

Auszug aus dem Protokoll des Stadtrates von Zürich

12.07.2006

866. Interpellation von Rolf Stucker betreffend Dienstabteilungen, unterschiedliche Erscheinungsbilder

Am 1. Februar 2006 reichte Gemeinderat Rolf Stucker (SVP) folgende Interpellation GR Nr. 2006/44 ein:

Die rund 70 Dienstabteilungen der Stadt Zürich erbringen als Dienstleistungsunternehmen eine grosse Palette von Dienstleistungen und Produkten für die Bevölkerung. Da in den letzten Jahren viele Dienstabteilungen eigenständige visuelle Auftritte entwickelten, war die eigentliche Anbieterin dieser Dienstleistungen, die Stadt Zürich, nicht mehr erkennbar. Flyern ist zu entnehmen, dass der Stadtrat 1975 beschlossen hatte, dass das Stadtemblem mit fünf Zinnen auf allen amtlichen Briefköpfen gedruckt werde. Im selben Flyer ist aber auch festgehalten, dass der Stadtrat unter der Dachmarke „Stadt Zürich“ mehr Transparenz über die städtischen Dienstleistungen erreichen will. Diese Dachmarke, das Emblem mit den fünf Zinnen, verbinde per 3. Januar 2006 alle Organisationseinheiten, sprich Dienstabteilungen, wieder.

In diesem Zusammenhang bitte ich um Beantwortung der folgenden Fragen:

1. Welche Dienstabteilungen verfügten über einen eigenständigen Auftritt, in denen gemäss obzitiertem Flyer die Stadt Zürich nicht mehr erkennbar waren? Ich bitte um detaillierte Auflistung pro Departement.
2. Welche Dienstabteilungen hielten sich an den Stadtratsbeschluss des Jahres 1975 oder wandelten ihren visuellen Auftritt im Verlaufe der Jahre auf den Beschluss zurück?
3. In welchem Jahr wurden die eigenständigen Auftritte jeweils eingeführt? Ich bitte um detaillierte Auflistung pro Departement.
4. Welche Kosten entstanden detailliert pro eigenständigem Auftritt einer Dienstabteilung für Entwürfe, Werber, Drucksachen, IT usw.?
5. Auf welcher Ebene wurde abteilungsintern der dem Stadtratsbeschluss von 1975 widersprechende neue visuelle Auftritt beschlossen?
6. Wenn nicht in der Entscheidungsfindung für den neuen visuellen Auftritt involviert, warum intervenierte der jeweils zuständige Departementsvorsteher nicht gegen das Vorgehen gegen einen gültigen Stadtratsbeschluss?
7. Wenn in die Entscheidungsfassung involviert, warum übergang der zuständige Departementsvorsteher einen eigenen Stadtratsbeschluss?
8. Die neuen Gestaltungsrichtlinien sind für die ganze Stadtverwaltung, mit Ausnahme von VBZ und EWZ, ab dem 3. Januar 2006 verbindlich. Welche Gründe sprechen für die Sonderstellung von EWZ und VBZ?
9. Wie hoch sind die Kosten pro Departement für die Wiederherstellung?

Auf den Antrag des Stadtschreibers und im Einvernehmen mit dem Stadtpräsidenten beantwortet der Stadtrat die Interpellation wie folgt:

Vorbemerkung

Im erwähnten Flyer, der die Mitarbeitenden der Stadtverwaltung Zürich über die Einführung des überarbeiteten Erscheinungsbilds per 3. Januar 2006 informiert hat, ist festgehalten: «Der Stadtrat beschloss 1975 das Stadtemblem mit fünf Zinnen. Es sollte auf allen amtlichen Briefköpfen gedruckt sein.» Daneben abgebildet findet sich das entsprechende Emblem.

Bevor auf die einzelnen Fragen eingegangen wird, sollen die Entwicklung und die Bestimmungen zum Erscheinungsbild der Stadtverwaltung Zürich aufgezeigt werden.

Stadtemblem: Aus drei werden fünf Zinnen

1975 beschloss der Stadtrat die heraldische Bereinigung des Stadtemblems (StRB Nr. 1057/1975). Die Überlegungen, die zu einer Neugestaltung führten, können wie folgt zusammengefasst werden: Das bestehende Stadtemblem war heraldisch falsch. Richtigerweise müssen nämlich über dem Wappenschild fünf statt drei Zinnen oder Türme vorhanden

sein. Der Stadtrat erklärte das geänderte Stadtemblem mit fünf Zinnen für die ganze Stadtverwaltung als verbindlich. Er erliess aber keine Richtlinien, die eigenständige Auftritte der Dienstabteilungen ausschliessen.

