

Fachbereich: Eigenbetrieb Wirtschaftsförderung

Gemeinderatsvorlage Nr. 15/2016
 Ortschaftsratsvorlage WM Nr. /
 Ortschaftsratsvorlage TB Nr. /

Vorlage an Sitzung am	GR <input type="checkbox"/>	VA <input checked="" type="checkbox"/> AUT <input type="checkbox"/> OR-WM <input type="checkbox"/> OR-TB <input type="checkbox"/>	öffentlich <input checked="" type="checkbox"/> nichtöffentlich <input type="checkbox"/>
Vorberatung Sitzung am	ja <input type="checkbox"/> nein <input checked="" type="checkbox"/>	VA <input type="checkbox"/> AUT <input type="checkbox"/> OR-WM <input type="checkbox"/> OR-TB <input type="checkbox"/>	öffentlich <input type="checkbox"/> nichtöffentlich <input type="checkbox"/>
Sperrvermerk für Presse	ja <input type="checkbox"/> nein <input checked="" type="checkbox"/>	Verfasser: Jungbeck Beteiligte FB: 1, FB 3, EB Wifö	Beteiligung des Umweltschutzbeauftragten ja <input type="checkbox"/> nein <input checked="" type="checkbox"/>
Aktenzeichen 791.0		Stichwort Markenbildungsprozess	Folgekostenberechnung ja <input type="checkbox"/> nein <input checked="" type="checkbox"/>

Markenbildungsprozess - Entwicklung Slogan und Logo

1. Bericht

Als Ergebnis aus der ersten Phase des Markenbildungsprozesses wurde in der Gemeinderatssitzung am 10.12.2015 der Beschluss gefasst, die im folgenden aufgeführten Maßnahmen im Jahr 2016 umzusetzen:

- o Erarbeitung neuer Slogan (Einwohnerwettbewerb unter Vorgabe von Kriterien)
- o Erarbeitung neues Logo (Agenturpitch)
- o Erarbeitung neues Corporate Design(CD) (Agenturpitch; Grundlage: Markenanalysen, Markenpositionierung)
- o Umsetzung neues CD / Logo / Slogan in Printmaterialien der Stadt

Entsprechend der Anlage soll ein Slogan unter umfassender Einbeziehung der Bevölkerung von März bis Juni 2016 entwickelt werden. Der Auftakt der Sloganfindung soll im Rahmen einer Bürgerveranstaltung stattfinden. Die im Wettbewerbszeitraum eingereichten Slogans werden anhand der festgelegten Kriterien vorausgewählt. Der Lenkungskreis, welcher bereits den Markenbildungsprozess 2015 begleitet hat, wird eine Auswahl von 3-5 Slogans treffen. Diese werden dann zur Bewertung im öffentlichen Rahmen (online und offline) freigegeben.

Auf dieser Grundlage soll von Juni bis September 2016 direkt anschließend die Erarbeitung eines Logos erfolgen. In einer öffentlichen Ausschreibung sollen Agenturen zur Bewerbung aufgefordert werden. Eine Vorauswahl von maximal 5 Agenturen wird aufgefordert, sich am Wettbewerb mit konkreten Entwürfen zu beteiligen. Die Entwürfe werden im Verwaltungsausschuss (VA) bzw. Gemeinderat (GR) von der jeweiligen Agentur präsentiert, eine Entscheidung soll direkt anschließend vom VA bzw. GR getroffen werden.

Die Kosten zur Umsetzung der beiden genannten Bausteine 'Slogan' und 'Logo' durch die imakomm-Akademie betragen 15.840 € (netto) zzgl. 3.009,60 (MwSt.), damit insgesamt 18.849,60 € (brutto).

2. Beschlussvorschlag

Die Firma imakomm Akademie GmbH wird mit den in der Anlage skizzierten Leistungen beauftragt. Die Kosten betragen 18.849,60 € (brutto).

Schramberg, den **02.02.2016**

Jungbeck
EB Wifö

Kammerer
FB 3

U. Weisser
FB 1

3. Aufnahme auf die Tagesordnung des

- OR-WM am
- OR-TB am

Ortsvorsteher/in

4. Aufnahme auf die Tagesordnung des

- VA am 18.02.2016
- AUT am
- GR am

Thomas Herzog
Oberbürgermeister

Ziel:

- Entwicklung eines Slogans sowie Logos für die „Marke Schramberg“, der alle definierten Kriterien bestmöglich erfüllt und dem der Lenkungskreis, der Gemeinderat sowie die Bürgerschaft mit überwältigender Mehrheit und voller Überzeugung zustimmen.

