

Vorlage Nr.: **2022/0403**

Verantwortlich: **Dez. 5**

Dienststelle: **AfA**

Gründung des Eigenbetriebs im Bereich Abfallwirtschaft und Stadtreinigung zum 1. Januar 2023 – Kommunikationskonzept, Logo und Name des Eigenbetriebs

Beratungsfolge dieser Vorlage

| Gremium | Termin | TOP | ö | nö | Ergebnis |
|---|------------|------|---|----|------------|
| Ausschuss für öffentliche Einrichtungen | 27.04.2022 | 9 | | X | vorberaten |
| Hauptausschuss | 17.05.2022 | 15 | | X | vorberaten |
| Gemeinderat | 31.05.2022 | 10.1 | X | | |

Beschlussantrag (Kurzfassung)

Der Gemeinderat nimmt den Bericht zum aktuellen Stand des Kommunikationskonzeptes zur Kenntnis und stimmt dem Namensvorschlag „Team Sauberes Karlsruhe – Abfallwirtschaft und Stadtreinigung“ sowie dem Logo zu.

| Finanzielle Auswirkungen | Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> | | | |
|---|---|-----------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> Investition <input checked="" type="checkbox"/> Konsumtive Maßnahme | Gesamtkosten: 302.260 € brutto für das Kommunikationskonzept Agentur (2022 bis 2025) | | Gesamteinzahlung: Jährlicher Ertrag: | |
| Finanzierung <input checked="" type="checkbox"/> bereits vollständig budgetiert <input type="checkbox"/> teilweise budgetiert <input type="checkbox"/> nicht budgetiert | Gegenfinanzierung durch <input type="checkbox"/> Mehrerträge/-einzahlung <input type="checkbox"/> Wegfall bestehender Aufgaben <input type="checkbox"/> Umschichtung innerhalb des Dezernates | | Die Gegenfinanzierung ist im Erläuterungsteil dargestellt. | |
| CO ₂ -Relevanz: Auswirkung auf den Klimaschutz Bei Ja: Begründung Optimierung (im Text ergänzende Erläuterungen) | Nein <input checked="" type="checkbox"/> | Ja <input type="checkbox"/> | positiv <input type="checkbox"/> negativ <input type="checkbox"/> | geringfügig <input type="checkbox"/> erheblich <input type="checkbox"/> |
| IQ-relevant | Nein <input checked="" type="checkbox"/> | Ja <input type="checkbox"/> | Korridortheema: | |
| Anhörung Ortschaftsrat (§ 70 Abs. 1 GemO) | Nein <input checked="" type="checkbox"/> | Ja <input type="checkbox"/> | durchgeführt am | |
| Abstimmung mit städtischen Gesellschaften | Nein <input checked="" type="checkbox"/> | Ja <input type="checkbox"/> | abgestimmt mit | |

Ergänzende Erläuterungen

Zum 1. Januar 2023 beabsichtigt die Stadt Karlsruhe, das Amt für Abfallwirtschaft (AfA) in einen Eigenbetrieb umzuwandeln. Am 20. Juli 2020 genehmigte der Gemeinderat die Ausschreibung des Kommunikationskonzeptes für den zu gründenden Eigenbetrieb.

Die Agentur Kreativ Konzept aus Bonn gewann die Ausschreibung und erhielt Anfang Juli 2021 den Auftrag, gemeinsam mit dem AfA im Rahmen der Eigenbetriebsgründung ein Konzept zur Schaffung der neuen Marke Eigenbetrieb und der begleitenden internen und externen Kommunikationsmaßnahmen bis einschließlich 2025 zu entwickeln und umzusetzen.

1. Analyse und Befragung der Mitarbeitenden

Im Jahr 2021 wurden Expertinnen und Experten interviewt sowie eine Befragung der Mitarbeitenden innerhalb des AfA durchgeführt. Weiterhin fanden drei intensive Workshops über den Zeitraum von vier Tagen statt, an denen sich Mitarbeitende aus allen Bereichen des AfA beteiligten. Mit dem vorangestellten Ziel, dass der Eigenbetrieb als serviceorientierter und moderner Dienstleister wahrgenommen werden soll, ging es in den Workshops um die Anforderungen an die interne und externe Kommunikation, an die strategische Weiterentwicklung der Kommunikation sowie um die Ausrichtung des Leitbilds. Im Ergebnis wurde die Vision, die Mission, die Werte und das Leitbild des künftigen Eigenbetriebs gemeinsam erarbeitet.

