

Schriftliche Anfrage

betreffend **neuer Schriftzug im Corporate Design der Stadt Winterthur**

eingereicht von: Martin Zehnder namens der GLP/PP-Fraktion

am: 17.3.2014

Geschäftsnummer: 2014/013

Text und Begründung

Die Stadt Winterthur verschickt ihre Post versehen mit dem Logo der zwei Löwen und vorangestellt die Worte „Stadt Winterthur“. Seit ein paar Wochen ist dieser Schriftzug breiter, die Abstände zwischen den Buchstaben sind grösser; es handelt sich eindeutig um ein neues Briefkopfflogo. Eine Änderung des Schriftzuges bedeutet auch, dass ein Kernelement des Corporate Designs änderte und die Stadt ihr Erscheinungsbild weiterentwickelt hat.

Wenn ein Kernelement wie das Logo geändert wird, hat dies weitreichende Konsequenzen. In der Regel müssen alle Elemente des Auftritts der Stadt Winterthur erneuert werden. Dies umfasst zum Beispiel: Briefpapier, Überarbeitung aller Drucksachen (Flyer, Prospekte, Broschüren etc.), Internet Auftritt, eMail Signaturen aller 4500 Mitarbeiter, Beschriftung der Gebäude, Beschriftung der Fahrzeuge etc..

Ein neuer Auftritt macht nur dann Sinn, wenn er konsequent umgesetzt wird. Dies ist mit einem erheblichen zeitlichen und finanziellen Aufwand verbunden. In diesem Zusammenhang stellen wir dem Stadtrat folgende Fragen:

1. Warum wurde das Corporate Design überarbeitet? Und warum jetzt?
2. Werden vorgedruckte Couverts und Briefpapier oder anderes beschriftetes Material mit dem vorgedruckten alten Stadtlogo noch aufgebraucht oder werden sie entsorgt?
3. Mit welchen Kosten muss für die komplette Umsetzung und Implementierung des neuen Corporate Designs gerechnet werden? Wie lange dauert es, bis das CD komplett umgesetzt ist?
4. Entstehen Kosten, weil Gebäude und Büroräume vor dem Umzug in den Superblock neu beschriftet werden müssen?
5. Werden vorgedruckte Couverts und Briefpapier nach dem Umzug in den Fokus, wegen der neuen Adresse, entsorgt oder anderweitig aufgebraucht?