

## Erarbeitung eines vereinfachten Corporate Design und Logos für das Aktive Zentrum und Sanierungsgebiet Müllerstraße

### Anlass und Ziel

Seit Programmbeginn wurden im Aktiven Zentrum Müllerstraße verschiedene öffentlichkeitswirksame Publikationen, Broschüren, Einladungen und Internetauftritte erstellt. Diese öffentlichkeitswirksamen Aktionen der Außendarstellung führten und führen zu einem breiten Miteinander, welches jedoch nach Meinung der Akteure zu wenig erkennbar nach außen wirkt. Die Aktionen und Menschen des Standorts, des Wohnorts, des Aktiven Zentrums und Sanierungsgebiets Müllerstraße möchten sich zeigen, gesehen werden und (wieder-)erkannt werden. Zahlreiche Händler, die Stadtteilvertretung und Anwohner fordern eine einheitliche Außendarstellung.

Ziel ist die Erstellung eines **Corporate Designs und eines Logos** für das Aktive Zentrum und Sanierungsgebiet Müllerstraße, welches mit den Gewerbetreibenden, Akteuren und Anwohnern der Müllerstraße und der angrenzenden Nachbarschaften entwickelt wird. CD und Logo sollen sich an den vorhandenen Alleinstellungsmerkmalen der Müllerstraße (Entwicklung, Geschichte, vorhandene Untersuchungen) orientieren. Als Ergebnis wird eine dauerhafte für Aktionen im Gebiet **nutzbar und einfach handhabbare Gestaltungsform/ -anleitung** für möglichst viele (Geschäftsstraßenmanagement, Bezirk, Prozesssteuerer, Anwohner, Akteure) erwartet.

Unter einem Corporate Design (CD) wird ein vereinheitlichtes visuelles Erscheinungsbild für alle nach außen kommunizierenden Medien (Print, Internet etc.) des Aktiven Zentrums und Sanierungsgebiets Müllerstraße verstanden. Das CD richtet sich nach einheitlichen Gestaltungsrichtlinien.

Mit einem Logo ist ein zeitgemäßes Symbol, Wort- bzw. Bildmarke, Kommunikatives Zeichen oder ein grafisches Element gemeint, welches die Müllerstraße (den Standort und seine Umgebung) nach außen und innen widerspiegelt. Es soll grafisch so aufbereitet sein, dass es für die verschiedenen Akteure im Gebiet verwendbar ist.

### Zielgruppen

Es sollen Anwohner, mögliche Besucher (beispielsweise externe Besucher aus anderen Stadtteilen) und die Öffentlichkeit durch das CD und das Logo angesprochen werden, aber auch auf das Gebiet und die (durch das Programm Aktive Zentrum finanzierten) Aktivitäten im Gebiet Müllerstraße aufmerksam gemacht werden.

Für die zukünftige öffentlichkeitswirksame Arbeit in der Müllerstraße (Standort und Umgebung) und insbesondere während des Zeitraums des Aktiven Zentrums und Sanierungsgebiets soll das CD und Logo den Anwendern wie dem Bezirk, Prozesssteuerer, Geschäftsstraßenmanagement, den Anwohnern und Akteuren zur kostenfreien Verwendung zur Verfügung stehen.

### Verfahrensablauf

Zur Vorbereitung der Ausschreibungsunterlage wird die **Projektskizze** mit der StV abgestimmt und zusätzlich Anforderungen und Vorstellungen an das Logo und CD in den Gremien abgefragt. Nach einem Aufruf erfolgt durch die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt, das Bezirksamt, den Prozesssteuerer und das Geschäftsstraßenmanagement eine **Vorauswahl** von 5 Teilnehmern. Diese werden beauftragt, ein Logo und die „**Grundidee**“ eines Corporate Designs skizzenhaft zu entwerfen.

Die „Grundideen“ werden nach Abgabe der Öffentlichkeit vor- und zur **Abstimmung** (Voting) gestellt. Sie werden ebenfalls in der „ecke“ Müllerstraße präsentiert. Mit der Abgabe des Votings sollen auch Anregungen für die Konkretisierung des Logos und CD eingebracht werden.

Jeder kann im Laufe des Verfahrens vor der Jurysitzung durch Abgabe einer Stimmkarte (o. ä.) votieren. Die Auswahljury berücksichtigt das „Voting“ als 1 Stimme in der Auswahlrunde. Der Teilnehmer mit den meisten Stimmen erhält den **Auftrag**, seine Grundidee unter Berücksichtigung der Anregungen zu konkretisieren.

Die Auswahljury setzt sich zusammen aus Vertretern des Bezirkes, der SenStadtUm, der Stadtteilvertretung, des Geschäftsstraßenmanagements und einem Experten aus dem Bereich Graphik/Kommunikation.

### **Zusammenfassung des Verfahrens:**

1. Rückkopplung der Projektskizze mit der Stadtteilvertretung, Händlerfrühstück und Runder Tisch Leopoldplatz und Abfrage von Anforderungen und Vorstellungen an das CD und Logo
2. Vorauswahl von 5 Teilnehmern
3. Erarbeitung einer Grundidee durch die 5 Teilnehmer
4. Öffentliche Vorstellung der 5 Grundideen in den Gremien und der „ecke“ Müllerstraße
5. Öffentliches Voting und Einbringen von Anregungen für die spätere Konkretisierung
6. Auswahl durch die Jury und Beauftragung des Gewinners mit der Konkretisierung unter Berücksichtigung der eingebrachten Anregungen

### **Erwarteter Leistungsumfang**

Geforderte Leistungen sind:

- Einreichen einer „Grundidee“
  - Ideenskizze Logo
  - Ideenskizze CD (Farbe, Schriftart, mögliche Formate)
  - Konzeptbeschreibung (max. 1 DIN A4)
- Umsetzung der Grundidee durch den Gewinner
  - Konkretisierung des Logos und des CD
  - Erstellung einer handhabbaren Gestaltungsrichtlinie für das CD (Farbe, Schriftart, -größe, Formensprache etc.)
  - Erstellung von Vorlagen für InDesign, Word: Postkarte (Einladungskarte), A4-Plakat, A3-Plakat, A2-Plakat und ggf. weiterer Vorlagen (je nach Grundidee)
  - Permanente Abstimmung mit der Steuerungsrunde, dem Beirat (Stadtteilvertretung), dem Händlerfrühstück (inkl. Geschäftsstraßenmanagement) und mit den Bewohnern

Kriterien zur Bewertung und die Ausschreibung werden gegenwärtig entwickelt.

11.06.2012,

KS, AW; JMP