

Vorlageart: Berichtsvorlage
Federführung: Stadtkanzlei
Verantwortung: Herr Erkens, Herr Schranz

Markenbildungsprozess für Oberhausen - Sachstand und weitere Schritte

Beratungsfolge

19.05.2025	Haupt- und Finanzausschuss	Kenntnisnahme
26.05.2025	Rat der Stadt	Kenntnisnahme
11.06.2025	Wirtschafts- und Digitalisierungsausschuss	Kenntnisnahme

Bezug

B/17/6311

Sachverhalt

Der Rat der Stadt hat die Verwaltung in seiner Sitzung am 17.02.2025 (Drucksache B/17/6311) beauftragt, auf Grundlage eines von der Oberhausener Agentur Benning, Gluth & Partner (BGP) erarbeiteten Strategischen Narrativs die sich daran anschließenden Prozessschritte zur Markenbildung für die Stadt Oberhausen voranzutreiben. Der Prozess wurde dabei in drei wesentliche Schritte unterteilt:

- Der Prozessschritt 3a umfasst die Entwicklung eines Markenwesens, eines Leitbildes sowie einer Positionierung für die Stadt Oberhausen.
- Der Prozessschritt 3b umfasst die Entwicklung einer Wort-Bild-Marke für die Stadt Oberhausen (Logo, Corporate Design, Claim).
- Der Prozessschritt 3c umfasst die Entwicklung einer Markenkampagne (Print und Online), verbunden mit einem Kommunikationskonzept, welches sich nach innen und nach außen richtet.

Prozessschritt 3a – Markenwesen, Leitbild und Positionierung

Basierend auf dem vom Rat der Stadt verabschiedeten Strategischen Narrativ wurde die Oberhausener Agentur BGP beauftragt, den Prozessschritt 3a zu erarbeiten.

Um eine Markenidentität entstehen zu lassen und diese für die zukünftige Markenkommunikation nutzbar zu machen, wurden drei Module (Markenwesen, Leitbild, Positionierung) erarbeitet, in die die Inhalte des Narrativs „übersetzt“ wurden.

Das Markenwesen präsentiert die Marke als ganzheitliche Persönlichkeit. Durch Leistungen, Werte und einen Charakter bietet diese ein unverwechselbares und glaubwürdiges Erlebnis für die Zielgruppen und differenziert sich dadurch vom Wettbewerb.

Das Leitbild stellt die Selbstbeschreibung einer Marke dar. Es definiert deren Vision, Mission und Haltung und dient als Orientierung für Mitarbeitende sowie Externe. Das Leitbild beschreibt, wofür eine Marke steht, welche Ziele diese verfolgt und nach welchen Prinzipien diese handelt.

Bei der Positionierung geht es darum, alle im Rahmen der Markenentwicklung getroffenen Aussagen prägnant zusammenzufassen. Damit soll jeder in die Lage versetzt werden, die neue Markenidentität der Stadt Oberhausen auf den Punkt zu bringen – möglichst in einem Satz.

Die Ergebnisse des Prozessschritts 3a wurden mit einem erweiterten Lenkungskreis des Masterplans Wirtschaft sowie den Mitgliedern des Ältestenrats am 6. Mai 2025 diskutiert und verabredet. Die Präsentation ist dieser Vorlage als Anlage beigelegt.

Prozessschritte 3b und 3c (Wort-Bild-Marke und Markenkampagne)

Die Beauftragungen der Prozessschritte 3b (Wort-Bild-Marke) und 3c (Markenkampagne) werden in zwei getrennten Verfahren erfolgen. Die damit zusammenhängenden Ausschreibungen werden derzeit von der Verwaltung gemeinsam mit einer externen Beratung vorbereitet.

Die Auftragsvergabe zu Prozessschritt 3b wird im Rahmen eines offenen Gestaltungswettbewerbes durchgeführt. Dieser Wettbewerb erfolgt in zwei Phasen. In der ersten Phase können sich Interessierte (Designerinnen/Designer/Designagenturen) um die Teilnahme bewerben, indem sie Belege ihrer Eignung einreichen. Dazu sind Nachweise der technischen und beruflichen Leistungsfähigkeit zu erbringen. Insbesondere Qualifikation und Referenzen zu vergleichbaren Aufträgen – bezogen auf die Aufgabenbestandteile Logo-Entwurf, Anwendungen – sind einzureichen.

Einzelpersonen und Agenturen werden zugelassen bzw. können sich zusammenschließen, um eine gemeinsame Interessenbekundung abzugeben. Auch Arbeitsgemeinschaften können sich bewerben.

