

Gemeinsam. Anders. Stark.



Ausblick 2012

Ins Jubiläumsjahr mit neuem Leitmotiv
und neuem Erscheinungsbild

Gemeinsam. Anders. Stark.

Öffentlichkeitsarbeit | Mitarbeitende, Klienten, Freunde und Förderer verhelfen dem Sozialwerk zu einem neuen Leitmotiv

„Wann kriegen wir denn endlich unser neues Leitmotiv?“ – „Was ist es denn jetzt geworden?“ – „Wer hat den Wettbewerb gewonnen?“ – ...Diese und ähnliche Fragen der Kolleginnen und Kollegen konnte sich der Öffentlichkeitsreferent des Sozialwerks nun ziemlich genau ein Jahr lang immer mal wieder anhören. Doch „gut Ding will bekanntlich Weile haben“, wie es heißt. Und so konnte die Suche nach einem neuen Leitmotiv für das Sozialwerk St. Georg nun abgeschlossen werden – gut zwei Jahre nach dem Beschluss, einen Nachfolger für den Satz „Nicht für, sondern mit Menschen arbeiten“ zu finden, der zwar für das interne Selbstverständnis gut geeignet war, aber allein aufgrund seiner Länge weniger für die externe Kommunikation.

Zur Erinnerung: Vor einem Jahr berichteten wir an dieser Stelle unter der Überschrift „Wir sind überwältigt!“ über die

große Resonanz auf den allgemeinen Aufruf von Vorstand und Geschäftsführungen, sich an der Gewinnung eines neuen Leitsatzes zu beteiligen (**EinBlick 5/2010**, Seite 7). Mitarbeiter Alexander Schilling aus Duisburg hatte damals den Hauptpreis unter allen Teilnehmenden des Wettbewerbs gewonnen und erfreut sich seitdem seines „iPads“. Zehn weitere zufällig ausgeloste Teilnehmende konnten damals für je 25 Euro auf „Shopping-Tour“ durch den Webshop des Sozialwerks gehen (► www.sozialwerk-st-georg.de/shop). Alexander Schilling war damals mit insgesamt fünf Vorschlägen überdurchschnittlich „fleißig“: Insgesamt hatten sich im zwei Monate dauernden Aktionszeitraum im Herbst 2011 über 300 Menschen online, per Aktionspostkarte, Fax oder Brief beteiligt. Durchschnittlich drei Vorschläge hatte damals jeder Einsender gemacht. **Rund 1.000 (!) Ideen** hatten somit Klientinnen und Klienten, Mit-



arbeitende, Freunde und Förderer zu Papier gebracht oder in die Tastatur getippt. Die Beiträge waren nun ein Jahr lang auf der Aktionsseite im Internet öffentlich sichtbar unter ► www.sozialwerk-st-georg.de/leitmotiv.

Und die vielen Vorschläge wurden für Vorstand und Geschäftsführungen des Sozialwerks zu einer wertvollen Hilfe beim Finden eines neuen Leitmotivs: Nun ging es nach dem Wettbewerb ans Sichten, Auswählen, Zusammensetzen, „Clustern“, Verwerfen, Neu-Überlegen, Abwägen und Prüfen. Kompetenter Partner war dabei Carsten Fuchs und sein Team von der Agentur „Gute Botschafter“ aus Haltern am See/Köln, die zum Beispiel 2009 den neuen Internetauftritt des Sozialwerks gestaltet hatten. Das neue Leitmotiv sollte dabei von der sprachlichen Seite her stark sein, also eine Wort-Kraft besitzen. Es sollte emotional berühren, ergänzend zum Unternehmensnamen stehen und die Menschen gewinnend ansprechen: potenzielle Klienten und deren Angehörige, Mitarbeitende, Freunde und Förderer, weitere Dialog- und Zielgruppen.

Nach vielen einzelnen Rückkoppelungsschleifen war es dann Mitte dieses Jahres soweit: Alle Führungskräfte des Leitungsteams konnten sich auf einen gemeinsamen Favoriten auf der inzwischen „eingedampften“ Auswahlliste einigen,

die die „Guten Botschafter“ aus den Einsendungen erarbeitet hatten: **Gemeinsam. Anders. Stark.**

Das neue Leitmotiv hat mehrere Vorteile:

- Es hat eine emotionale „Strahlkraft“
- Es beschreibt gut den Nutzen unserer Angebote und die Haltung, die wir einnehmen
- Es ist kürzer als das bisherige Motto (6 statt 10 Silben) und enthält eine prägnante sprachliche Zuspitzung (3 Silben – 2 Silben – 1 Silbe)
- Es besitzt ein „Alleinstellungsmerkmal“, weil es so nur vom Sozialwerk verwendet wird und wir uns so gut von Mitbewerbern abgrenzen können
- Es ist glaubwürdig und merkfähig

Denn je größer die – durch Werbung und Kommunikation mit verursachte – Informationsflut für die Menschen wird, desto bedeutsamer werden Leitmotive als Orientierungshilfe.

