

Unterwegs

2 / 2014

Neues Logo – neuer Name

MARKETING

Von der Idee bis zur Umsetzung

Die Entwicklung unseres Neuauftritts

Mit dem Neuauftritt eines Unternehmens ist es so eine Sache: Denn ob das neue Layout gefällt oder nicht, ist Geschmacksache. Darüber lässt sich zwar bekanntlich nicht streiten, in der Praxis sieht das aber anders aus. Fast immer fällt dem Betrachter noch etwas auf, was anders hätte umgesetzt werden können und wie das Layout seiner Meinung nach besser aussehen würde.

War das alte Logo nicht doch schöner? Brauchen wir das neue Layout wirklich? Eigentlich war der bisherige Auftritt doch stimmig. Oder etwa nicht?

Erste Konzeptionsphase 2012

Fest steht nur eines: Es braucht sehr viele Überlegungen und enorm viel Arbeit, bis so ein Layout – allem voran das Logo – entworfen ist.

Erste Ideen entstanden im Jahr 2012, während ein Team des Diakoniewerkes am Marketingkonzept arbeitete: So kam die Frage auf, ob denn der bestehende Auftritt Schritt halten kann mit der Entwicklung des Diakoniewerk Bethanien. Es wurde rasch klar, dass es ein Layout braucht, das ausbaufähig ist und mehrere Betriebe integriert.

Verschiedene Agenturen wurden beauftragt, ein neues Logo zu entwerfen. Zu Beginn gab es drei Agenturen, die an dem so genannten Pitch teilnahmen. Sie bekamen unter anderem die Vorgaben, dass sie einen einheitlichen Gesamtauftritt mit Wiedererkennungswert gestalten sollen. Wichtig war, dass die Zugehörigkeit der Betriebe zum Mutterhaus eindeutig hervorkommt, die Betriebe aber ein eigenes Logo haben. Auch war es dem Diakoniewerk ein Anliegen, dass die Umsetzung nach modernen Kommunikationsgrundsätzen erfolgt. Der Wunsch war, mit einem komplett neuen Logo aufzutreten, völlig losgelöst vom bisherigen.

Ein neues Logo?

Nun verhält es sich aber so, dass das Logo eines Unternehmens eine inhaltliche Begründung benötigt, damit es glaubwürdig daherkommt.

Das bestehende Logo enthält die Elemente Kreuz, Herz und Anker – was für Glaube, Liebe und Hoffnung steht. Diese Aussage ist Bestandteil der Grundwerte des Diakoniewerk Bethanien und somit nicht einfach zu ersetzen.



Diese Tatsache merkten auch die Agenturen rasch, die zwar harmonische und kreative Entwürfe präsentierten, aber doch nicht zu überzeugen vermochten. Dem Diakoniewerk fiel die Identifikation mit einem Phantasie-Logo zu schwer.

Kurzerhand widersetzte sich eine Agentur dem Auftrag, ein komplett neues Logo zu gestalten, und entwickelte in einer Nachtschicht Entwürfe, die auf dem bestehenden Logo basierten.



Die Überlegung der Agentur war, dass die ursprüngliche Aussagekraft mit diesem Logo erhalten bleibt. Durch das veränderte Design wirkt das Logo jedoch modern und frisch. Der Mut der Agentur, gegen den Auftrag zu handeln, wurde belohnt: Sie gewann den Pitch und erhielt den Auftrag, den kompletten Neuauftritt des Diakoniewerk zu gestalten.

(Fortsetzung S.2)

Editorial

«Kleider machen Leute», wusste schon der am Lebensabend von Bethanienschwestern gepflegte Gottfried Keller in seiner Novelle von 1874 humorvoll und mit Tiefsinn zu beschreiben.

Vielleicht nicht mehr so strikte wie zu Kellers Zeiten wird vom Äusseren auf den Stand und die gesellschaftliche Bedeutung von Personen geschlossen. Doch immerhin setzte «20 Minuten» vor einiger Zeit folgende Subline über einen Artikel: «Unsere Garderobe beeinflusst unser Verhalten. Angemessene Kleider bei der Arbeit machen deshalb Sinn».

