

Interpellation Gemperle-Goldach / Häne-Kirchberg (47 Mitunterzeichnende)
vom 29. November 2005

Auftritt des Kantons gegen aussen

Schriftliche Antwort der Regierung vom 14. März 2006

Felix Gemperle-Goldach und Christoph Häne-Kirchberg vermissen einen einheitlichen, professionellen Auftritt des Kantons bei den Drucksachen. Die Vielfalt an unterschiedlichen Gestaltungen sei gross, die Wiedererkennung nicht gegeben, CD/CI-Vorgaben seien nicht ersichtlich und die Wirkung gegen aussen verpuffe. Ausserdem stelle sich die Frage, ob die Menge an Drucksachen angemessen sei. Die Flut von Imprimaten überfordere selbst Kantonsrätinnen und -räte.

Die Regierung antwortet wie folgt:

Das Anliegen, einheitliche Vorgaben für Corporate Design (CD) und Corporate Identity (CI) zu schaffen und einzuhalten, ist im Grundsatz berechtigt. Allerdings präsentiert sich die Situation im Kanton St.Gallen bei näherem Betrachten nicht so negativ, wie sie die Interpellanten beurteilen. Dies gilt insbesondere im Vergleich mit anderen Kantonen. Dazu kommt, dass eine lückenlose Anwendung von CD/CI-Vorgaben nur mit erheblichem Aufwand möglich wäre.

Der heutige visuelle Auftritt des Kantons wurde im Jahr 1983 eingeführt. Er umfasst neben dem Wappen, dem Balkenraster und – sofern eingesetzt – der Kantonsfarbe Grün keine weiteren Elemente, die obligatorisch sind. Mehr als zwanzig Jahre sind in diesem Bereich eine lange «Lebensdauer», und es spricht für die Qualität des Erscheinungsbildes, dass es bis heute einigermassen konsequent angewendet wird. Dies gilt wenigstens für jene Drucksachen der Staatsverwaltung, die von Amtes wegen hergestellt werden müssen (zum Beispiel Amtsberichte der Regierung und der Gerichte, Berichte von Ständigen Kommissionen, Kantonsratsprotokolle, Voranschlag, Rechnung). Auch Korrespondenz und Inserate entsprechen dem Erscheinungsbild.

Die Internet-Auftritte und das Intranet der Staatsverwaltung weisen ein sorgfältig gestaltetes Design auf, das im Jahr 2004 einen schweizweit beachteten Preis gewonnen hat und wesentlich zur Wahrnehmung von aussen beiträgt. Für Internet und Intranet gelten spezielle Design Guidelines (Gestaltungsrichtlinien).

Ausnahmen vom visuellen Auftritt rechtfertigen sich bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten wie der Universität St.Gallen, den Kantonalen Mittelschulen und Berufsschulen, der Gebäudeversicherungsanstalt, der Sozialversicherungsanstalt und den kantonalen Spitälern. Diese verfügen über eigene Erscheinungsbilder, die etabliert sind und auch dem Umstand Rechnung tragen, dass gewisse öffentlich-rechtliche Anstalten in Konkurrenz zu Institutionen anderer Kantone oder privaten Unternehmen stehen. Im Übrigen verantworten die öffentlich-rechtlichen Anstalten ihre Drucksachen selbst, ebenso ihre Internet-Seiten.

Im Jahr 2004 beschloss die Regierung die Einführung der Marke «St Gallen kann es.». Der Auftakt war erfolgreich, obwohl auf eine teure, professionell geführte Kampagne verzichtet wurde. Als neue Kantonsmarke braucht sie aber eine organisierte Weiterführung und -entwicklung, damit sie lebendig bleibt und dauerhaft wahrgenommen wird. Für den systematischen Einsatz der Marke wurde eine Brain Group gebildet, in der alle Departemente und die Staatskanzlei vertreten sind. Die Steuerung des Markenmanagements üben der Generalsekretär des

Volkswirtschaftsdepartement und die Leiterin Kommunikation der Staatskanzlei aus. Fachliche Unterstützung wird in begrenztem Umfang bei einem externen Fachmann eingeholt.