Aus allen eingereichten Bewerbungen werden in einer zweiten Phase bis zu fünf Teilnehmer für den Gestaltungswettbewerb/Pitch ausgewählt. Diese fünf Bewerber erhalten eine Einladung zur Teilnahme am Gestaltungswettbewerb. Im Rahmen der Pitches wird eine Jury die eingereichten Arbeiten bewerten und ein Ranking erstellen. Der Siegerentwurf wird dem erweiterten Lenkungskreis des Masterplans Wirtschaft und dem Ältestenrat vorgelegt.

Als Honorar/Startgeld für die Wettbewerbsbeteiligung erhalten alle Teilnehmenden der zweiten Phase 3.000 Euro inkl. MwSt.. Der Siegerentwurf erhält ein Honorar/Preisgeld in Höhe von 35.000 Euro inkl. MwSt.. Darin ist das Startgeld bereits enthalten. Kosten, die den Teilnehmenden im Zusammenhang mit dem Wettbewerb entstehen, werden nicht erstattet.

Die Agentur des Siegerentwurfs verpflichtet sich, der Stadt Oberhausen die zeitlich, räumlich und sachlich uneingeschränkten und ausschließlichen Nutzungsrechte an dem ausgewählten Entwurf inklusive des Rechts zur Bearbeitung und Umgestaltung einzuräumen. Die Agentur garantiert ferner, dass diese im Besitz der vollen Urheberrechte ist und den Auftraggeber von Ansprüchen Dritter freistellt. Eine weitere Beauftragung lässt sich aus dem Zuschlag im Rahmen des Wettbewerbs nicht ableiten.

Teilnehmende, die nicht den Zuschlag erhalten, behalten die Nutzungs- bzw. Weiterverwendungsrechte für die von ihnen eingereichten Ideen.

Die Leistungsbeschreibung im Prozessschritt 3b umfasst insbesondere folgende Aspekte:

- a. Entwicklung einer Wort-Bild-Marke (mindestens zwei, maximal drei Lösungsansätze)
- b. Entwicklung eines frei verfügbaren „Community-Logos“
- c. Entwicklung einer grafischen Gesamtlinie im Sinne eines Corporate Designs
- d. Darstellung des Anwendungszusammenhangs (Printprodukte, Internet, Werbeträger einer Kampagne)
- e. Entwicklung eines Claims
- f. Das Preisgeld für den ausgewählten Entwurf schließt einen Überarbeitungsgang ein.
- g. Der siegreiche Anbieter entwickelt auf Basis des ausgewählten Entwurfs ein Handbuch als visuelles Regelwerk zur Handhabung des Corporate Designs. (Designsystem, Größen, Schriften, Farben, Positionierungsvorgaben etc.)
- h. Der siegreiche Anbieter entwickelt auf Basis des ausgewählten Entwurfs Ideen und Layouts für 2-3 Merchandise-Artikel, die im Rahmen der öffentlichen Präsentation

verteilt werden können.

- i. Vorlage für die Geschäftsausstattung städtischen Personals (Briefbogen, Visitenkarten, Mailsignatur)
- j. Für eine eventuelle (öffentliche oder nicht-öffentliche) Präsentation der siegreichen Arbeit steht der Anbieter im Rahmen des Auftrags zur Verfügung.
- k. Der siegreiche Anbieter steht in der Implementierungsphase für Rückfragen zur Verwendung des CD Manuals und ggf. Erweiterungen beratend zur Verfügung. Hierfür ist ein Stundensatz für die Leistung anzugeben.

Zeitplan

Es ist beabsichtigt, den Prozessschritt 3b im Jahr 2025 abzuschließen. Der Prozessschritt 3c wird parallel vorbereitet. Eine Ausschreibung wird noch im Jahr 2025 angestrebt.

Finanzielle Konsequenzen

Die mit den Prozessschritten 3a und 3b verbundenen Kosten wurden für das Haushaltsjahr 2025 mit ca. 50.000 EUR kalkuliert. Entsprechende Mittel wurden im Haushaltsjahr 2025 wie folgt berücksichtigt:

Auftrag	Kostenart	Budget
450001020203 – Arbeitsmarkt- und Beschäftigungspolitik	529152 – Sonstige Aufwendungen für Öffentlichkeitsarbeit	17.500 EUR
810001020100 – Steuerungsunterstützung	531800 – Aufwendungen für Zuschüsse an übrige Bereiche	17.500 EUR
970001070101 – Online-Angebote	529152 – Sonstige Aufwendungen für Öffentlichkeitsarbeit	15.000 EUR

Weitere Haushaltsmittel für den fortschreitenden Prozess werden im weiteren Prozess kalkuliert und bei der Haushaltsplanung für die Jahre 2026 ff entsprechend berücksichtigt.

Anlage/n

1 - Präsentation