Zudem verraten Dresscodes etwas über die jeweilige Zugehörigkeit zur entsprechenden Zeitepoche, eben ganz im Sinne der Wortbedeutung: «Informationen durch die Kleidung».

Inwieweit informiert ein Logo, ein Firmenauftritt über den «Laden», der dahintersteht? Ist der Firmenauftritt nicht wie ein Dresscode, der über Altertümlichkeit oder Modernität, über Vertrauenswürdigkeit und Seriosität erste Eindrücke vermittelt? In diesem Sinne haben wir uns über eine längere Phase mit unserem Auftritt beschäftigt und hoffen, dass wir als zukunftsorientiertes und innovatives Unternehmen wahrgenommen werden.

Aber, es muss drin sein, was drauf steht, bzw. was im Schaufenster ausgestellt wird, muss immer auch im Laden zu finden sein. Der Auftritt erfordert viel Überlegen, Diskutieren, Abwägen und Entscheiden. Darüber ist auf den folgenden Seiten einiges zu erfahren. Wesentlich anspruchsvoller ist es allerdings, wenn wir uns in unseren täglichen Herausforderungen um die Gestaltung der Inhalte unserer Dienstleistungen kümmern. Diesem Kapitel wollen wir auch in Zukunft, mit vereinten Kräften, die volle Aufmerksamkeit widmen.

Herzliche Grüsse
Fredy Jorns, Direktor

Neues Farbkonzept entworfen

Auf der Basis des entworfenen Logos tüftelte die Agentur also weiter und entwarf ein Farbkonzept, das mit warmen Farben Werte wie Geborgenheit, Unterstützung, Pflege und Betreuung ausdrückt. Das Diakoniewerk soll als liebevoll, sozial, einfühlsam, herzlich und kompetent wahrgenommen werden.

Das Farbkonzept ist so gestaltet, dass jeder Betriebszweig mit einer eigenen Farbe auftritt. Dazu kommt, dass jeder Betrieb ein eigenes Logo erhält: Gab es also bislang nur das Hauptlogo des Diakoniewerk Bethanien, so gibt es neu elf verschiedene Logos. Bei den Auftritten nach aussen wird weiterhin stets das Hauptlogo der Diakoniewerk verwendet. Bei eigenständigen Auftritten der Betriebe, wie etwa bei Aussenbeschilderungen oder Werbemaßnahmen, wird jedoch stets das betriebseigene Logo verwendet.

Das Mutterunternehmen, die Diakoniewerk Bethanien, ist petrolfarben umgesetzt. Sämtliche Betriebe orientieren sich grafisch am Hauptlogo.

Die geriatrischen und pflegerischen Betriebe treten mit einem violetten Logo auf. Die Subline ist «Wohnen und Pflege im Alter», bzw. «Palliative Care.»

KiEl Bethanien (Neuer Name des Birke-Huus) und Power2be Bethanien werden unter «Sozialtherapeutische Angebote» zusammengefasst und erscheinen im pinken Layout. Die KiTas präsentieren sich im frischen Orange und tragen ihre Ortschaft/Quartier in der Subline. Auch das Restaurant weist mit «Spreitenbach» in der Subline auf den Ort hin; es ist grün umgesetzt. Diese Umsetzung hat den Vorteil, dass auch neue Betriebe problemlos integriert werden können.

So wird die neue KiTa in der Kalkbreite «KiTa Bethanien Kalkbreite» heißen und das neue Restaurant in Altstetten analog «Restaurant Bethanien Altstetten».

Der lange Weg zur Umsetzung

Bis jedoch all diese Regeln und Vorgaben für den Neuauftritt stehen, braucht es einiges: Viele Entwürfe, Entscheidungen und vor allem Diskussionen. Ein neues Logo begleitet ein Unternehmen einige Jahre und kann nicht nach kurzer Zeit wieder gewechselt werden.

Sind alle Entscheidungen getroffen, werden diese im so genannten Corporate Design Manual festgehalten.

