

# Mitteilung

## öffentlicher Teil

Gremium	Datum
Hauptausschuss	21.03.2022

### Sachstand Kommunikationsstrategie Stadtverwaltung

Die Verwaltung verfolgt seit 2019 im Rahmen eines Leitprojektes der Verwaltungsreform eine Kommunikationsstrategie, die unter anderem eine proaktive, über alle Kanäle (Pressearbeit, Öffentlichkeitsarbeit, Social Media, und Online) hinweg wiedererkennbare und zeitgemäße Außenkommunikation vorsieht.

Entsprechende organisatorische und personelle Veränderungen im Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Optimierung von Prozessen mit den Dezernaten wurden im Rahmen der Implementierung der Kommunikationsstrategie seitdem umgesetzt.

Besonders hervorzuheben sind dabei:

- Die Einführung des Newsrooms-Prinzips zur kanalgerechten Steuerung der Informationen der Stadtverwaltung
- Kanal- und Themenübergreifende Steuerung und Entwicklung von Kommunikationskampagnen
- Die Weiterentwicklung und Professionalisierung der bestehenden Social-Media Kanäle Twitter und Facebook
- Der Aufbau eines eigenen Instagram Kanals
- Die Modernisierung des Internetauftritts stadt.koeln inkl. neuer Startseite
- Die Ausweitung der Nutzung der digitalen Out-of-Home-Flächen z.B in U-Bahnhöfen
- Ausweitung der dialogorientierten Bürger\*innenkommunikation auch im digitalen Raum (z.B. OB-Sprechstunde, Fachliche Sprechstunden, Insta-Lives)
- Modernisierung, Vereinheitlichung und zielgruppenadäquate Aussteuerung der Personalwerbung

Der nächste Schritt ist nun die Modernisierung des Markenauftritts. Ausgehend von den Ergebnissen einer externen Markenanalyse (Mitteilung Hauptausschuss, Vorlagen-Nr.: [2494/2021](#)) erfolgte im Juni 2021 eine Ausschreibung zur Weiterentwicklung des Markenauftritts.

Anstatt eines sachlich komplexen Hoheitszeichens sollte das Markenzeichen zukünftig als Signet einer modernen Metropole klar, prägnant, wiedererkennbar und crossmedial einsetzbar sein.

Darüber hinaus sollte der Markenauftritt dies visuell über alle Formate und Kanäle, vor allem auch im digitalen Raum, zum Ausdruck bringen, daher ein neues Gestaltsystem (Corporate Design) entwickelt werden.

Sowohl das Gestaltsystem als auch das weiterentwickelte Logo sollen bewusst keinen Bruch mit dem vorhergehenden Logo/ Gestaltsystem darstellen, sondern eine zeitgemäße und moderne Anpassung sein, die an das bereits gelernte Erscheinungsbild der Stadt Köln anknüpft.

Das strategische Ziel der weiterentwickelten Markenkommunikation war und ist dabei: eine starke Dachmarke Stadt Köln. Wo „Stadt Köln“ drin steckt, soll auch „Stadt Köln“ draufstehen. Der modernisierte Markenauftritt soll ab Sommer 2022 angewendet werden. Aus Kostenersparnisgründen werden Druckerzeugnisse aufgebraucht und erst bei Neuauflage im neuen CD erstellt. Gleiches gilt für Baustellenbeschilderungen, Schilder an städtischen Gebäuden etc. pp.

Die Vorstellung des modernisierten Markenauftritts erfolgt im Rahmen einer Präsentation durch die Agentur während der Sitzung.

**gez. Reker**