Schritte	Leistungen der imakomm AKADEMIE	Realistischer Zeitplan	Zeit- und Kostenaufwand
Maßnahme A: Erarbeitung Slogan			
1. Vorbereitung Wettbewerb „Ein Slogan für Schramberg“ Idee: Den Slogan in einer breiten Öffentlichkeit entwickeln Start: nach der Bürgerveranstaltung	✓ Erarbeitung Kriterien „Slogan“ ✓ Ausschreibungstexte (Facebook // Printmedien // Homepage) ✓ Vorschlag für die Prämierung des Gewinners ✓ Abstimmung Stadt	März 2016	Baustein A 1-7: 9,0 Personentage à 990,-- € (netto) 8.910,-- € (netto)
2. Auftakt Wettbewerb „Ein Slogan für Schramberg“ Öffentliche Bürgerveranstaltung - Vorstellung - Inhaltliche Anforderungen	✓ Vorbereitung und Durchführung der Veranstaltung ✓ Inhalte Plakat ✓ Unterstützung Öffentlichkeitsarbeit	Mitte April 2016	
3. Durchführung Wettbewerb (4 Wochen)	✓ Beratende Begleitung		
4. Vorauswahl der eingereichten Slogans (Stadt/ imakomm AKADEMIE)	✓ Vorauswahl anhand der festgelegten Kriterien ✓ Abstimmung Stadt	Mitte Mai	
5. Durchführung Lenkungskreis Ziel: Auswahl von 3 bis 5 Slogans	✓ Vorbereitung und Durchführung ✓ Präsentation der Vorauswahl und Diskussion ✓ Auswahl von 3 – 5 Slogans	Ende Mai	
6. Bürgervotum (online und offline) zu den	✓ Vorbereitung und Durchführung	Juni	

vorausgewählten Slogans	(Programmierung etc.) ✓ Unterstützung Öffentlichkeitsarbeit		
7. Prämierung Gewinner „Slogan“	✓ Beratende Begleitung		

Schritte	Leistungen der imakomm AKADEMIE	Realistischer Zeitplan	Zeit- und Kostenaufwand
Maßnahme B: Erarbeitung Logo			
1. Vorbereitung Wettbewerb für Logo mit Einbindung des Slogans	✓ Erarbeitung Ausschreibungstext ✓ Vorschlag Anreize für die Agenturen ✓ Abstimmung Stadt	Juni	Baustein B 1-6: 7,0 Personentage à 990,-- € (netto) 6.930,-- € (netto)
2. Durchführung Wettbewerb „Logo“ Idee: Der Wettbewerb erfolgt in drei Phasen.	✓ Beratende Begleitung		
3. Phase 1: Alle Kreativen/Agenturen sind aufgerufen sich um die Teilnahme bewerben (= öffentliche Ausschreibung)	✓ Beratende Begleitung		
4. Phase 2: Vorauswahl Agenturen (Stadt / imakomm AKADEMIE) Info: Die ausgewählten Agenturen der zweiten Phase erhalten ein Honorar für die Wettbewerbsbeteiligung.	✓ Vorauswahl von maximal 5 Agenturen anhand der festgelegten Kriterien ✓ Abstimmung Stadt	Mitte Juli	
5. Phase 3: Lenkungskreis: Sichtung und Diskussion der eingereichten Logo-Entwürfe Ziel: ggf. zweite Vorauswahl und Empfehlung für den VA	✓ Vorbereitung und Durchführung Workshop ✓ Beratende Begleitung	Ende August	
6. Phase 4: Pitch der ausgewählten Agenturen im VA (ggf. GR) (wenn möglich mit Auswahl / Beschluss Logo)	✓ Vorbereitung und Durchführung der Sitzung ✓ Beratende Begleitung	Anfang September	
7. <u>Optional:</u> GR-Sitzung mit Beschlussfassung	✓ Vorbereitung und Durchführung ✓ Beratende Begleitung	Ende September	

Investition:

- Beim Ansatz eines Personentages (Mischkalkulation) in Höhe von EURO 990,-- netto ergibt sich ein **Gesamthonorar von EURO 15.840,-- netto**.
- Hinweis 1: Für „Beratende Begleitung“ ist in den Teilschritten der Maßnahmen A und B insgesamt 1 Personentag einkalkuliert. Sollte der tatsächliche Beratungsaufwand, z.B. in Form von Rückfragen während der beiden Wettbewerbe/Ausschreibungen, diesen zeitlichen Umfang deutlich übersteigen, wird der Zusatzaufwand nach vorheriger Rücksprache mit dem Auftraggeber gesondert in Rechnung gestellt.
- Hinweis 2: Der optionale Baustein B.6 ist in der o.g. Kostenaufstellung nicht berücksichtigt und wird nach vorheriger Rücksprache mit dem Auftraggeber bei Bedarf gesondert beauftragt und nach Aufwand abgerechnet.
- Fahrtkosten sind in dieser Kalkulation bereits enthalten, sie werden also nicht gesondert in Rechnung gestellt.
- Weitere Sachkosten, die auf Wunsch des Auftraggebers anfallen (z.B. Unterlagen für Zwischenpräsentationen) werden nur nach vorheriger Rücksprache mit dem Auftraggeber in Rechnung gestellt.
- Die Abrechnung der Leistungen erfolgt nach schriftlicher Auftragsbestätigung durch den Auftraggeber einmalig in Höhe 25% der Auftragssumme, danach nach Umsetzung einzelner Projektabschnitte.