Und dann geht es an die Umsetzung. Einmal gilt es, den gesamten Auftritt nach

aussen zu überarbeiten. Dazu gehören alle Tafeln und Schilder an und in Gebäuden, die Homepage, die Visitenkarten, das Briefpapier und Couverts, die Dokumentenmappe, sämtliche Angebotsflyer der Betriebe sowie der Jahresbericht. Aber auch intern ändert sich vieles: PowerPoint-Präsentationen, das «Unterwegs», die Rechnungsformulare und sämtliche Dokumente und Formulare. Des Weiteren müssen sämtliche Kunden und Geschäftspartner über die Neuerungen informiert werden. Ein gewaltiger «Hoselupf», der alle im Betrieb fordert und vor einige Mehrarbeit stellt.

Doch die Arbeit lohnt sich. Und auch, wenn man über Geschmack streiten kann: Das neue Logo überzeugt mit Frische und Modernität, gleichzeitig besinnt es sich aber auch auf die Wurzeln und Grundwerte. Damit ist es einem Unternehmen wie dem Diakoniewerk Bethanien würdig und unterstützt es durch einen zeitgemässen Auftritt.

Nadja Kröner
Marketing und Eventmanagement



Auch das Logo hat seine Geschichte

Als Basis für das Logo hat lange Zeit die Brosche gedient. Diese hat sich entwickelt, und zwar nicht nur grafisch, auch inhaltlich.

Das BV auf der ersten Brosche weist auf die Organisation



Erstmals 1915 als Signet im Jahresbericht

hin – den Bethanien Verein. Die Diakonissen zeigen damit, wohin sie gehören. Die einen sind stolz, Bethanien Diakonissen zu sein, andere tragen die Brosche, weil es so üblich ist. Alle drücken damit aus: Mit den Zielen des Werkes identifizieren wir uns. Da arbeiten wir mit, um diese Ziele zu erreichen.

Dann verändert sich das Signet. Das BV verschwindet und die Zeichen Kreuz, Anker, Herz erscheinen. Der Bethanien Verein ist wohl inzwischen bekannt genug, da kann eine tiefere Dimension zum Vor-



Ab 1947 als Signet im Jahresbericht

schein kommen, für die unter Umständen Erklärungsbedarf besteht, was bis heute immer wieder zu interessanten Diskussionen führt.

Wenn wir die grafische Entwicklung des Logos verfolgen, stellen wir fest: Es wird jedes Mal etwas leichter, hat mehr Luft, es gibt Freiräume. Stand bei der ersten dieser Broschen das Kreuz im Zentrum, so ist es bei allen nachfolgenden eher zur umfassenden Grösse geworden. Die Anordnung hat sich verändert, der Inhalt ist der gleiche geblieben. Das heisst, er fordert uns auch heute immer wieder heraus, die Aussagen der Zeichen Glaube (Kreuz), Hoffnung (Anker) und Liebe (Herz) auf unseren Arbeits- und Lebensalltag zu übertragen. Das Logo soll den Auftrag des Diakoniewerk Bethanien unterstreichen.

1987 haben wir in unserer Jubiläumsschrift geschrieben: «Die Zeichen auf der Brosche wollen zeigen, dass wir an die umfassende Liebe Jesu Christi glauben, die Hoffnung auf ein ewiges Leben in uns



Ab 1960 als Signet im Jahresbericht

tragen und versuchen, dieses christliche Gnadengut im Alltag in unseren Aufgaben und in der Zusammenarbeit umzusetzen.» Das stimmt auch heute noch.

So zeigt unser Signet, auf welcher Basis das Bethanienwerk seine



Anhänger und Knopf ab 1990 für Diakonische Mitglieder und Diakonissen in ziviler Kleidung

Aufgaben tun will. Weil wir alle Menschen sind, die Fähigkeiten und Grenzen haben,

die voll guten Willens sind und doch auch immer wieder versagen, sind wir sehr dankbar, dass wir uns auf Gottes Mitwirken abstützen können im Sinne von: Wir wollen uns nicht zum Mass aller Dinge machen, sondern aus der Beziehung zu Gott heraus tun, was wir als unseren Auftrag erkennen.