Im gemeinsamen Arbeitsprozess mit den Mitarbeitenden wurden mit Unterstützung der Agentur in intensiven Diskussionen die wesentlichen Grundlagen für ein glaubwürdiges Selbstverständnis erarbeitet. Die gesammelten vielfältigen Sichtweisen machen die Güte des Ergebnisses für die zukünftige Innen- und Außendarstellung in besonderer Weise aus. Ein wesentlicher Aspekt des Selbstverständnisses war die zukünftige Rolle des Eigenbetriebs für Karlsruhe und die Menschen der Stadt. Aus den Ergebnissen des Diskussions- und Arbeitsprozesses wurden der strategische Ansatz zur Schaffung eines neuen Namens und die grafische Visualisierung abgeleitet. Mit dem neuen Namen und der Visualisierung entsteht ein Selbstverständnis, das die Menschen begeistern soll, für ein sauberes Karlsruhe einzustehen.

2. Ergebnisse des gemeinsamen Arbeitsprozesses

Vision:

Eine Vision ist eine positiv formulierte Zukunftsbeschreibung.
Visionen sind inspirierend und motivierend. Sie geben ein Zielbild vor.

Es ist unsere Vision,
gemeinsam mit den Menschen Karlsruhe
zu einer **gelebt** sauberen Stadt zu
machen!

ENGAGIERT MENSCHLICH VIELFÄLTIG

Identität:

Die Identität ist die durch die Mitarbeitenden selbst erlebte innere Einheit der Organisation. Sie beschreibt die Art und Weise, wie der Eigenbetrieb sich selbst in der ständigen Auseinandersetzung mit der sozialen Umwelt wahrnimmt und versteht.

Wir folgen dem Grundsatz:

WIR ALLE sind
die Unverzichtbaren!

Mission:

Bei der Mission geht es um den wesentlichen Auftrag, den der Eigenbetrieb verfolgt und darum, was er in Zukunft für seine Mitarbeitenden und vor allem für seine Bürgerinnen und Bürger sowie Partner sein will.

WIR agieren als
kompetente Ansprechpersonen, zukunftsorientierte
Ideen Vermittelnde, transparent Dienstleistende
und nehmen die Bürgerschaft mit.

Namensgebung:

Die vielfältigen Sichtweisen und Aspekte der am Prozess Beteiligten gingen in die Namensfindung für den Eigenbetrieb mit ein. Der Name folgt dem Ziel des Eigenbetriebs, als moderner Arbeitgeber und serviceorientierter Dienstleister wahrgenommen zu werden.

Eine vorangestellte Analyse anderer Abfallwirtschaftsbetriebe ergab, dass die meisten etablierten Abfallwirtschaftsbetriebe eine Abkürzung als Namen verwenden. Doch unsere Gesellschaft hat sich verändert. Jüngere Generationen vernetzten sich fortschreitend über digitale Medien und fordern einen kollektiven Wertewandel hin zu Sinnhaftigkeit, Nachhaltigkeit und Wir-Kultur.

Starke Marken unterstützen diese Veränderungsprozesse, fokussieren sich auf Werte und schaffen die Verbindung zwischen Organisationen, Unternehmen und den Bürgerinnen und Bürgern. Eine Abkürzung ohne eigene Aussagekraft wird dieser Entwicklung nicht gerecht. Um bei den Beteiligten Begeisterung für die Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen zu erzeugen, braucht es Vernetzung und eine Wir-Kultur.

Das AfA bzw. der zukünftige Eigenbetrieb verfügt im Rahmen seiner hoheitlichen Aufgabe über ein gut funktionierendes und vielfältiges Angebot ‚sauberer‘ Entsorgungs-, Reinigungs- und Umweltleistungen. Gleichmaßen benötigt eine saubere Stadt die Unterstützung der Bürgerinnen und Bürger: *‚Wir ALLE tragen Verantwortung für den Schutz wertvoller Ressourcen. Eine saubere Stadt braucht unser Engagement: JETZT!‘*

Darüber hinaus verstehen sich die Mitarbeitenden des zukünftigen Eigenbetriebs als kompetente Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner. Folglich kam es im Rahmen der Workshops auch im Ergebnis zu dem Wertekanon: engagiert, menschlich, vielfältig. *‚Karlsruhe zu einer spürbar sauberen Stadt zu machen – das treibt uns an! Wir ALLE sind die Unverzichtbaren!‘*

Auf Basis dieser Erkenntnisse wurde der Name

TEAM SAUBERES KARLSRUHE

entwickelt, der im Schriftverkehr um die Firmierung „Abfallwirtschaft und Stadtreinigung“ oder für Marketingzwecke, Beklebungen u.Ä. um einen Claim (siehe Abschnitt „Entwurf Logo“) ergänzt werden kann.

Der Name „Team Sauberes Karlsruhe“ folgt der oben genannten Zielsetzung und spiegelt in besonderer Weise die Nachhaltigkeit, Wir-Kultur und Sinnhaftigkeit wider. Der Name stärkt die Integrität der Mitarbeitenden sowie der Bürgerinnen und Bürger. Er ist emotional, merkfähig und plakativ.

