



Stadt Freiburg im Breisgau · Presse- und Öffentlichkeitsreferat
Postfach, 79095 Freiburg im Breisgau

Freie Wähler Stadtratsfraktion Freiburg
Rathausplatz 2 – 4
79098 Freiburg

- per E-Mail als pdf -

fraktion@freie-waehler-freiburg.de



Stadt Freiburg im Breisgau
Presse- und
Öffentlichkeitsreferat

T 0761 201-1310
pressereferat@freiburg.de
Rathausplatz 2-4
79098 Freiburg im Breisgau
www.freiburg.de

Ihr Zeichen/Schreiben vom

Unser Aktenzeichen

Ihnen schreibt

Freiburg, den
05.02.2025

Anfrage nach. § 24 IV GemO zu Sachthemen außerhalb von Sitzungen
hier:

Stand Prozess „Corporate Design der Stadt Freiburg“ bzw. aktuelle Verwendung von diversen Logos

Sehr geehrte Frau Stadträtin,
sehr geehrter Herr Stadtrat,

vielen Dank für Ihr Schreiben vom 09.01.2025.

Zu den von Ihnen aufgeführten Darstellungen nehmen wir wie folgt Stellung:

1.

Wird der durch die Verwaltungsvorlage mitgeteilte Prozess weiterverfolgt? Falls ja, wann ist mit einer finalen Vorlage/Entscheidung der Verwaltung zu rechnen? Ist die Einbeziehung/Entscheidung des Gemeinderates vorgesehen und falls ja, wann und in welcher Form?

Der Prozess wurde, wie im dargestellten Zeitplan weiter umgesetzt. Lediglich der Pitch sowie die Beauftragung der Agentur hat sich einige Monate nach hinten verschoben und damit auch die Erarbeitung des Styleguides und die entsprechende Umsetzung eines einheitlichen Corporate Designs (CD) für die gesamte Verwaltung. Mit der stadtweiten Einführung des CDs am 16. Januar 2025 ist ein zentraler Meilenstein erreicht. In einem nächsten Schritt wird die Verzahnung des neuen CDs mit den städtischen Gesellschaften überprüft und wo sinnvoll und möglich, umgesetzt.

In der Beschlussvorlage DS G-23/214 wurde der Gemeinderat über den Stand informiert.

Ende März 2024 hat die Stadtverwaltung nach einem Pitch die regionale Agentur „Designconcepts“ beauftragt, das neue Corporate Design für die Stadt Freiburg zu erstellen.

Seit dem 16. Januar 2025 wird das neue Erscheinungsbild nach und nach innerhalb der Stadtverwaltung umgesetzt. Die Umstellung auf das neue städtische CD ist ein sukzessiver Prozess. Noch vorhandene Druckerzeugnisse und alle Materialien im alten Design können aus Gründen der Nachhaltigkeit selbstverständlich weiterhin verwendet werden. Erst bei einer Neuauflage von Druckerzeugnissen und Materialien kommt das neue städtische Design zum Einsatz.

Der Gemeinderat war in den Prozess der Markenfindung sowie der Übernahme des runden FREIBURG-Logos für die Stadtverwaltung miteinbezogen. Dazu gab es neben Workshops auch ein Fraktionsgespräch.

2.

Welche Agenturen, bzw. externen Dienstleister waren bzw. sind bisher mit diesem Thema beauftragt worden? Welche Kosten sind hierdurch entstanden? Falls ja, wurde der mitgeteilte Kostenrahmen eingehalten?

Einbezogen waren mehrere Agenturen. Eine, die bereits den Markenprozess der FWTM begleitet hat, sowie drei Agenturen für die Ausarbeitung des neuen Corporate Design der Stadt Freiburg. Von den drei angefragten Agenturen für die Ausarbeitung des neuen CDs wurde eine ausgewählt.