Margrith Fritschi, Diakonisse

DIREKTION

Neu heissen wir «Diakonie Bethanien»

Mit dem neuen Auftritt verbindet sich auch eine Anpassung des Firmennamens. Sofern die Generalversammlung am 24. Mai dem Antrag zustimmt, ist der rechtsgültige Name ab Anfang Juni «Diakonie Bethanien». Folgende Überlegungen haben dazu geführt:

- Das Diakoniewerk Bethanien ist ein seit über 100 Jahren in Zürich etabliertes Unternehmen mit sozialdiakonischer Ausrichtung. Einen völlig neuen Namen zu etablieren, würde einen enorm grossen Aufwand und grosse finanzielle Mittel erfordern.
- **Bethanien ביתעניה** (deutsch Haus der Feigen): Bethanien heisst ein Dorf in Palästina, südöstlich von Jerusalem, an der Ostseite des Ölberges, etwa 15 Stadien (ca. 3 km) von Jerusalem entfernt (Lukas 11,18), Heimatort von Martha, Maria und Lazarus (Lukas 10,38-42). Gemäss Hieronymus wurde über dem Grab des Lazarus schon in alter Zeit eine Kirche gebaut. In Bethanien lag auch das Haus Simons des Aussätzigen (Mt. 26,6).

Den genauen Beweggrund, warum die Bezeichnung «Bethanien» als Name für unsere Institution gewählt wurde, kennen wir nicht. Es legen sich aber Gründe nahe, dass man eine Ortsbezeichnung in der Bibel wählen wollte, mit der sich die Wundertaten Jesus und aus dem christlichen Glauben motiviertes sozial menschliches Handeln verbanden. Das heisst, ein Ort, der Menschen gut tut, an dem Menschen Hilfe erfahren, an dem sich Menschen für Hilfsbedürftige und in Not Geratene engagieren.

Mit «Bethanien» verbindet sich eine Institution, die sich in ihrer über hundertjährigen Tätigkeit mit ihrem diakonischen Engagement, mit ihrer Menschlichkeit, ihren Werten, ihrer Qualität und ihrer Sorgfalt einen Namen gemacht hat.

- **Diakonie διακονια**
Diakone wurden die sieben Armenpfleger genannt, die in Apostelgeschichte 6,1-7 für die tägliche Versorgung der Armen und zur Entlastung der Apostel eingesetzt wor-

den sind. Inwieweit der biblische Begriff dem entspricht, was Institutionen wie wir tun, ist zwar Gegenstand von theologischen Diskussionen, hat aber besonders in der Mutterhausdiakonie eine bald zweihundertjährige Tradition. Somit ist Diakonie Inbegriff von sozialem Handeln auf dem Hintergrund einer persönlichen Gottesbeziehung.

- **Werk**
Das Wort «Werk» beschreibt eine Handlung und kann als ein Gesamtschaffen bezeichnet werden, das sich durch die Teilengagements in den einzelnen Betrieben definiert.

Im Zusammenhang mit der Firmenbezeichnung für das Diakoniewerk Bethanien messen wir diesem Begriff kein grosses Gewicht zu. Ohne «Werk» wird der Name etwas kürzer und einfacher, ohne etwas von unserer Identität aufzugeben.

*Fredy Jorns
Direktor*

Von Birke-Huus zu KiEl Bethanien



Die Zeit bleibt nicht stehen, das Birke-Huus auch nicht. Seit der Gründung des Birke-Huus sind zwanzig Jahre vergangen. In den ersten Prospekten wird es beschrieben als ein Haus für alleinerziehende Frauen, welche in der Not ein Dach über dem Kopf erhalten. Soeben entsteht der fünfte Flyer, welcher das Angebot der Institution beschreibt. Wie in einer Geschichte kann ich durch diese verschiedenen Flyer blättern und die Weiterentwicklungen betrachten. Diesen Veränderungen soll der neue Name gerecht werden.

