Interpellation Güntensperger-Dreien vom 24. September 2002
(Wortlaut anschliessend)

Logos für die Berufsschulen

Schriftliche Antwort der Regierung vom 12. November 2002

In einer Interpellation erkundigt sich Heinz Güntensperger-Dreien nach der Haltung der Regierung in der Frage des grafischen Auftritts der seit dem 1. Januar 2002 kantonalisierten Berufsschulen. Er weist dabei insbesondere auf das Gebot eines effizienten Ressourceneinsatzes hin.

Die Regierung nimmt dazu wie folgt Stellung:

In der Vorbereitung der Umsetzung der Kantonalisierung haben die Berufsbildungszentren grossen Wert darauf gelegt, ihre individuellen grafischen Auftritte auch nach der Kantonalisierung weiterführen zu können. Unter Vorbehalt der entsprechenden Zuständigkeitsregelung in der damals in Revision befindlichen Berufsbildungsverordnung beabsichtigten sieben der zehn Berufsbildungszentren die Weiterführung ihrer bestehenden Logos. Drei Berufsbildungszentren entwickelten im Hinblick auf die Kantonalisierung neue Logos. Bei der gewerblichen Berufsschule St.Gallen und beim kaufmännischen Berufsbildungszentrum Kreuzbleiche St.Gallen sollten damit die im grafischen Auftritt enthaltenden Bezüge zu den wegfallenden Trägerschaften (Stadt St.Gallen resp. Kaufmännischer Verein St.Gallen) beseitigt werden. Bei der ehemaligen gewerblichen Berufsschule Wattwil erfolgte die Logo-Entwicklung angesichts der gleichzeitig mit der Kantonalisierung vorgesehenen führungsmässigen Zusammenlegung der kaufmännischen Berufsschule Lichtensteig mit der Gewerblichen Berufsschule Wattwil zum Berufs- und Weiterbildungszentrum Toggenburg.

Am 13. November 2001 übertrug die Regierung in der totalrevidierten Berufsbildungsverordnung (sGS 231.11; abgekürzt BBV) die Zuständigkeit für die Festlegung des grafischen Erscheinungsbildes der Berufsschulen dem Erziehungsdepartement (BBV Art. 16 Abs. 3) und gab in den Erwägungen der Erwartung einer verstärkten Einflussnahme im Sinne einer Corporate Identity Ausdruck. In der Folge hat der Vorsteher des Erziehungsdepartementes die Erarbeitung eines neuen, einheitlichen Logos für alle Berufsbildungszentren in Aussicht genommen und bis zu dessen Vorliegen die Weiterverwendung der bestehenden Logos angeordnet. Dem Berufs- und Weiterbildungszentrum Toggenburg wurde angesichts der oben geschilderten Umstände die vorläufige Verwendung des neuen Logos bewilligt.

Im Rahmen der Standortoffensive Kanton St.Gallen, mit der das Wirtschaftsleitbild umgesetzt wird, will die Regierung die Standortqualitäten mit einer griffigen Marke breit verankern (Massnahme M1). Sie will dafür im Jubiläumsjahr 2003 ein Projekt zur Entwicklung der «Marke St.Gallen» lancieren. Unter professioneller Begleitung soll das Projekt die Ideen aus Bevölkerung, Wirtschaft, Behörden und Verwaltung einbeziehen. Die Marke soll gegen innen und aussen identitätsstiftend wirken und dem Kanton im Wettbewerb der Standorte ein klares Profil geben. Sie soll originell sein und als Ausdruck von Offenheit und Aufgeschlossenheit Goodwill und Sympathie schaffen.

Die bevorstehende Gesamtüberarbeitung des grafischen Auftritts des Kantons unter der «Marke St.Gallen» wird auch die kantonalen Berufsbildungszentren miteinschliessen, womit sich für diese die Entwicklung eines eigenen neuen Auftritts erübrigt. Das Erziehungsdeparte-

ment wird die Berufsschulen anweisen, bis zum Vorliegen der «Marke St.Gallen» ihren bestehenden grafischen Auftritt im Sinn der Übergangslösung beizubehalten. Anpassungen sind nur insoweit vorzunehmen, als einerseits die einheitliche Namensgebung zu berücksichtigen ist und andererseits Hinweise auf die mit der Kantonalisierung hinfälligen früheren Trägerschaften zu eliminieren sind.

Die einzelnen Fragen werden wie folgt beantwortet:

1. Wie die vorstehenden Ausführungen zeigen, führt das mit der Umsetzung des Wirtschaftsleitbildes kohärente Vorgehen nicht zu einer Ressourcenverschwendung, sondern verhindert vielmehr kostspielige Doppelspurigkeiten.

2. Die gültige Dienstanweisung der Regierung sieht grundsätzlich einen einheitlichen Auftritt aller Institutionen des Staates vor, wobei für einzelne Institutionen Ausnahmeregelungen möglich sind. Der Grundsatz des einheitlichen Auftritts wird auch für die «Marke St.Gallen» gelten. Ob und unter welchen Voraussetzungen für einzelne Institutionen Abweichungen ermöglicht werden sollen, wird im Zusammenhang mit der Entwicklung der «Marke St.Gallen» zu beantworten sein.

3. Aktuell steht, abgesehen von der vorgesehenen Entwicklung der «Marke St.Gallen», einzig der grafische Auftritt der neuen Spitalverbunde im Raum.

12. November 2002

Wortlaut der Interpellation 51.02.50

Interpellation Güntensperger-Dreien: «Neue Logos für die Berufsschulen

In den letzten Jahren haben alle fusionierten Berufsbildungszentren neue Logos entwickeln lassen. Dies hat die Berufsbildungszentren ca. 150'000 Franken (10 x 15'000 Franken) gekostet. Das krasseste Beispiel ist Wattwil. Dort hat man kürzlich, bevor das Erziehungsdepartement ankündigte, alle Schulen mit einem Einheitslogo auszurüsten, das neue Logo in einem Festakt der Öffentlichkeit präsentiert.

Sicher wird sich ein Grafiker finden, der das neue Einheitslogo kreiert. Zu diesen Kosten kommen die für das Auswechseln der Gebäudeschrift, des Briefpapiers, der Ordner etc.

Wir bitten die Regierung, die folgenden Fragen zu beantworten:

1. Ist die Regierung mit dieser Art Ressourcenverschwendung einverstanden?
2. Wäre es nicht sinnvoller, auf ein Einheitslogo zu verzichten?
3. Sind noch ähnliche Logoänderungen geplant?»

24. September 2002