

**Stabsstelle Wirtschaftsförderung
Büro des Bürgermeisters
Fachbereich 1**

**Anfrage der FDP-Fraktion: „Neues Logo der Stadt Rödermark“ (Anfrage)
vom 22.08.2020, eingegangen am 24.08.2020
Workflow - Vorlagennummer FDP/0209/20**

Sachverhalt:

Der Presse, z.B. der Offenbach Post vom 21.08.2020, sowie den sozialen Netzwerken war zu entnehmen, dass die Stadt Rödermark sich ein neues Logo gegeben hat. Dass ein neues Logo in Arbeit und vor allem auch ganz wesentlich in ehrenamtlicher Arbeit war, ist schon länger bekannt und die Kommission „Leitbild und Stadtentwicklung“ war in dessen Entstehungsprozess aktiv mit eingebunden.

Laut vorstehend genannter Presseberichterstattung sei das „alte“ Logo der Stadt nicht digitalisierbar und daher uneinheitlich und unpraktisch gewesen. Eine monetäre und zeitliche Ersparnis könne daher mit einem/dem neuen, digitalisierbaren Logo erreicht werden. Ebenso werden in der Meldung in diesem Zusammenhang die Begriffe „E-Government“ und „Intranet“ in Bezug auf die zukünftige digitale Aufstellung der Rödermärker Verwaltung genannt.

Die FDP-Fraktion fragt vor diesem Hintergrund gemäß § 16 I GO der STAVO, i.V.m. § 50 II HGO, an:

- 1) Existiert bei der Stadt Rödermark eine generelle „Corporate Identity - CI“, in der alle Dokumente, Briefe, Vorlagen, Bescheide, Social Media, etc. entsprechend beschrieben und geregelt bzw. festgelegt sind?
 - 2) Welche Stelle in der Verwaltung ist für ein einheitliches Layout von Vorlagen usw. verantwortlich?
 - 3) Arbeitet die Verwaltung der Stadt Rödermark nach einer (zertifizierten) ISO-Norm? Wenn ja, nach welcher?
 - 4) Warum war es – wie behauptet – nicht möglich, die existierende Datei des „alten“ Logos zu digitalisieren, um eine einheitliche und unproblematische Nutzung in der gesamten Verwaltung während der Nutzungsdauer zu gewährleisten?
 - 5) Um das Einsparpotenzial eines/des neuen Logos entsprechend beziffern zu können, wurde im Vorfeld mit großer Wahrscheinlichkeit ein entsprechender Business Case erstellt, der die Ausgaben (rund 11.000 €) für die Logoentstehung begründet und genauer beziffert. Wie kann die Einsparung in welcher Höhe durch ein neues Logo konkret in welchem Zeitrahmen realisiert werden und welche Bereiche der Verwaltung sind wie davon betroffen?
 - 6) Mit welchen Kosten für die komplette Umstellung (z.B. Schilder, Papierware/Drucksachen/Stationery, usw.) auf das neue städtische Logo wird insgesamt gerechnet? Welcher Zeitrahmen ist hierfür vorgesehen?
- Seite 2 von 1
- 7) Gibt es hinsichtlich der besseren digitalen Aufstellung der Stadt, dem Rüsten für das E-Government und der Entwicklung eines Intranets bereits einen konkreten Business Case, der die nötigen Schritte, Kosten und auch Einsparungen langfristig aufzeigt? Welche konkreten Maßnahmen sind hier kurz- und mittelfristig geplant?
 - 8) Aus welchen Haushaltsmitteln werden bzw. wurden die vorstehend genannten Themen finanziert?

Stellungnahme

Einleitend ist hervorzuheben, dass der Erstellungsprozess des neuen Stadtlogos selbstverständlich tief in den städtischen Gremien verankert war. Die Kommission Leitbild und Stadtentwicklung hat sich zweimal mit der Logoerstellung befasst, am 4.12.2019 mit dem Prozess und am 3.6.2020 mit der Auswahl. Die Empfehlung der Kommission wurde sodann an den Magistrat gegeben, der am 8.6.2020 über das Logo entschied. Die Entscheidungen dieser beiden städtischen Gremien erfolgten jeweils einstimmig. Die FDP-Fraktion war in alle Beratungen und Entscheidungen einbezogen und hat das nun vorliegende Ergebnis vollumfänglich mitentschieden und -getragen.

Zu 1) Ja, selbstverständlich verfügt die Stadt Rödermark über ein Corporate Design Manual. Das Manual zum vorherigen Logo bildete die Basis für das neue Logo und dessen Manual. In der Ausschreibung zum neuen Stadtlogo war die Erstellung eines digitalen Corporate Design Manual, das alle relevanten Dokumente und Kommunikationsbausteine abdeckt, inkl. Social Media Transfer, inbegriffen.

Inhalte und Form, z.B. der Email-Signatur und des Briefbogens, sind zudem in Dienstanweisungen festgelegt.

Zu 2) Zuständig ist der Fachbereich 1 (Organisation und Gremien).

Zu 3) Die Stadt Rödermark orientiert sich an den für sie maßgeblichen DIN-Normen.

Zu 4) Es wurde nie gesagt, das alte Logo sei technisch nicht digitalisierbar.

Zu 5) Eine Logo-Entwicklung ist stets eine strategische Investition, die sich in hohem Maße mittel- bis langfristig amortisiert.

Zentraler Bestandteil der Logo-Entwicklung ist, mit Hilfe der neuen digitalen Strukturen (Umstellung auf das neue Intranet, die neue Homepage und Social Media), alle Kommunikationsprozesse zu verschlanken, zu beschleunigen und zu vereinheitlichen. Dies geschieht über eine zentrale Schnittstelle, die Qualität und Einheitlichkeit steuert. Der Change-Prozess wird im Übrigen durch Implementierungshilfen und individuelle interne Schulungen (durchgeführt von Peter Raesch) begleitet. Beispiele: Standardisierte Templates für alle relevanten Werbemittelformate (Flyer, Plakate); Einführung einer digitalen Plattform zur konfigurierten Druckabwicklung einheitlicher Visitenkarten; Automatisierte Erstellung der E-Mailsignaturen.

Zu 6) Die Briefbögen im neuen Design werden, wie zuvor, ohne Zusatzkosten an den Arbeitsplätzen der Mitarbeiter ausgedruckt. Die Emailsignatur wird ohne Kostenaufwand digital umgestellt. Bestehende Flyer werden bis zum Auslaufen der jeweiligen Auflage, aber in einer überschaubaren Übergangsphase, weiterverwendet und sukzessive ausgetauscht. Alle reinweg digitalen Formate werden natürlich aktualisiert; ohne zusätzlichen Kostenaufwand. Der gesamte Kostenaufwand beläuft sich auf bis zu 20.000 €.

Zu 7) Einen kohärenten „Business Case“ für das hochkomplexe und vielgestaltige Thema „Digitalisierung“ kann es nicht geben. Durch Inkrafttreten des Online-Zugangsgesetzes im August 2017 ist ein eigenes Konzept dafür nicht sinnvoll, da in diesem Bundesgesetz die

Vorgaben, was bis 31.12.2022 umzusetzen ist, festgelegt wurden (575 Dienstleistungen sind zu digitalisieren). Nach Abarbeitung des OZG werden weitere Digitalisierungsmaßnahmen strategisch geplant.

Zu 8) Budgetiert werden die Themen aus den dafür vorgesehenen folgenden Budgettiteln: Online-Zugangsgesetz (Finanzmittel des Landes Hessen), Technikverarbeitende Informationsunterstützung (EDV) und Wirtschaftsförderung/Stadtmarketing.