

Landeshauptstadt Magdeburg

Stellungnahme der Verwaltung

öffentlich

Stadtamt	Stellungnahme-Nr.	Datum
III/Team 1	S0125/11	11.05.2011

zum/zur

A0059/11 interfraktionell, FDP-Ratsfraktion, Fraktion SPD-Tierschutzpartei-future!

Bezeichnung

Verwendung des OTTO-Design durch alle Städtischen Betriebe und Einrichtungen

Verteiler

Tag

Der Oberbürgermeister	21.06.2011
Verwaltungsausschuss	02.09.2011
Ausschuss für Regionalentwicklung, Wirtschaftsförderung und kommunale Beschäftigungspolitik	08.09.2011
Finanz- und Grundstücksausschuss	21.09.2011
Stadtrat	22.09.2011

Die Antragsteller regen an, die neue Dachmarke Ottostadt Magdeburg auch in den städtischen Gesellschaften und Eigenbetrieben einzusetzen und die Vertreter der Stadt in den jeweiligen Gremien der Gesellschaften und Eigenbetriebe zu beauftragen bzw. zu bitten, dass bei Außenauftritten und für den Schriftverkehr das Corporate Design (CD) der Otto-Kampagne in geeigneter Form durch das jeweilige Unternehmen genutzt wird.

Die Stadtverwaltung unterstützt die Grundintention des Antrags A0059/11. Nachdem die Stadtverwaltung seit Mitte des letzten Jahres das Ottostadt Magdeburg CD als verbindliche Vorgabe für den Außenauftritt der Stadt nutzt, sollten nunmehr auch die von der Stadt getragenen Einrichtungen stärker als bisher in das gesamtstädtische Marketing eingebunden werden. Die Landeshauptstadt Magdeburg ist in vielfacher Weise für ihre Bürger und Besucher abseits der reinen Stadtverwaltung aktiv und präsent. Insbesondere die städtischen Eigenbetriebe und Gesellschaften arbeiten an vielen wichtigen Stellen für die Bürger und Gäste der Stadt. Grundintention der Dachmarkenkampagne Ottostadt Magdeburg ist es, die Bekanntheit und das Image der Stadt zu verbessern. Dies gelingt um so stärker, je mehr Partner die Dachmarke aktiv nutzen. Die Stadtverwaltung unterstützt daher den Ansatz des Antrages, die Dachmarke Ottostadt Magdeburg auch über die Eigenbetriebe und Gesellschaften mit mehrheitlich städtischer Beteiligung bekannter zu machen.

Die Übernahme des kompletten Corporate Designs der Stadtverwaltung inklusive Farbwelt, Störer und Logo in die Eigenbetriebe und Gesellschaften erscheint aber nicht wünschenswert, um das individuelle Erscheinungsbild der jeweiligen Gesellschaften auch weiterhin erkennbar zu halten. Die Dachmarke Ottostadt Magdeburg soll vom Ansatz her ja auch nicht das individuelle Erscheinungsbild aller Partner überlagern und ersticken sondern durch die Nutzung von Elementen der Dachmarke dazu beitragen die Bekanntheit der Stadt und der mit der Dachmarke arbeitenden Partner zu verbessern.

Aus Sicht der Verwaltung soll aber auch für Außenstehende erkennbar sein, dass die Landeshauptstadt hinter einem Eigenbetrieb oder einer städtischen Gesellschaft steht. Bei der Integration von Gestaltungselementen der Dachmarke Ottostadt Magdeburg in den Öffentlichkeitsauftritt der Gesellschaften und Eigenbetriebe sollte daher von diesen ein Mindeststandard an Übernahme von Corporate Design Elementen gefordert werden, der aus Sicht der Verwaltung darin liegen könnte, das Logo der Ottostadt im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der jeweiligen Gesellschaften und Eigenbetriebe mit zu benutzen ohne aber das bisherige Corporate Design aufzugeben. In diesem Sinne sollten die Vertreter des

Stadtrats bzw. der Stadtverwaltung in den Gesellschaften und Eigenbetrieben aufgefordert werden in ihren jeweiligen Gremien zu agieren.

Rainer Nitsche
Beigeordneter