Einheitliche Gestaltung städtischer Schriftstücke

1996 erliess der Stadtrat verbindliche Normen für die Gestaltung von Schriftstücken (StRB Nr. 581/1996). Die Ziele lauteten 1. Identität der Stadt Zürich stärken; 2. Individualität der Absender aller Stufen zum Ausdruck bringen; 3. Zugehörigkeit zur Stadt Zürich sichtbar machen; 4. Benutzerfreundlichkeit für Amtsstellen und Bürger verbessern; 5. Kosteneinsparungen durch ökologische Produktion erreichen.

Die auf den ersten Blick widersprüchlichen Forderungen nach mehr *Einheit* und *Individualität des Absenders* waren dabei eine besondere Herausforderung. Mit der Möglichkeit zur Beibehaltung bzw. Integration eigener Logos konnten die Gestaltungsvorgaben der Ernst Hiestand + Partner AG den Zielen gerecht werden. Dies, ohne dabei aber zu grosse Kompromisse bezüglich des einheitlichen Erscheinungsbildes der Stadt Zürich einzugehen. Die Zielsetzung, dass durch ein einheitliches Erscheinungsbild keine unverantwortbar hohen Kosten entstehen dürfen, stand für den Stadtrat von Anbeginn an ebenfalls klar im Vordergrund.

Einführung des Dachmarkenkonzepts

Aufgrund der 1996 beschlossenen Normen präsentierte sich das Schriftgut der städtischen Verwaltung weitgehend einheitlich. Drucksachen wie Broschüren, Berichte, Merkblätter, Plakate, Hinweistafeln und digitale Vorlagen waren aber uneinheitlich. Es fehlte eine wohl überlegte Gesamtstrategie mit einem unverwechselbaren Markenzeichen. Deshalb entschloss sich der Stadtrat 2005 für die Weiterentwicklung der bestehenden Gestaltungsrichtlinien (StRB Nr. 1292/2005). Folgende Anforderungen wurden mit der Überarbeitung des Erscheinungsbildes verbunden: 1. Sichtbarmachen des städtischen Leistungsspektrums; 2. Identitätsbildung und Profilierung; 3. Kostenreduktion und Effizienzsteigerung.

Die vom Stadtrat beschlossene Dachmarkenstrategie umfasst die städtischen Leistungen wie eine Klammer. Alle Organisationseinheiten und deren Dienstleistungen werden der Dachmarke «Stadt Zürich» untergeordnet und so transparent gemacht. Jeder visuelle Auftritt einer untergeordneten Organisationseinheit stärkt auch die Präsenz der Dachmarke «Stadt Zürich». Das vereinende Zeichen der Stadtverwaltung ist das Stadtemblem. Das Stadtemblem mit Wappen, Löwen und fünf Zinnen als alleiniges Zeichen repräsentiert gleichermassen die Stadtregierung und die Verwaltung. In den Gestaltungsrichtlinien verbindlich vorgeschrieben sind Logo und Logoplatzierung, Gestaltungsraster und Schrift. Sie bilden die Grundlage für das visuelle Erscheinungsbild und Massstab für die Wiedererkennbarkeit des Stadtauftritts über alle Mittel und Medien. Zudem helfen die definierten Gestaltungsparameter mit, die gestalterische Qualität von bereits bestehenden städtischen Erzeugnissen ohne grossen Aufwand zu verbessern. Gleichzeitig können durch die Vereinheitlichung die Kosten für die Gestaltung von Drucksachen erheblich reduziert werden. Dem mit der Einführung der Dachmarkenstrategie verbundenen Verzicht auf Eigenlogos stehen freie Gestaltungsmöglichkeiten gegenüber: Bei Kommunikationsmitteln ist die Wahl der übrigen Gestaltungsparameter wie Farben, Typografie, Bildsprache und die Verwendung zusätzlicher Grafikelemente jeder Organisationseinheit überlassen. Das Credo des Stadtrats lautet: «So viel Einheitlichkeit wie möglich und so viel Eigenständigkeit wie nötig.»

Zu den Fragen 1 bis 4: In den 30 Jahren zwischen 1975 und 2005 entstanden in der städtischen Verwaltung verschiedene Logos. Gründe dafür waren die Bestrebungen für mehr Eigenständigkeit im Rahmen der wirkungsorientierten Verwaltungsreform, die Förderung eigener Abteilungskulturen, die 1995 angenommene Vorlage über die Reorganisation der Stadtverwaltung und die damit verbundenen Umbenennungen von Organisationseinheiten sowie die Ausrichtung am Markt. Die Zugehörigkeit der jeweiligen Organisationseinheiten zur Stadt Zürich war in Verbindung mit den Wortmarken (z. B. «Zürich», «der Stadt Zürich») bzw. zusammen mit den Absenderangaben ersichtlich. 2005 regelt der Stadtrat bei der Überarbeitung des städtischen Erscheinungsbildes auch die Fragen der eigenen Logos.