Gemeinsam. Anders. Stark.: Ein Leitmotiv – auch „Claim“ genannt – ist eine „Positionierungsaussage“, die beschreibt, wofür ein Unternehmen steht, was es auszeichnet, wie die Menschen sich und „ihr“ Unternehmen sehen. Es soll nach Möglichkeit zeitlos sein und eher „un-



*Sie alle haben ihren Teil zur Entwicklung des Leitmotivs beigetragen: Die Ideengeberinnen und -geber präsentieren gemeinsam mit dem Vorstand und den Geschäftsführungen des Sozialwerks St. Georg den neuen Leitsatz **Gemeinsam. Anders. Stark.***

(Foto: Susanne Lindner)



gewöhnlich“ als „nur richtig“. Es muss verständlich sein, also Fachausdrücke vermeiden. Und es soll eher den Charakter als die Inhalte der Arbeit beschreiben. Last but not least soll es Identifikation stiften.

Zum Hintergrund: In der Kommunikation spricht man von „Kommunikationsebenen“, die unterschiedliche Aufgaben wahrnehmen:

1. Ebene: Die Marke, das Markenzeichen (das neue Logo, sprich die „Wort-/Bild-Marke“ mit Heiligem Georg und Drachen, siehe „Neues Logo? Na logo!“, Seite 11)
2. Ebene: Das Leitmotiv
3. Ebene: Die Elemente des Erscheinungsbildes (zum Beispiel der „Mosaikstreifen“ des Sozialwerks)
4. Ebene: Ein Slogan, Motto, Jahresthema (zum Beispiel des aktuellen Geschäftsberichts 2010 des Sozialwerks: „Inklusion – Dabei sein von Anfang an!“)

Speziell das Leitmotiv ist dabei zum Markenzeichen zugehörig und in der Gestaltung eng angebunden. Es schafft die „emotionale Brücke“ vom Markenzeichen und dem Organisationsnamen hin zu den Zielgruppen. Das Leitmotiv ist, wenn möglich, in allen Medien vertreten, es ist gewissermaßen „unantastbar“, unveränderbar, um die aufzubauende/aufgebaute Wirkung nicht zu schmälern.

Da sich das Sozialwerk von einem reinen Träger der Behindertenhilfe zu einem Anbieter vielfältiger sozialer Dienstleistungen entwickelt, gibt es gute Gründe, diese veränderte Positionierung auch kommunikativ zu fassen. Gesucht war also ein Leitmotiv, das gleichermaßen ein Dach schafft, das so groß und weit ist, dass es sowohl derzeitige Angebote als auch zukünftige Angebote integriert. Gleichzeitig kann so dem eher „nüchternen“ Markennamen „Sozialwerk St.

Georg“ ein emotionales Pendant beige stellt werden, das den Brückenschlag zu den Menschen erleichtert.

Das alles trifft auf unser neues Leitmotiv zu, stammt es in unserem Fall doch sogar komplett aus der Teilnehmerschar des Leitmotiv-Wettbewerbs, also „von innen“, aus dem Sozialwerk. Zwar hatte keiner der Teilnehmenden alle drei Worte in seinem Vorschlag oder seinen Vorschlägen gleichzeitig genannt, aber es gab doch eine Reihe Einreichungen, in denen zumindest zwei der Worte enthalten waren. Konkret hatten von den rund 300 Teilnehmenden genau 98 Personen

mindestens eines der drei Worte aufgeführt: 78-mal GEMEINSAM. 16-mal ANDERS. 24-mal STARK.

Und diese „inhaltlichen Gewinner“, sprich die Ideengeberinnen und Ideengeber, lud der Vorstand jetzt unter dem Motto „GEMEINSAM. feiern“ ins Veranstaltungszentrum Schacht Bismarck nach Gelsenkirchen ein. Ein gemeinsames ausgedehntes Frühstück sorgte für eine entspannte Atmosphäre in dieser Feierstunde. Dankesworte von Vorstandssprecher Dieter Czogalla schlossen sich an. Dann erhielten



DANKE!