Im Rahmen der Einführung der Marke «St Gallen kann es.» wurde ein umfassendes Redesign des gesamten visuellen Auftritts geprüft mit den Elementen Logo, Korrespondenz, Publikationen, Virtuelle Präsenz bei Anlässen sowie Beschriftung von Gebäuden und Fahrzeugen. Wegen der ausserordentlich hohen Kosten und Folgekosten wurde aber auf die Realisierung verzichtet.

Ergänzend lassen sich die einzelnen Fragen wie folgt beantworten:

1. Bei den Drucksachen der Staatsverwaltung sind zwei Gruppen zu unterscheiden. Zur ersten gehören jene Publikationen, die von Amtes oder Gesetzes wegen hergestellt und verbreitet werden müssen; Beispiele sind eingangs der Antwort erwähnt. Die zweite Gruppe bilden Drucksachen, die sich an die Mitarbeitenden richten (Pfalzbrief), an eine breite Öffentlichkeit (Statistik-, Kantonsrats-, Regierungsbroschüre usw.) oder an Fachpublikum (Unternehmen, Öffentlicher Verkehr, Forstwirtschaft, Arbeitsmarkt, Berufsbildung, Gleichstellung, Integration usw.). Diese Publikationen erscheinen einmalig oder periodisch. Gestaltung und Inhalte sind auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt. Fest steht, dass die Drucksachen der zweiten Gruppe geschätzt und zum Teil in grossen Mengen nachgefragt werden. Sie verfehlen auch die Wirkung nicht, helfen sie doch im Sinn von Öffentlichkeitsarbeit mit, das Handeln des Staates und der Verwaltung transparent zu machen sowie die Wahrnehmung von aussen zu verstärken. Von einer Flut von Imprimaten kann insofern keine Rede sein, als nicht alle Empfängerkreise – im Gegensatz zu den Mitgliedern des Kantonsrates – jede einzelne Publikation erhalten.
2. Drucksachen der oben genannten ersten Gruppe sind den dafür zuständigen Stellen zugeordnet. Die andern werden innerhalb der Departemente bzw. der Staatskanzlei koordiniert. Diese sind grundsätzlich für ihre Publikationen verantwortlich und überprüfen dauernd deren Notwendigkeit, besonders auch im Hinblick auf die Kosten. Die Druckaufträge gehen an diverse Unternehmen im ganzen Kanton.
3. Die Regierung teilt die Auffassung der Interpellanten, dass CD und CI wichtig sind, auch wenn – wie bereits ausgeführt – aus Kostengründen auf ein Redesign des ganzen visuellen Auftritts verzichtet wurde. Sie erwartet aber einiges von der konsequenten Verwendung und Weiterentwicklung der Marke «St Gallen kann es.», die einen wichtigen Schritt in Richtung CD/CI darstellt. Daneben soll jedoch Spielraum für eine zweckmässige Gestaltung bleiben. Eine Drucksache der Standortförderung beispielsweise ist für ein anderes Zielpublikum bestimmt als die Personalzeitschrift der Staatsverwaltung; sie muss deshalb in Bezug auf Erscheinungsbild und Inhalt andere Kriterien erfüllen.
4. Die Verantwortung für den grafischen Auftritt liegt je nach der Publikation bei den einzelnen Departementen bzw. der Staatskanzlei. Bei der Marke «St Gallen kann es.» sind das Volkswirtschaftsdepartement und die Staatskanzlei zuständig, bei Internet und Intranet die Staatskanzlei und der Dienst für Informatikplanung.
5. Ein Vorgehen im Sinn der Interpellanten wäre nur durch ein Redesign des gesamten visuellen Auftritts zu erreichen, wie es die Regierung im Rahmen der Einführung der Marke geprüft hat. Wie erwähnt, sprechen die immensen Kosten dagegen. Ausserdem müsste die konsequente Einhaltung bei allen Publikationen der Staatsverwaltung laufend kontrolliert werden. Die Erfahrungen mit den Design Guidelines von Internet und Intranet zeigen, dass dafür nur schon im Online-Bereich einiger Personalaufwand und somit auch Kosten anfallen.