Doch was hat zu dieser Entscheidung – ein neuer Name – geführt? Es war ein langer Prozess. Der Name Birke-Huus wurde im Sozialbereich lange nicht klar wahrgenommen und erst nach und nach dem Mutter-Kind-Wohnen zugeordnet. Nichts im Namen hat darauf hingewiesen, was in diesem Haus geschieht. Oft wurde er falsch geschrieben: über Birkenhaus bis Birnenhuus. Das Schweizerdeutsche war für viele Migrantinnen anspruchsvoll zum Aussprechen. Alles Gründe, warum wir öfters über den Namen gestolpert sind. Nachdem die Birken gefällt worden sind und im nächsten Frühling ein Umzug in ein neues Haus in Schwamendingen ansteht, wagen wir nun den Schritt zum neuen Namen.

Mit KiEl Bethanien soll sichtbar werden, dass wir ein Teil von Diakonie Bethanien sind. **Ki** steht für Kind. Dieses ist immer mehr ins Zentrum unserer Arbeit gerückt. Kindeswohl

und Kinderschutz sind unsere Hauptaufgaben und dies wird im Namen ausgedrückt, indem **Ki** zuerst steht. **El** steht für Eltern. Damit zeigen wir, dass wir beiden Elternteilen, also unterdessen auch dem Vater des Kindes, eine wichtige Rolle einräumen. Das systemische Arbeiten ist im Konzept und im Alltag verankert. Vor zehn Jahren waren Männerbesuche nur während der Anwesenheit der Sozialpädagoginnen erlaubt. Nun dürfen die Väter nach Vereinbarung übernachten und werden in Elterngespräche und in die Erziehungsberatung miteinbezogen.

Für diese Ausrichtung auf die ganze Familie nehmen wir die Arbeit auf uns, die neuen Flyer zu versenden, alle Dokumente anzupassen und uns ans Neue zu gewöhnen. Ich bin gespannt, wie lange ich bei der Telefonbegrüssung noch über den Namen stolpern werde.

Yvonne Stadler, Leiterin Birke-Huus



Personelles



EINTRITTE

Den neuen Mitarbeitenden

› in den Betrieben Zürich:

Diana Ahyong Mignette, Marysze Bräm, Corsina Caviezel, Laura Egli, Annunziatina Esposito, Emilia Gomes, Andrea Lehmann, Lucija Lozic, Martine Markutt-Dié, Luljeta Nikqi, Claudia Russo, Verena Sigg, Marion Sommer, Sabine Tschudi, Jana Wiederkehr

› und in Wabern:

Markus Bögli, Ralf Brockmüller, Barbara Däppen-Menzi, Lucienne Karlen, Regina Reiter, Susanna Roux

wünschen wir einen erfolgreichen Start.

Herzlich willkommen!

AUSTRITTE

Ihre Anstellung im Diakoniewerk Bethanien haben beendet:

Danijela Avdic, Josephine Böhm, Maria José Faria Alves, Nada Frei, Anne Hinz, Johanna Jacobi Giezendanner, Elisabeth Jappert, Maja Ledan, Afshin Mandegari, Kandiah Mohanathanasan, Bianca Stoira, Ann Waldvogel, Caroline Wenk, Anne-Marie Zimmermann

*Herzlichen Dank für die Mitarbeit.
Alles Gute für die Zukunft!*

VERANSTALTUNGEN 2014

Donnerstag	5. Juni	16.00 Uhr, Grundsteinlegung Buckhauserstrasse, für alle Vereinsmitglieder und Mitarbeitenden
Mittwoch	17. September	18.00 Uhr, Publikumsevent zum Thema «Frühkindliche Förderung – gesellschaftliche Bedeutung und Entwicklung»
Samstag	8. November	Forum für alle Vereinsmitglieder

Impressum:

Mitteilungsblatt des Diakoniewerks Bethanien Zürich. Restelbergstrasse 7, 8044 Zürich
Telefon 043 268 76 01, Fax 043 268 76 05
PC Diakoniewerk Bethanien 80-7110-8
Erscheint 4-mal jährlich.