Wir danken allen Ideengeberinnen und Ideengebern für ihren persönlichen Anteil am neuen Leitmotiv – und dem Team der „Guten Botschafter“ für die kreative Komposition zu „Gemeinsam. Anders. Stark.“:

Anita Alduk (Gelsenkirchen) • Nicole B. • Detlev Bednarz (Gladbeck) • Bernd Bettsteller (Mühlheim a. d. Ruhr) • Ralf Boehnke (Dortmund) • Phillip Budde (Herten) • Dirk Burger (GE) • Bahar Celik (GE) • Markus Ciesinski-Thiele (Bottrop) • Thea Czayka (GE) • Johannes D. • Gabriele Dederichs (GE) • Susanne Dietmar (Herne) • Christian Dönhöfer (Rheine) • Frank Feldmann (Marl) • Achim Fiebert (Bottrop) • Nada G. • Theresa G. • Thorsten Garske (Drolshagen) • Annette H. • Britta Haase (GE) • Walter Hackl (Drensteinfurt) • Andrea Haefs (GE) • Sabine Hempel (GE) • Matthias Anton Kotala (GE) • Roland Krapiau (Bochum) • Dolores Langnau (Essen) • Simone Liscutin (GE) • Christian Löttsch (Olsberg) • Joergen Mattenklotz (Lennestadt) • Matthias Meisborn • Filomena-Lorena Mennoia (Bochum) • Veronika Mondry (GE) • Simone Mülfarth (Bochum) • Jens Nauditt (Recklinghausen) • Michaela Nauditt (Recklinghausen) • Karola Ortmann (Recklinghausen) • Anne S. • Andrea Schlegel (Soest) • Svenja Schmitz (GE) • Christof Schneider (Dautphetal) • Michael Slowy (Duisburg) • Rainer Smolny (Bottrop) • Jörg Stratmann (Senden) • Erna Tourbier (Dortmund) • Kirsten Weber (Herne) • Christina Wienkötter (Recklinghausen) • Detlef Wilde (Schmallenberg) • Tuncay Yolsal (Biedenkopf)

Hier sind soweit alle Kreativen erwähnt, die **mindestens eines der drei Worte des neuen Leitmotivs** in ihrem Vorschlag erwähnt hatten und ihre Einwilligung zur Veröffentlichung ihres Namens bis zur Drucklegung dieses **EinBlicks** gegeben haben. Wer seinen Namen in dieser Aufzählung vermisst und im nächsten **EinBlick** genannt werden möchte, informiert kurz die Redaktion: presse@sozialwerk-st-georg.de.



die Teilnehmenden – eine Woche vor Erscheinen dieses **EinBlicks** – einen ersten Eindruck, wie und wo das von ihnen mitkreierte Leitmotiv nun überall zum Einsatz kommen wird, bevor das auf der vorigen Doppelseite abgebildete Foto entstand.

Der neue Leitsatz wird nun zum wichtigen Baustein, um die Marke Sozialwerk St. Georg zu stärken: Er wird ab sofort noch stärker in das Erscheinungsbild des Unternehmens integriert – im Internetauftritt, in Broschüren und auf Faltblättern, auf Fahnen und Plakaten. – Stichwort Internet: Zusätzlich zu der weiter existierenden Adresse www.sozialwerk-st-georg.de

gibt es jetzt eine zusätzliche Bezeichnung: ► www.gemeinsam-anders-stark.de. Dies hat den ganz praktischen Vorteil, dass man ab sofort am Telefon oder im persönlichen Gespräch zum Beispiel den bisherigen Domain-Namen nicht mehr umständlich erklären muss (à la „st für Sankt, und Georg: wie der Vorname“). Auch zu betonen, dass zwei Minuszeichen zwischen den drei Wortbestandteilen eingefügt werden müssen, spielt bei [gemeinsam-anders-stark.de](http://www.gemeinsam-anders-stark.de) keine Rolle mehr, wurden doch auch einige weitere „verwandte“ Schreibweisen und Endungen sicherheitshalber für das Sozialwerk reserviert. Dies verhindert gleichzeitig, dass andere Unternehmen sich diese markante Internetadresse sichern und so die Alleinstellung des Sozialwerks bei diesem Leitsatz zunichte machen.

Gemeinsam. Anders. Stark.: Die oben angesprochene Haltung, das Selbstverständnis des Sozialwerks, das hierin zum Ausdruck kommt, hat zum Beispiel Dieter Kornmann, Geschäftsführer in Westfalen-Nord, unlängst einmal so beschrieben:

Gemeinsam. Anders. Stark. Perspektiven entwickeln
leben nach eigenen Vorstellungen
werden in sozialen Beziehungen

Weitergedacht möchte ich persönlich Folgendes ergänzen:

- Als Teil der Caritas erfüllen wir im Sozialwerk St. Georg unsere Aufgaben im Sinne christlicher Nächstenliebe – **Gemeinsam.** können wir das Werk Jesu dabei am besten verwirklichen und seine Haltung ganz praktisch leben; dies angesichts der Gewissheit, dass jeder Mensch ein Abbild Gottes ist – ob mit oder ohne Behinderung.
- „Es ist normal, verschieden zu sein.“ – Dieser Satz des früheren Bundespräsidenten Richard von Weizsäcker aus dem Jahr 1993, den sich die Integrationspädagogik seitdem zunutze macht, hat mit Blick auf unser zweites Adjektiv **Anders.** nichts an seiner Richtigkeit verloren.
- Vielleicht noch nicht stark sein, aber **gemeinsam Stark.** werden: Dieses Ziel lohnt, um – nicht „protzig“ oder „kraftstrotzend“, aber selbstbewusst und möglichst selbstbestimmt – „Teil zu geben“ und „Teil zu haben“ am Leben in der Gesellschaft („Teil-Habe, Teil-Gabe“).

