



Protokollauszug vom

21.10.2020

Stadtkanzlei:

Überarbeitete CD-Richtlinien

IDG-Status: teilweise öffentlich

SR.20.657-1

Der Stadtrat hat beschlossen:

1. Die überarbeiteten Richtlinien für das städtische Erscheinungsbild werden gemäss Beilage genehmigt und per 1. Dezember 2020 in Kraft gesetzt.
2. Die Fachkommission Erscheinungsbild wird beauftragt, die Richtlinien intern bekannt zu machen.
3. Die Departemente werden beauftragt, die neuen Richtlinien umzusetzen.
4. Dieser Beschluss wird am 5. November 2020 veröffentlicht.
5. Mitteilung an: alle Departemente, Stadtkanzlei, Kommunikation Stadt Winterthur (Fachkommission Erscheinungsbild, Informationskonferenz).

Vor dem Stadtrat

Der Stadtschreiber:

A. Simon

Begründung:

1. Ausgangslage

Das Erscheinungsbild (Corporate Design) macht einen wesentlichen Teil der Identität der Verwaltung aus. Gegen aussen führt die Identität zu einer Erkennbarkeit und Profilierung. Gegen innen erzeugt sie ein Bild des Unternehmens und eine Identifikation mit ihm. Die Richtlinien für das Erscheinungsbild sind daher für den Stadtrat ein wichtiges Führungsinstrument.

Die Fachkommission Erscheinungsbild (CD-Com) setzt sich für die Einhaltung der Richtlinien ein, prüft Anwendungen, die nicht explizit geregelt sind und bietet Hilfestellungen für die Umsetzung an. Bei Bedarf überarbeitet die Fachkommission die Richtlinien und legt sie dem Stadtrat zur Beschlussfassung vor.

Der Stadtrat hat am 5.12.2018 die Mitglieder der Fachkommission Erscheinungsbild neu gewählt (SR.18.982-1). In der Begründung wurde darauf hingewiesen, dass die Richtlinien aus dem Jahre 2013 überarbeitet werden sollen. Die Kommission legt hiermit überarbeitete Richtlinien vor.

2. Grössere Änderungen

Die Änderungen haben unterschiedlichste Qualitäten, reichen von Kompetenzverschiebungen bis zu sprachlichen Kleinstkorrekturen. Aus Gründen der Lesbarkeit wird darauf verzichtet, die Änderungen im Korrekturmodus vorzulegen. Stattdessen werden hier diejenigen Änderungen oder Neuerungen beschrieben, die auf strategischer Ebene für den Stadtrat von Bedeutung sind.

Zukünftige Anpassungen der Richtlinien

Neu muss nicht mehr jede Anpassung der Richtlinien dem Stadtrat zur Genehmigung vorgelegt werden. Die CD-Com kann die Richtlinien bei Bedarf anpassen und ergänzen. Sie informiert die Departementssekretärinnen und -sekretäre über geplante Änderungen. Nur wenn die Änderungen in diesem Gremium nicht unbestritten sind, ist der Stadtrat zu konsultieren. Diese Regelung ermöglicht raschere Korrekturen, stärkt die CD-Com und entlastet den Stadtrat. Eine Eskalation an den Stadtrat bleibt in jedem Fall möglich.

Verantwortlichkeiten

Die bisherigen Verantwortlichkeiten bleiben bestehen, neu werden der Informationskonferenz und Kommunikation Stadt Winterthur Aufgaben zugewiesen. Zudem wird die Rolle von Einkauf & Logistik dahingehend geschärft, wonach bei Druckaufträgen, die über sie abgewickelt werden, der gesamte Prozess inklusive Auftragsvergabe abgedeckt wird.

Abgrenzung

In den bisherigen Richtlinien war nicht immer klar, für wen sie gelten. Dies ist jetzt pointierter formuliert. Neu ist festgehalten, dass die Richtlinien für sämtliche Organisationseinheiten gelten, die dem Stadtrat unterstellt sind. Die Richtlinien sind ein Führungsinstrument des Stadtrates, ihm gehört das Stadtlogo. Schulen und Behörden der Stadt Winterthur, die nicht dem Stadtrat unterstellt sind, können den städtischen Auftritt übernehmen und das Stadtlogo verwenden, müssen sich dann aber auch an die Richtlinien halten. Dabei steht es ihnen frei, sich an den Standardvorgaben oder an denjenigen der erweiterten Erscheinungsbild-Kompetenz zu orientieren. Beispiele solcher Einheiten sind der Grosse Gemeinderat und die Finanzkontrolle.

Logo

Die Regelungen das Logo betreffend werden in einem Punkt geändert. Da auf digitalen Plattformen der Einsatz des vollständigen Stadtlogos wegen des verfügbaren Platzes problematisch oder unmöglich sein kann, kann in begründeten Fällen die Bildmarke (rote Balken und Löwen) ohne Wortmarke (Stadt Winterthur) eingesetzt werden.

