelten – Bild-Marke und dem sogenannten „Claim“, also dem Slogan, zusammen. Insofern ist die vorliegende Wort-Bild-Marke ein kostengünstiges Nebenprodukt der Entwicklung einer neuen Internetseite. Es bildet damit zugleich die Möglichkeit, das Corporate Design (einheitliches Erscheinungsbild) der Stadt Beckum neu zu definieren und umzusetzen.

Nachdem die Arbeitsgruppe Marketingstrategie sich auf die Wort-Bild-Marke geeinigt hatte, wurde das neue Logo mit Bürgermeister Dr. Strothmann abgestimmt. Es war vorgesehen, das Logo-Konzept im Verwaltungsvorstand zu beraten und anschließend den politischen Gremien vorzustellen.

Aufgrund der anstehenden Entscheidung zur Gestaltung des Fahrradabstellhauses beim neuen Busbahnhof wurde die Idee aufgegriffen, dem Ausschuss für Stadtentwicklung, Demografie, Umwelt- und Klimaschutz das neue Logo als Alternative zum Wappen vorzuschlagen. Dadurch könnte das Logo bereits an zentraler Stelle an der Lochblechfassade des Fahrradabstellhauses in der Öffentlichkeit bekannt gemacht werden.

Im Folgenden wird das grundlegende Logo-Konzept erläutert:

Bildmarke:

Die Bildmarke (das Logo ohne Slogan) soll einen hohen Wiedererkennungswert aufweisen und eine große Offenheit, Dynamik, Lebendigkeit und Modernität widerspiegeln.

Ausgangsschrift ist die Windows-Systemschrift „Segoe UI“, die kostenfrei genutzt werden kann. Die beauftragte Agentur hat sie für das Logo manuell optimiert (optischer Ausgleich der Buchstabenzwischenräume, Abrundung harter Kanten, Verstärkung des Buchstabenduktus). Das wird besonders gut sichtbar bei großen Darstellungen.

In Farbe:



In Graustufen:



In Schwarz:



Wortmarke / neuer Slogan (Claim):

Gesucht wurde ein griffiger kurzer Slogan, der vieles vereint. Mit dem neuen Claim sollen vor allem Dynamik und Innovationskraft vermittelt werden. Er soll dabei eingängig und sprachlich nicht zu kompliziert sein.

Mit dem Claim „Beckum. Immer besser.“ gelingt dieser Ansatz. Durch die Silbengleichheit und die Doppelkonsonanten in allen drei Elementen ist er sprachlich sehr eingängig. Auch die gleichen Anfänge von „**Be**ckum“ und „**b**esser“ wirken elegant und funktionieren (auch gedanklich) gesprochen gut.

Auf der inhaltlichen Ebene hat der Slogan eine hohe Identifikationskraft und drückt große Dynamik aus. Die Zweideutigkeit – Beckum ist immer besser, Beckum wird aber auch immer besser – schafft eine positive Spannung und macht deutlich, dass in Beckum vieles geschaffen wurde und die Stadt sich auch in der Zukunft weiter entwickeln wird.

Innerhalb des neu gestalteten Logos wird diese Dynamik durch Kursivschrift noch verstärkt. Durch den Punkt am Ende wird Selbstbewusstsein ausgedrückt.

In Farbe:



In Graustufen:



In Schwarz:



Im Zuge der Erstellung der Handlungsanweisungen für die Wort-Bild-Marke (CD-Manual) werden weitere Modifizierungen des Logos, zum Beispiel bei der Neugestaltung der Internetseite, aber auch bei unterschiedlichen Verwendungen im Printbereich, vorgenommen. Nach Umsetzung des neuen Corporate Designs sollen die neuen Werbeelemente auch von privaten Organisationen, Unternehmen und Vereinen nach festgelegten Regeln genutzt werden können. Diese Maßnahmen sollen dann in einer gesamtstädtischen Marketingstrategie münden, die zur Verbesserung der Außendarstellung der Stadt Beckum insgesamt dienen soll.

Die Erstellung der Bildmarke durch die Agentur Goldmarie aus Münster hat Kosten von rund 5.200 Euro verursacht. Die Wortmarke wurde in der Arbeitsgruppe der Verwaltung entwickelt. Im Weiteren wird mit Kosten von rund 5.000 Euro für die Entwicklung eines sogenannten CD-Manuals, welches die Handlungsanweisungen für die Verwendung der Wort-Bild-Marke zusammenfasst, kalkuliert. Daneben werden im Zuge der Umsetzung der Marketingstrategie in den Folgejahren weitere Kosten entstehen, die zurzeit noch nicht abgeschätzt werden können.

Anlage(n):

ohne