

Informationsvorlage



Vorlagen-Nr 0202/2013

Zuständigkeit: Büro des
Regionalverbandsdirektors
Vorlagen-Datum: 03.06.2013

Neues Corporate Design für den Regionalverband Saarbrücken

Beratungsfolge	Termin	Status	Beschlussart	Ergebnis
Regionalverbandsausschuss	13.06.2013	Ö	Kenntnisnahme	zur Kenntnis genommen

Sachverhalt:

Vor fast 20 Jahren wurde im damaligen Stadtverband Saarbrücken das stilisierte Saarbrücker Schloss mit dem Schriftzug „Stadtverband Saarbrücken“ als einheitliches Logo eingeführt. Dabei wurde – auch aus Kostengründen - darauf verzichtet ein detailliertes und alle Bereiche regelndes Erscheinungsbild (Corporate Design, CD) festzuschreiben. Publikationen wie Broschüren, Faltblätter, Plakate oder Anzeigen sowie Briefköpfe und Formulare wurde vom hauseigenen Grafiker sukzessive umgestaltet.

Im Laufe der vergangenen zwei Jahrzehnte erfuhr der Stadtverband Saarbrücken erhebliche Zuwächse in seinen Aufgaben und Zuständigkeiten. Parallel dazu stiegen die Veröffentlichungen in den verschiedensten Fachdiensten erheblich an. Damit verbunden war die teilweise externe Vergabe von Gestaltungsaufträgen, die nicht immer mit dem für das einheitliche CD zuständigen Pressereferat abgestimmt. Hinzu kamen Publikationen in Kooperation mit Dritten (beispielsweise in den Bereichen Tourismus oder Kultur), in denen der Stadtverband nur noch mit seinem Logo vertreten war.

Dadurch entstand ein sehr inkohärentes Erscheinungsbild des Stadtverbandes Saarbrücken, das die Wahrnehmung in der Öffentlichkeit erheblich erschwert hat. Erschwerend kam 2008 die Umbenennung von Stadtverband in Regionalverband hinzu, wobei am Logo nur diese Bezeichnung ausgetauscht wurde. Schriftart und Bildmarke blieben unverändert.

Im Zusammenhang mit der Weiterentwicklung des Marketings für das Saarbrücker Schloss kam die fachdienstübergreifende Arbeitsgruppe auch zu dem Entschluss, das CD des Regionalverbandes Saarbrücken grundsätzlich zu überarbeiten und zu vereinheitlichen. Alle Beteiligten kamen dabei zu dem Ergebnis, dass dies alleine mit

hausinternen Ressourcen nicht umzusetzen ist. Es wurde daher beschlossen, eine Agentur mit der Gestaltung eines Corporate Designs für den Regionalverband Saarbrücken zu gestalten.

Konsens war dabei auch, dass die Agentur aus Kostengründen nur einen verbindlichen Gestaltungsrahmen entwickelt, der in der konkreten Umsetzung vom hausinternen Grafiker ausgeführt wird. Dadurch können die zahlreichen Folgeprodukte hausintern und kostengünstiger erstellt werden. Eine weitere Vorgabe war, dass die seit vielen Jahren bestehende Wort-Bild-Marke nicht geändert wird. Damit sollte zum einen der in den zwei Jahrzehnten ihrer Verwendung entstandene Bekanntheitsgrad erhalten bleiben, zum anderen sollten aufgrund der vielfältigen Verwendung des bestehenden Logos unverhältnismäßige Folgekosten vermieden werden.

In der Folge wurde eine beschränkte Ausschreibung unter Werbeagenturen der Region durchgeführt, die ein Corporate Design für den Regionalverband Saarbrücken – einschließlich eines Grafikhandbuchs für alle Printprodukte und Publikationen – erstellen sollte. An einem als Teilnahmewettbewerb gestalteten Verfahren haben sich fünf regionale Werbeagenturen beteiligt. Eine Jury unter Vorsitz des Regionalverbandsdirektors hat sich dann für den Entwurf der Saarbrücker Agentur HDW entschieden und ihr den Auftrag erteilt.

Bei dem neuen CD wurden Schriften, Farben und Proportionen der Publikationen auf einen zeitgemäßen Stand gebracht. Die bestehende Wort-Bild-Marke wurde nicht verändert, lediglich der veraltete Schrifttyp wurde modernisiert. Ergänzend zu dieser Wort-Bild-Marke wurde ein neues grafisches Element entwickelt, bei dem sich sechs farblich differenzierte Symbole in einem Kreis zu einem Ganzen verbinden. Entsprechend dazu kommt die textliche Kernaussage „Der Regionalverband. Verbindet Städte, Gemeinden und Menschen.“.

In der Sitzung werden Regionalverbandsdirektor Peter Gillo und der Geschäftsführer von HDW, Mathias Hahn, das neue Corporate Design für den Regionalverband Saarbrücken vorstellen.