Für den Beteiligungs- und Entwicklungsprozess wurde die Agentur „Brand Trust“ aus Nürnberg beauftragt. Hier lag der Schwerpunkt auf Anpassung und Weiterentwicklung der Ergebnisse des zeitlich vorgelagerten Markenprozesses der FWTM. Wie ebenfalls in der DS G-23/214 ausgeführt, hat die Stadtverwaltung aus Kosten- und Effizienzgründen auf den durch die FWTM bereits getätigten Prozess aufgebaut. Dadurch konnten Kosten vermieden werden. In zwei Workshops (8. Februar 2023 und 20. März 2023) hat die Projektgruppe gemeinsam mit „Brand Trust“ mit über 30 Teilnehmer*innen aus Stadträt*innen, Mitarbeiter*innen der Stadtverwaltung sowie repräsentativen Vertreter*innen aus der gesamten Stadtgesellschaft (Wirtschaft, Sport, Jugend, Wissenschaft, Kultur, Zivilgesellschaft) den touristischen Markenkern sowie das Markenprofil der FWTM überprüft und um gesamtstädtische Belange ergänzt. Dabei war festzustellen, dass der bei den Workshops erarbeitete Markenkern des Standortes Freiburg in nahezu allen Merkmalen mit dem der Tourismusmarke übereinstimmt.

Die Kosten hierfür lagen für die Stadt Freiburg bei rund 56.000 Euro.

Für die Umsetzung des neuen CDs für die Stadtverwaltung wurde die Agentur „Designconcepts“ aus Freiburg beauftragt. Sie erarbeitete ein Corporate Design Manual zur Anwendung des Logos, und gestaltete Vorlagen für Schriften, Briefbögen, Farben, Geschäftsausstattung sowie eine Vielzahl von Produkten der gesamten analogen und digitalen Öffentlichkeitsarbeit u.v.m. Für diesen Prozess wurden insgesamt rund 94.000 Euro aufgewendet.

Da das Corporate Design Manual deutlich mehr Vorlagen und Produkte als ursprünglich in der DS G-23/214 kalkuliert umfasst, konnte der genannte Kostenrahmen von 50.000 Euro für die Erstellung des Style Guides nicht eingehalten werden.

Ein Vergleich des nun tatsächlich aufgewendeten Betrags von 94.000 Euro mit den Ausgaben anderer Kommunen oder auch Unternehmen für ein neues Erscheinungsbild, zeigen, dass die Kosten deutlich im unteren Bereich liegen. Schon bei Aufforderung zur Angebotsabgabe war kaum eine Agentur bereit, für den von der Stadtverwaltung vorgegebenen Kostenrahmen überhaupt ein Angebot abzugeben.

3.

Was sind die Gründe, dass der von der Verwaltung mitgeteilte zeitliche Rahmen nicht eingehalten wurde?

Der Prozess war von Beginn an zeitlich sehr ambitioniert. Bei so einem Großprojekt für die gesamte Verwaltung mit über 40 Ämtern und Dienststellen kann es durch Nachjustierungen, Korrekturschleifen und Beteiligungsformaten schnell zu Verzögerungen kommen.

Der Prozess wurde von Mitarbeiterinnen neben dem laufenden Tagesgeschäft umgesetzt. Es gab keine zusätzlichen personellen Ressourcen, wie sonst in großen Projekten üblich.

4.

Ist der Verwendung des weiteren Logos durch das Baurechtamt mit der Verwaltungsspitze abgestimmt worden bzw. wurde die Verwendung genehmigt?

In den letzten Jahren haben viele Ämter und Dienststellen vermehrt eigenen Logos angewendet. Im Grundsatz mussten diese zentral durch das Presse- und Öffentlichkeitsreferat freigegeben werden.

Diese Situation steht aber im Widerspruch zu einer für die Außenwelt klaren, einheitlichen und wiedererkennbaren Bild- und Symbolsprache. Sie ist einer der zentralen Gründe hinter der Entscheidung für ein neues, einheitlicheres Erscheinungsbild und der Vorgabe des neuen CDs.

5.

Wie stellt sich die Verwaltung die weitere Vorgehensweise in dieser Angelegenheit vor?

Schrittweise werden die neuen Vorgaben und Regeln seit Mitte Januar 2025 stadtweit umgesetzt. Hierzu wurde für die Mitarbeiter*innen ein ausführlicher Informationsbereich im städtischen Intranet aufgesetzt, der fortlaufend um weitere Informationen und Vorlagen ergänzt wird.

Wie unter Ziffer 1 genannt, wird die Umstellung sukzessive erfolgen. Noch im Umlauf befindliche Druckmedien werden erst bei Neuauflage nach den Vorgaben des neuen CDs erstellt und gedruckt werden. Die Umstellung der online verfügbaren Medien wird auch noch einige Monate in Anspruch nehmen.

Parallel wird die Übertragung des CDs auf städtische Gesellschaften und Eigenbetriebe in den Blick genommen.

Mit freundlichen Grüßen



Martina Schickle
Referatsleiterin