Die Kosten für die Entwicklung der eigenständigen Auftritte der Dienstabteilungen in den letzten 30 Jahren lassen sich heute nicht mehr mit verhältnismässigem Aufwand eruieren. Grundsätzlich erfolgten die Umstellungen bei Drucksachen, IT usw. schrittweise bzw. bei Neubeschaffungen und innerhalb der jeweiligen Jahresbudgets.

Zu den Fragen 5 bis 7: Die Einführung eines neuen visuellen Auftritts einer Dienstabteilung lag in der Entscheidungskompetenz der zuständigen Departementsvorstehenden. Die Gestaltungsvorgaben der Ernst Hiestand + Partner AG für die städtischen Korrespondenzmittel liessen die Integration eigener Logos explizit zu.

Zu Frage 8: Organisationseinheiten, die ihr Logo behalten wollten, mussten ein Ausnahmebegehren an den Stadtrat richten. Die Ausnahmebegehren mussten mindestens eines von drei durch den Stadtrat festgelegten Kriterien erfüllen: 1. Bekanntheit und Vitalität der Marke; 2. Wettbewerbsfähigkeit; 3. Widerstand von Kooperationspartnern. Aufgrund dieser Kriterien hat der Stadtrat am 16. November 2005 die Ausnahmebegehren des Elektrizitätswerks der Stadt Zürich (ewz) und der Verkehrsbetriebe Zürich (VBZ) genehmigt (StRB Nr. 1587/2005).

Zu Frage 9: Die Einführung des überarbeiteten Erscheinungsbildes erfolgt schrittweise seit Herbst 2005. Denn es ist nicht denkbar, dass die Stadt Zürich über Nacht ihr Erscheinungsbild vereinheitlicht, wie das bei Grossunternehmen der Privatwirtschaft üblich ist. Mit oberster Priorität wurden im ersten Halbjahr 2006 Korrespondenzmittel (Brief, Fax, Kuverts, Visitenkarten usw.), Publikationen (Broschüren, Flyer, Plakate, Stelleninserate usw.) und digitale Medien (Powerpoint-Präsentationen, E-Mail-Absender) dem überarbeiteten Erscheinungsbild angepasst. Dafür stellt die Stadtkanzlei zentral die elektronischen Vorlagen zur Verfügung. Vordruckte Korrespondenzmittel und bestehende Drucksachen sollen bis Ende 2007 aufgebraucht werden; sie können in Ausnahmefällen auch länger im Einsatz bleiben.

Die seit März 2004 bestehenden Gestaltungsrichtlinien (Signaletik) für die Verwaltungsbauten der Stadt Zürich werden ebenfalls an das überarbeitete Erscheinungsbild angepasst. Die Signaletik-Richtlinien sollen wie bisher bei Neubauten, Umbauten und Renovationen sukzessive und innerhalb der bewilligten Budgets umgesetzt werden.

Für Fahrzeugbeschriftungen, IT-Applikationen, Uniformen und Arbeitskleider, Ausweise, Werbemittel usw. sind separate Umsetzungsplanungen mit grosszügigen Übergangsfristen vorgesehen.

Selbstverständlich hat die Einführung des überarbeiteten Erscheinungsbildes auch Kosten zur Folge. Der Aufwand für die Umsetzung in den Departementen muss sich grundsätzlich im Rahmen der ordentlichen Jahresbudgets bewegen. Ziel des Stadtrats ist eine pragmatische und etappenweise Umsetzung der neuen Gestaltungsrichtlinien bei Reparatur, Revision, Neubeschaffung, Systemumstellung. Dies kann – wie im Fall der Abo-Chipkarten des Sportamtes – durchaus bis 2012 oder im Fall von Gebäudeanschriften auch länger dauern. In Ausnahmefällen, in denen die Lebensdauer die Übergangsfrist überschreitet, wird der Stadtrat zwischen der konsequenten Umsetzung der Dachmarkenstrategie und den daraus resultierenden Kosten zu entscheiden haben.

Auf der anderen Seite werden die neuen Gestaltungsrichtlinien auch Kosteneinsparungen ermöglichen. Zum Beispiel durch den Verzicht auf farbige, vordruckte Korrespondenzmittel, durch die Vereinheitlichung der Gestaltungsparameter für Kommunikationsmittel und durch die bereits erfolgte Reduktion der städtischen Internet-Adressen.

Mitteilung an den Stadtpräsidenten, die übrigen Mitglieder des Stadtrates, den Stadtschreiber, den Rechtskonsulenten, die Kommunikationsbeauftragten der Departemente und den Gemeinderat.

Für getreuen Auszug
der Stadtschreiber