

# Auf dem steinigen Weg zu einem CI/CD

SIKOV Frauenfeld, 4. November 2004

Susanne Sorg-Keller, Regierungssprecherin Kanton Zürich

## Ausgangslage

1971 RRB : bisherige Wappen/Druckvorlagen und keine anderen Darstellungen (Ausnahmen waren allerdings schon früher unter bestimmten Voraussetzungen gestattet worden) Vereinzelt haben Amtsstellen eigenmächtig Aufträge an Grafiker zur Neugestaltung ihrer Drucksachen erteilt...)

1992 Im Hinblick auf die durch die modernen Büroausrüstungen erleichterte Möglichkeit zur Selbstgestaltung der Briefköpfe ist es angebracht, mit diesem Beschluss die geltende Praxis zur Orientierung der Amtsstellen und Betriebe festzuhalten: Bestätigung - es sind die offiziellen Wappen-Vorlagen zu verwenden, d.h.

a) Kantonswappen gehalten von zwei Löwen (Regierungsrat, Kantonsrat und oberste Gerichte vorbehalten),

b) Kantonswappen gehalten von einem Löwen (Direktionen und SK),

c) Kantonswappen (Amtsstellen)

In Stelleninseraten ist immer die Wappenvorlage mit dem Löwen zu verwenden.

Für Ausnahmen: Gesuch an die Staatskanzlei.

In den Neunziger Jahren emanzipierten sich die Amtsstellen mit der Einführung von NPM und Globalbudgets zu mehr oder weniger selbstständigen Organisationseinheiten und suchten sich ein eigenes Profil zu geben. Damit entstanden eine ganze Anzahl von Logos und unterschiedlichen Briefköpfen.

2002 Erörterung Einführung eines neuen einheitlichen Logos für alle kantonalen Stellen, inkl. Kantonsrat und Rechtspflege. Neugestaltung der Löwensujets ins Auge gefasst.

Vernehmlassung bei Geschäftsleitung Kantonsrat und den obersten kantonalen Gerichten.

Ergebnis: Geschäftsleitung Kantonsrat: ja zu einheitlichem Logo, bestehendes genügt, kein neues erstellen, aber Handlungsbedarf bei der Durchsetzung der geltenden Richtlinien.

Gerichte: kein dringendes Bedürfnis nach Vereinheitlichung; sofern keine Kosten damit verbunden, sind sie aber bereit an Neugestaltung mitzuwirken. Aber: Die Justiz behält sich vor, in geeigneter Form ihre Eigenständigkeit zum Ausdruck zu bringen. (Klartext: eigenes Logo – Unabhängigkeit)

Entscheid Regierungsrat: Verzicht auf einheitliches Logo für alle kantonalen Bereiche. Beim Doppellöwen bleibt es beim alten: für RR (sowie wie bisher für Kantonsrat und oberste Gerichte). Für die Direktionen wird auf die Festlegung eines einheitlichen Erscheinungsbild verzichtet. „Als allgemeine Gestaltungsregel soll festgehalten werden, dass das Direktionslogo das Kantonswappen und einen einfachen Löwen enthalten muss. Im übrigen sind die Direktionen frei, ihr Logo zu gestalten. Bei diesem Vorgehen entfällt zwar ein einheitliches Erscheinungsbild, aber Kantonszugehörigkeit bleibt noch erkennbar. Ob die Amtsstellen eigene Logos verwenden dürfen – wie Kapo, Spitäler oder ZVV entscheiden Direktionen.

Ausnahme ist: Regierungsrat hat beschlossen, dass im Rahmen von E-Government, aber auch bei der Ueberarbeitung des Erscheinungsbildes im Internet in verschiedenen Direktionen das einheitliche Content Management System, das Logo und die einheitliche Kopfzeile vorgeschrieben werden.

Nach mehreren Anläufen zum Thema CI komme ich nicht umhin zu fragen, ob „CI einfach ein Spleen der Kommunikationsfachleute“ ist? Eine beliebte Spielwiese? Zum Teil wohl wirklich eine Spielwiese der Selbstverwirklichung, aber daneben hat CI einen ernsthaften Hintergrund. Kommunikation der öffentlichen Verwaltung findet in einem Raum des andauernden **Informationsrauschens** statt – ständig in Konkurrenz mit anderen Kommunizierenden (mehrere tausend Signale pro Tag und Person). Eine klar erkennbarer Absender mit starker Identität wäre gefragt.

