

Im Jahre 2009 hat die Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH gemeinsam mit der Stadtverwaltung die Marke „hallesaale* HÄNDELSTADT“, eine Marke in unkorrekter orthografischen Schreibweise und mit Verzicht auf das hallesche Wahrzeichen, eingeführt. Diese dient nun als allgemeine, einheitliche Marke für das Stadtmarketing und gleichzeitig als Signet der Stadtverwaltung. Durch die gleichzeitige Verwendung der Marke als Signet der Stadtverwaltung und als frei verwendbare Marke innerhalb von Stadtmarketingaktivitäten ist eine eindeutige Urheberschaft zum Beispiel bei Broschüren oder Plakaten nicht mehr gegeben, eine ggf. falsche Zuordnung zur Stadtverwaltung ist möglich.

1. Ist sich die Stadtverwaltung dieses Problems bewusst und wenn ja, plant sie zukünftig die Marke um einen Zusatz zu ergänzen, um sich klarer als Urheber (Verantwortlicher) kenntlich zu machen?

Die Wirtschaftsförderung der Stadt als Hauptinitiator der neuen Marke benutzt bei einigen ihrer Produkte, zum Beispiel bei der Solar- Broschüre, den Zusatz HÄNDELSTADT nicht.

2. Ist geplant, solche Ausnahmen auch anderen zu gewähren, bzw. hinsichtlich einer möglichen Wissenschaftsstadt-Bewerbung auch andere Markenerweiterungen wie WISSENSCHAFTSSTADT zu genehmigen?
3. Wie wird die einheitliche Verwendung der Marke zielgerichtet gesteuert und sichergestellt? Wurde zum Beispiel ein Handbuch entwickelt und wenn ja, aus welchen Budget wurde dies finanziert?
4. Welche Kosten sind bis jetzt der Stadtverwaltung bei der Einführung der neuen Marke entstanden, zum Beispiel durch Zahlung für Lizenzen für die neue Schrifttype?

Im Gespräch am 23. Dezember 2009 mit Beteiligten der Künstler- Petition für die Bewahrung des halleschen Wahrzeichens sicherte OB Frau Szabados zu, auf der offiziellen Homepage der Stadt wie auch auf den Briefbögen auf das Wahrzeichen nicht zu verzichten.

5. Warum ist dies nicht durchgesetzt wurden?

Antwort der Verwaltung:

1. Die eindeutige Urheberschaft der Stadt Halle bei der Verwendung der Stadtmarke wird stets durch die Mitverwendung des Wappenzitats kenntlich gemacht.
2. Es gibt eine einzige seit der Entscheidung über die neue Stadtmarke ausdrücklich zulässige Ausnahme: „Ohne den Zusatz „Händelstadt“ erscheint die Marke bei Abbildungsgrößen unter 40 mm Breite sowie in Ausnahmefällen, in denen die Aussage „Händelstadt“ inhaltlich nicht zielführend ist.“ Alternativen, die wie vormals die Stadtmarke in alle Richtungen verwässert haben, sind nicht zulässig. Im Übrigen ergänzt die Bewerbung für den Titel „Stadt der Wissenschaft“ im Jahre 2012 die Zielstellung der Stadt Halle, die Bekanntheit national und international zu steigern, und ändert keinesfalls die neu eingeführte Stadtmarke ab.
3. Es wurde ein Design-Handbuch entwickelt. Die Finanzierung erfolgte über projektbezogene Maßnahmen der primär zum Zwecke der Markenführung gegründeten Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH.
4. Es sind der Stadtverwaltung direkt keine Kosten bei der Einführung der Stadtmarke entstanden.

5. Es gibt und gab auf der Homepage der Stadt Halle keine Verwendung des Wahrzeichens, da es sich nach dem bisherigen Verständnis um keine Amtsseite der Stadt gehandelt hat. Dort, wo Amtsgeschäfte berührt sind, wird auch das Wappenzitat in der bekannten Form verwendet.

Die Antwort der Verwaltung wurde zur Kenntnis genommen.