Im Rahmen des internen Abstimmungsprozesses wurde diskutiert, ob der Name sich tatsächlich als Firmenname eignet. Im Zuge einer ganzheitlichen Kommunikation setzte sich allerdings die Auffassung durch, dass der Name „Team Sauberes Karlsruhe“ die Neuausrichtung des Eigenbetriebs wirkungsvoll repräsentiert.

Entwurf Logo (3 optionale Varianten):



Auch die grafische Umsetzung des Namens zeigt die Verbindung zwischen dem zukünftigen Eigenbetrieb, der Bürgerschaft und der Stadt. Das „A“ in beiden Worten verbindet die Menschen und den Auftrag. Die Pyramide in Karlsruhe, das bekannte Wahrzeichen, verstärkt die Botschaft an die Karlsruher Bürgerinnen und Bürger. Die Farbe Orange wird bewusst als Wiedererkennung und gelerntes Synonym für die vielfältigen Angebote ‚sauberer‘ Entsorgungs-, Reinigungs- und Umweltleistungen beibehalten.

Der Name „Team Sauberes Karlsruhe“ kann sowohl mit einer offiziellen Unterzeile geführt werden, die den Bezug zum Eigenbetrieb herstellt, als auch mit einem kommunikativen Claim.

Der Namenszusatz „Eigenbetrieb für Abfallwirtschaft und Stadtreinigung“ oder kurz „Abfallwirtschaft und Stadtreinigung“ soll maßgeblich für die offizielle Kommunikation des künftigen abfallwirtschaftlichen Eigenbetriebs genutzt werden. Für Werbezwecke und Kampagnen können variabel verschiedene Claims wie „Gemeinsam. Jeden Tag“ oder „Unverzichtbar. Jeden Tag“ Verwendung finden. Diese schaffen die Verbindung zum Selbstverständnis des Eigenbetriebs.

MÖGLICHE KOMBINATIONEN



Für die Stadt. Jeden Tag.
Unverzichtbar. Jeden Tag.
Gemeinsam. Jeden Tag.
Für die Stadt. Gemeinsam.



Für die Stadt. Jeden Tag.
Unverzichtbar. Jeden Tag.
Gemeinsam. Jeden Tag.
Für die Stadt. Gemeinsam.



Für Karlsruhe. Jeden Tag.
Für Karlsruhe. Gemeinsam.

Abfallwirtschaft & Stadtreinigung

Eigenbetrieb für Abfallwirtschaft & Stadtreinigung

Abfall- und Umweltdienste

Abfall, Umwelt und Ressourcen.

Eine gute Wort-/Bildmarke wird durch starke werbliche und direkte Kommunikation sowie überzeugte Botschafterinnen und Botschafter in den Köpfen verankert. Erste Visualisierungen zeigen, wie die Gestaltungselemente des Logos auch in spätere Kampagnen überführt werden können.



Anmerkung: Die Bilder zeigen keine Mitarbeitenden der Stadt Karlsruhe. Es handelt sich um Entwürfe auf Grundlage von Agenturfotos.

3. Empfehlung der Verwaltung

Die obigen Varianten wurden innerhalb der Verwaltung abgestimmt. Ebenfalls wurde der Lenkungskreis der abfallpolitischen Sprecherinnen und Sprecher des Gemeinderates regelmäßig über den Sachstand zum Kommunikationskonzept informiert und abschließend zum Vorschlag der Verwaltung hinsichtlich des Namens und Logos einbezogen.

Die Verwaltung empfiehlt folgende Wort-/Bildmarke zur Beschlussfassung:



4. Weitere Schritte

Nach Zustimmung des Gemeinderates zum vorgeschlagenen Namen und Logo erfolgt der Aufbau des Corporate Designs für alle Arbeitsbereiche des künftigen Eigenbetriebs. Auf Grundlage der vorangegangenen Analysen und Workshops entwickelt das AfA gemeinsam mit der Agentur die Strategie für eine zielgruppenorientierte interne und externe Unternehmenskommunikation des zukünftigen Eigenbetriebs mit dem Ziel, die neue Marke zum Leben zu erwecken, sie für die Mitarbeitenden und die Bevölkerung greifbar zu machen, Vertrauen in den Eigenbetrieb und seine Leistungen aufzubauen und zu informieren. Der Eigenbetrieb soll als moderner Arbeitgeber und serviceorientierte Dienstleister wahrgenommen werden. Die Gesamtkampagne wird sich bis in das Jahr 2025 erstrecken.

Beschluss:

Antrag an den Gemeinderat – nach Vorberatung im Ausschuss für öffentliche Einrichtungen und im Hauptausschuss –

Der Gemeinderat nimmt den Bericht zum aktuellen Stand des Kommunikationskonzeptes zur Kenntnis und stimmt dem Namensvorschlag „Team Sauberes Karlsruhe – Abfallwirtschaft und Stadtreinigung“ sowie dem Logo zu.