

Absender:

**Fraktion BIBS im Rat der Stadt /
Braunschweig, Bianca**

22-19057
Anfrage (öffentlich)

Betreff:

Ökologische Kosten des neuen Klinikum-Logos

Empfänger:

Stadt Braunschweig
Der Oberbürgermeister

Datum:

10.06.2022

Beratungsfolge:

Ausschuss für Finanzen, Personal und Digitalisierung (zur
Beantwortung)

23.06.2022

Status

Ö

Sachverhalt:

Das Städtische Klinikum Braunschweig tritt seit Ende April unter einem neuen Logo auf. Auf seinem Social-Media-Account kündigt das Klinikum dazu an: „Ein fortschrittliches Klinikum braucht auch einen modernen Markenauftritt. Einen, der so individuell und vielfältig ist, wie die Menschen die hier arbeiten.“¹

Bereits an anderer Stelle wurde bemerkt, dass ein kostenaufwendiges Rebranding der Marke „Städtisches Klinikum Braunschweig“ angesichts der hohen Verschuldung der Verwaltung und der Belastungen, die bereits auf dem Klinikum liegen, wohl nicht als sinnvolle Maßnahme betrachtet werden kann.

Die CDU Ratsfraktion fragte im letzten Finanzausschuss an, welche Folgekosten durch das Rebranding zu erwarten seien (22-18711). Insbesondere wurde dabei nach den Kosten für den Austausch und das Neu-Design von „Briefpapier, Internetauftritt, Hinweisschilder u.v.m.“ gefragt. Die Antwort der Verwaltung nannte leider nur die Gesamtkosten für den Markenprozess in Höhe von 325.000 Euro. Eine Aufschlüsselung der spezifischen Kosten für die Anschaffung einzelner neuer Produkte mit neuem Logo erfolgte nicht.

Neben den hohen Ausgaben für das Rebranding stellt sich auch die Frage nach den ökologischen Folgen. Bisher liegt noch keine Übersicht über die Produkte, die mit dem neuen Logo ausgestattet werden sollen, vor. Daher bleibt zu befürchten, dass die Änderung eines Logos mit der Neuanschaffung und Anpassung von Flaggen, Werbematerial, Arbeitskleidung, Türschilder, Infomaterialien für PatientInnen, Betriebsausweise, Visitenkarten, Geschäftsbriefpapier, Onlineauftritte und sogar dem Klinikgeschirr einhergeht. Doch was geschieht mit den Produkten im alten Design? Aus Sicht der Nachhaltigkeit ist dieses Rebranding ein Schritt in die falsche Richtung. Das Klinikum wünscht sich einen „modernen Markenauftritt“, doch zu einer modernen Marke gehört auch, dass die ökologischen Folgen eines neuen Corporate Designs überdacht und minimiert werden.

Betrachtet man die schiere Größe des Städtischen Klinikums Braunschweig, dann erkennt man, welche erheblichen Auswirkungen ein Wechsel des Logos tatsächlich hat. Das Klinikum versorgt jährlich über 65.000 stationäre und über 200.000 ambulante PatientInnen, beschäftigt über 4000 MitarbeiterInnen und ist damit eines der größten Krankenhäuser Niedersachsens.² Die Neuanschaffung aller Produkte, die mit Markenlogo gebrandet sind, erzeugt daher einen großen CO2-Abdruck und zahllose noch funktionstüchtige Dinge wie Flaggen oder Geschirr werden schlimmstenfalls sogar entsorgt. Im Zuge der Bemühungen der Stadt Treibhausgasneutralität zu erreichen, bleibt dieser Schritt des Rebrandings unverständlich.

Wir fragen daher:

1. Welche Maßnahmen plant das Städtische Klinikum Braunschweig, um den ökologischen Fußabdruck des Rebrandings möglichst gering zu halten?
2. Welche Produkte müssen in welchen Mengen und Werten komplett ausgetauscht werden, um das neue Branding zu erhalten?
3. In welchem Zeitfenster werden die jeweiligen Produkte ausgetauscht werden die noch das alte Logo des Krankenhauses aufweisen und was geschieht mit diesen Produkten?

¹ <https://www.instagram.com/p/Cc3B6apKCxk/> [aufgerufen am 05.06.22]

² <https://klinikum-braunschweig.de/ueber-uns/zahlen-daten-fakten.php> [aufgerufen am 05.06.22]

Anlagen: keine