Aussensicht konsultiert: Das Feedback war offen und direkt: „Keine einzige kommunikative Konstante (ausser Internet), die fehlende Gemeinsamkeit ist zu interpretieren als das Zeichen von Konzeptlosigkeit und Führungslosigkeit.“ Vielmehr müsse aus der gemeinsamen Geschichte des Kantons Zürich die gemeinsame Aufgabe definiert und die gemeinsame Vision und Botschaft entwickelt werden. Mit solchen Erläuterungen beim Regierungsrat für CI werben, hätte keine Chance. Nicht einmal das Argument, es wären recht erhebliche Kosten einzusparen, wenn nicht jede Amtsstelle Agenturen mit Design-Aufträgen bedient würde, verfiel im Zürcher Regierungsrat.

Die grundsätzlichen Fragen, die eine Vereinheitlichung zum heutigen Zeitpunkt verhindern sind: Wieviel Eigenständigkeit müssten wir aufgeben? Wir sind ja kein Unternehmen, sondern selbstständige Direktionen und wollen uns auch so deklarieren nach aussen. Was heisst schon „Kanton“?

Auch die Angst vor dem Umstellungsaufwand wurde immer wieder angeführt: Wie umfangreich sollte ein CI Projekt angelegt werden: bildlich ein paar modische Klamotten für den Kanton Zürich (nur CD) oder - wieder im übertragenen Sinn - eine nachhaltige Farb- und Stilbetrachtung (CI)?

Wie würde das Projekt bewerkstelligt und die Umsetzung überhaupt durchgesetzt: Top down oder bottom up?

Stichworte wie Nutzen einer CI? Wirtschaftlichkeit? Standortwettbewerb? wurden in ablehnenden Sinn beantwortet.

Zum Schluss:

Wer sich mit Logo-Fragen schwer tut, hat auch für den Spott nicht zu sorgen. Zwei Mitglieder des Kantonsrates reichten 2002 ein Anfrage ein mit dem Titel „Logo mit Mizzi und Barri“), worin sie sich lustig machten über das Zürcher Löwensignet.

Diese Anfrage war natürlich auch Thema in den Medien. Lapidar der Kommentar des damaligen KR-Präsidenten Thomas Dähler:

“Es ist nicht unser Problem, wenn der Regierungsrat nicht weiss, wie er auftreten soll.“

Nun, so ganz orientierungslos sind wir auch nicht. Dass es vorwärts geht, wenn man den richtigen Zeitpunkt erwischt, zeigt die Vereinheitlichung des Internetauftritts. Und ein Trost, wenn auch ein schwacher, ist, dass es privaten Unternehmen nicht unbedingt anders ergeht. Auch wenn ein einheitliches CI beschlossen wird, ist es nicht sicher, dass es überall durchgesetzt wird, und wenn es überall durchgesetzt wird, ist es nicht sicher, dass es auch noch anderthalb Jahre später überall konsequent angewendet wird.

Solange die Löwenstatue beim Rathaus nicht angezweifelt oder gar gestürzt wird, können wir mit dem momentanen Zustand leben.

#### **Definition der Begriffe**

##### **Corporate Identity**

CI einer Organisation ist zu verstehen als Gesamtausdruck einer Institution, CI umfasst das Denken, Handeln und Kommunizieren einer Organisation. Es entspricht – immer im Idealfall – ähnlich der Identität einer Person – dem unverwechselbaren Charakter der Organisation.

##### **Corporate Design**

Ist Teil der Corporate Identity, nämlich der von der Öffentlichkeit visuell wahrgenommene Ausdruck einer Organisation – der sichtbare Auftritt. CD betrifft nicht nur die Briefschaften, sondern beinhaltet einheitliche klare Leitlinien für die Kommunikation eines Unternehmens einerseits mit den Mitarbeitenden andererseits nach aussen mit der Öffentlichkeit.

1. November 2004/Susanne Sorg-Keller