Geschäftsdrucksachen

Einige Geschäftsdrucksachen, die kaum noch Verwendung fanden, werden in den Richtlinien nicht mehr erwähnt. Es sind dies die Kurzmitteilung, die Aktennotiz, die Korrespondenzkarte und das Faxformular.

Stadtratsbrief

Der Stadtratsbrief entsprach bisher nicht dem Layout des Geschäftsbriefes, war in den Richtlinien nicht erwähnt und wirkte antiquiert. Neu ist er – mit Ausnahme des speziellen Briefkopfes – analog des Geschäftsbriefes gestaltet.

Inserate

Der Abschnitt «Personalinserate und amtliche Publikationen» wurde auf den aktuellen Stand gebracht. Massgebend dafür sind die «Richtlinien Insertion» des Personalamts sowie die Regelungen in der Informationsverordnung resp. der entsprechenden, noch ausstehenden Vollzugsverordnung.

Gebäudebeschriftungen

Bei den Gebäudebeschriftungen ist in der Vergangenheit eine klare Linie verloren gegangen. Die neuen Richtlinien orientieren sich an der Beschriftung des Superblocks, wobei gewisse Optimierungen vorgenommen wurden. Die neuen Richtlinien werden dort umgesetzt, wo Gebäudebeschriftungen erneuert oder erstmals angebracht werden.

Visitenkarte

Die Visitenkarte wurde gestalterisch optimiert und wird neu im übersichtlicheren und eleganteren Hochformat ausgefertigt. Der Wechsel des Formats wird im Zuge von Neubestellungen vorgenommen; ein vorübergehendes Nebeneinander von Quer- und Hochformat ist unproblematisch.

Präsentationen

Bisher gab es keine gesamtstädtische Vorlage oder gar Vorgabe für das Design von Powerpoint-Präsentationen, obwohl sie sehr häufige Mittel in der internen und externen Kommunikation und daher für die visuelle Gesamtwirkung von grosser Bedeutung sind. Neu wird auf dem Intranet eine Vorlage zur Verfügung gestellt, an die sich alle Organisationseinheiten ohne erweiterte Erscheinungsbild-Kompetenz halten.

Erweiterte Erscheinungsbild-Kompetenz sowie Broschüren und Plakate

Die Grundsätze zur erweiterter Erscheinungsbild-Kompetenz wurden neu formuliert. Als Hauptargument für mehr Freiheiten wird das Erreichen von zentralen Kommunikations- resp. Marketingzielen für Organisationseinheiten, die nicht als zur Verwaltung im engeren Sinn gehörend bezeichnet werden können, genannt. Die Design-Vorgaben bleiben praktisch unverändert. Das Stelleninserat wurde den neuen Inserateregeln angepasst, und die Gestaltungsvorgaben für Broschüren, die auch für Einheiten ohne Erweiterte Erscheinungsbild-Kompetenz als Orientierungshilfe gelten, wurden vereinfacht. Bei den Broschüren und den Plakaten wird betreffend die Platzierung des Stadtlogos neu festgehalten, dass sich das Stadtlogo von allfälligen Sponsorenlogos abheben muss.

Marke Winterthur

Zum Umgang mit der neuen Marke Winterthur werden verschiedene Aussagen gemacht. So, dass es im Interesse der Stadt Winterthur sei, wo sinnvoll und möglich, die Marke in der städtischen Kommunikation zu verwenden. Von verbindlichen Vorgaben wird abgesehen. Infolgedessen wird auf grafische Konkretisierungen für die Anwendung verzichtet, da die Marke nicht der Stadt gehört und im konkreten Anwendungsfall eine individuelle Lösung gefunden werden muss.

3. Kommunikation

Die interne Kommunikation dieses Beschlusses erfolgt durch die Stadtkanzlei, Kommunikation Stadt Winterthur, und die Fachkommission Erscheinungsbild. Im Zentrum steht die Information über das Intranet (News-Meldung, Aktualisierung der entsprechenden Fachseiten) sowie über die Gremien und Organisationseinheiten, denen in den Richtlinien Verantwortlichkeiten zugewiesen

werden. Eine allgemeine externe Kommunikation erfolgt nicht. Kommunikationsagenturen, welche die neuen Richtlinien kennen müssen, werden von den jeweiligen städtischen Auftraggebern situativ anlässlich von Auftragsvergaben informiert.

4. Veröffentlichung

Dieser Beschluss wird am 5. November 2020 veröffentlicht, vorgängig erfolgt die interne Information.

Beilage:

1. Überarbeitete Richtlinien für das Erscheinungsbild