



Castrop-Rauxel
Europastadt im Grünen

Der Bürgermeister

Bereich: Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Az: Stab Rat
Datum: 05.11.2021

2021/309
öffentlich

Sitzungsvorlage

Beratungsfolge	Datum	TOP-Nr.
Haupt- und Finanzausschuss	23.11.2021	4
Rat der Stadt	25.11.2021	

Betreff

Wappen und Logo

Finanzielle Auswirkungen

☐ keine haushaltsmäßige Berührung

☒ Auswirkungen siehe Sachverhalt

Beschlussvorschlag

Der Rat der Stadt beschließt die Modernisierung des Stadtwappens in Variante A oder B.

Der Rat der Stadt beschließt die Aktualisierung des städtischen Logos in Variante I oder II sowie die Weiterentwicklung des Corporate Designs für den Konzern Stadt auf Grundlage des neuen Logos.

K r a v a n j a
Bürgermeister

Sachverhalt

Stadtwappen Castrop-Rauxel

Kein anderes Symbol der Stadt Castrop-Rauxel steht so für die Identität der Kommune wie das goldene Andreaskreuz auf blauem Wappengrund. Trotz der Beständigkeit des Zeichens haben Anpassungen und regelmäßige Veränderungen es immer zeitgemäß erscheinen lassen.



Siegel und Wappen von Castrop-Rauxel – von links nach rechts: 1. Siegel des Castroper Hofes (1512); 2. Siegel des Castroper Hofes um 1630 (Umschrift: S. DES. K. F. R. H. CAST.); 3. Siegel der Freiheit Castrop (1638); 4. Siegel der Gemeinde/Titularstadt Castrop vor 1902; 5. Wappen der Stadt Castrop ab 1911 und der Stadt Castrop-Rauxel 1926 – 1965.

Die Stadtverwaltung hat sich bereits 2006 für die Beibehaltung des Wappens entschieden. Mit einer moderaten Überarbeitung soll das Wappen auch künftig Castrop-Rauxel repräsentieren.

Hierzu schlägt die Verwaltung zwei Wappen-Varianten vor:

Bisherige Form



Variante A



Variante B



Städtisches Logo

Unter Corporate Design versteht man das einheitliche Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Organisation. Das Corporate Design transportiert die Identität und Unternehmensziele über visuelle Mittel. Ziel ist die Wiedererkennung bis hin zur emotionalen Identifizierung. Elemente sind das Logo, die Typografie, Bildsprache und Farbkonzept. Das bisherige Corporate Design wurde bereits 2006 entwickelt und bis 2008 umgesetzt.



Um zeitgemäß zu bleiben, soll es eine Neuaufstellung der Marke Stadt geben. Damit gehen die Neugestaltung der städtischen Internetseite, der bereits erfolgte Relaunch der CAS-App und des Logos einher. Dabei steht die Entwicklung eines Corporate Designs heute vor ganz neuen Herausforderungen, denn es muss in jedem Medium einsetzbar sein. Soziale Medien spielten bei der letzten Überarbeitung der städtischen Außendarstellung in 2006 beispielsweise für die Stadtverwaltung noch keine Rolle. Als wichtiger Bestandteil des Corporate Design sowie darüberhinausgehend der städtischen Corporate Identity ist nach 15 Jahren eine Anpassung des städtischen Logos somit überfällig. Damit ist jetzt ein guter Zeitpunkt für eine Gesamtumstellung sowie Neugestaltung.

Variante I



Variante II



Schnörkellos und echt, wie die Menschen im Ruhrgebiet; kreativ und modern, wie sich die Ruhr-Metropole zeitgemäß definiert; vorwärtsgerichtet mit einem gesunden Stolz auf die (Bergwerks-)Tradition, die sich in der Verwendung des Wappens manifestiert. Castrop-Rauxel pur! Dabei wird auch hier auf Konstanten in Farbe und Gestaltung gesetzt. Grundsätzlich bleibt es bei der blau/gelben Farbpalette, die Schriftart wird moderner.

Das Corporate Design soll für das gesamte Unternehmen Stadt genutzt werden und sich auch bei den städtischen Töchtern individualisiert wiederfinden. Eine separate Beratung

zu der Umsetzung des Corporate Designs findet mit den Töchtern der städtischen Familie statt.

Das vorgestellte unaufdringliche zeitgemäße Design macht es möglich, eingeübte Arbeitsabläufe und Formate zu erhalten und dient als robustes Konzept für die nächsten Jahre.

Finanzielle Auswirkungen

Die Kosten für die Entwicklung wurden und werden aus dem laufenden Etat der Öffentlichkeitsarbeit und Informationstechnik und zentrale Dienste bestritten. Die Umstellung soll sukzessiv geschehen und durch die allgemeinen Finanzmittel der jeweiligen Unternehmensbereiche finanziert werden. Aufgrund der Nutzung von digitalen Vordrucken minimieren sich die wirtschaftlichen und umweltbelastenden Effekte der Umstellung. Je nach Materialvorrat erfolgt die Umstellung bedarfsorientiert. So werden alle bisher produzierten Drucksachen sowie Artikel der Stadt mit dem derzeitigen Design bis auf weiteres genutzt bzw. aufgebraucht.

Mitzeichnung

Bereich 20

Anlage 1 - Finanzielle Auswirkungen –

Auf Darstellung in Anlage 1 wird verzichtet. Siehe dazu Sachverhaltsdarstellung in der Vorlage.

I. Mittelbedarf:

davon

Ergebnisplan

Aufwendungen:	€
- Erträge von Dritten:	€
= Städtischer Eigenanteil:	€

davon

Finanzplan

Auszahlungen:	€
- Einzahlungen von Dritten:	€
= Städtischer Finanzierungsanteil:	€

Die benötigten Haushaltsmittel stehen zur Verfügung:

JA ☒ Buchungsstelle:
NEIN ☐ Siehe Erläuterungen / Angabe von Deckungsvorschlägen

Erläuterungen / Angabe von Deckungsvorschlägen:

Bei Maßnahmen des Finanzplanes:

- ☐ Die Maßnahme ist in der vom Rat beschlossenen Dringlichkeitsliste enthalten.
☐ Die Maßnahme ist in die vom Rat beschlossene Dringlichkeitsliste zusätzlich aufzunehmen bzw. eine Erweiterung der Maßnahme ist vorzunehmen.
☐ Die Maßnahme ist in die vom Rat zu beschließende Dringlichkeitsliste aufzunehmen.

II. Auswirkungen auf die mittelfristige Haushaltsplanung:

Ergebnisplan	2019	2020	2021	2022	insgesamt
Personalaufwendungen	€	€	€	€	€
Sachaufwendungen	€	€	€	€	€
Zinsaufwendungen	€	€	€	€	€
Aufwendungen für Abschreib.	€	€	€	€	€
Zusätzliche Erträge	€	€	€	€	€
Mindererträge	€	€	€	€	€
Summe	€	€	€	€	€

Die Finanzierung ist innerhalb der mittelfristigen Haushaltsplanung für die Produktgruppe

☐ gesichert ☐ nicht gesichert

III. Es wurde geprüft, dass es sich um eine Maßnahme handelt, die unter Berücksichtigung der Vorgaben des § 82 GO NRW notwendig und unabweisbar ist.