

Betreff:
Neues Logo Städtisches Klinikum

Empfänger: Stadt Braunschweig Der Oberbürgermeister	Datum: 29.04.2022
---	----------------------

Beratungsfolge: Ausschuss für Finanzen, Personal und Digitalisierung (zur Beantwortung)	12.05.2022	Status Ö
---	------------	-------------

Sachverhalt:

Am 28. April hat das Städtische Klinikum Braunschweig (SKBS) der Öffentlichkeit ein neues Logo bzw. eine komplett neue Marketinglinie vorgestellt. Ein als Herz animiertes Logo soll zukünftig den stilisierten Löwen ersetzen. Gerade aufgrund der massiven Kritik an der Wahl des neuen Logos beim Hofbrauhaus Wolters hätten wir hier mehr Sensibilität in Bezug auf das Braunschweiger Wappentier erwartet.

Hinzu kommt, dass aus anderen Marketingprozessen bekannt ist, dass ein so genanntes „Re-Brand“ in der Regel mit hohen Kosten verbunden ist. Gerade im Hinblick auf die finanziellen Belastungen des SKBS – mit einem prognostizierten Verlust in Höhe von rund 3 Millionen Euro in 2022 ohne Corona-Vorsorge – stellt sich hier die Frage, ob dies angemessen ist.

Vor diesem Hintergrund fragen wir die Verwaltung:

Welche Kosten haben die Erstellung des neuen Logos und der neuen Marketinglinie verursacht?

Welche Folgekosten (bspw. Briefpapier, Internetauftritt, Hinweisschilder u.v.m.) sind vorgesehen?

Hält die Verwaltung diese Ausgaben vor dem Hintergrund des negativen Jahresergebnisses für angemessen?

Anlagen:

keine