Nun liegt es an jedem und jeder Einzelnen, an uns allen – den Mitarbeitenden, den Leitungskräften, den Klientinnen und Klienten, den Freunden und Förderern – diesen neuen Leitsatz inhaltlich „aufzuladen“, im Unternehmen „zu erden“, ihn wirklich zu „unserem“ neuen Leitmotiv zu machen. Denn nur zusammen sind wir **Gemeinsam. Anders. Stark.** ◀

Stefan Kuster | Referent für Presse-/Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising

Neues Logo? – Na logo!

Öffentlichkeitsarbeit | Das Sozialwerk St. Georg startet mit erstmals einheitlichem Erscheinungsbild ins Jubiläumsjahr 2012

Für den ersten Eindruck bleiben lediglich ein paar Sekunden. Diese bekannte Tatsache gilt nicht nur, wenn man neue Menschen kennenlernt und dabei die äußere Erscheinung ein erstes Bild des Gegenüber vermittelt, weil man die „inneren Werte“ naturgemäß noch nicht kennen kann. Nein, auch in der Kommunikation von und für Unternehmen – auch der Sozialbranche – spielt das Erscheinungsbild eine nicht zu unterschätzende Rolle.

Im Sozialwerk St. Georg begleiten die Mitarbeitenden Menschen mit Assistenzbedarf, um ihnen selbstbestimmte Teilhabe am gesellschaftlichen Leben zu ermöglichen – das ist die wesentliche Aufgabe einerseits. Wie aber geschieht das andererseits? Indem sich Führungskräfte und Mitarbeitende zu einer beruflichen Gemeinschaft in unserem sozialen Dienstleistungsunternehmen – dem „e. V.“ oder einer seiner Tochtergesellschaften – zusammengeschlossen haben. Diese





Sozialwerk St. Georg



Sozialwerk
St. Georg

Westfalen-Nord



Sozialwerk
St. Georg

Westfalen-Süd



Sozialwerk
St. Georg

Ruhrgebiet



Fachbereich
Autismus

Sozialwerk St. Georg



Werkstätten

Sozialwerk St. Georg



INTZeit-Arbeit



ALPHA



**Internat
Bad Fredeburg**



**ambient
assisted living**



**Bauen
und Wohnen**

Sozialwerk St. Georg



*Einzig die AUTEA gGmbH, die
gemeinsame Gesellschaft von
Sozialwerk und den von Bodel-
schwingschen Stiftungen
Bethel, Bielefeld, behält aufgrund
dieser besonderen Konstellation
ihr bisheriges Logo.*



**Stiftung
Sozialwerk
St. Georg**

*Mit neuer Bildmarke wird sich auch die eigenständige
Stiftung Sozialwerk St. Georg künftig präsentieren.*

Gemeinschaft von Dienstgeber und Dienstnehmern kann nun zum einen auf reine „Mundpropaganda“ vertrauen, um ihre Angebote an den Mann und an die Frau zu bringen – oft genug ist solch eine persönliche Empfehlung von Klienten, Angehörigen, Kostenträger, Ärzten etc. die beste, weil glaubhafteste Werbung.

Wo aber keine persönlichen Bindungen existieren, wo also kein „Empfehlungsmarketing“ möglich ist, kommt der Öffentlichkeitsarbeit, also der dialogorientierten Werbung um Vertrauen in das Unternehmen Sozialwerk, beziehungsweise dem sozialen Marketing, sprich dem konkreten Angebot einer dem persönlichen Bedarf entsprechenden Dienstleistung, eine umso größere Rolle zu.

So haben Vorstand und Geschäftsführungen des Sozialwerks sich vor gut zwei Jahren auf den Weg gemacht, um gemeinsam mit Öffentlichkeitsreferent Stefan Kuster sowie Carsten Fuchs, Geschäftsführer, und Designer Frank Gockel, beide von der Agentur „Gute Botschafter“ aus Haltern am See/Köln, das visuelle Erscheinungsbild in der schriftlichen wie digitalen Kommunikation auf den Prüfstand zu stellen – dabei immer „im Hinterkopf“ die Frage: „Wie hilft das, was wir ändern, den Menschen?!“:

- ▶ **Das Ziel:** die Marke Sozialwerk St. Georg zu stärken, den gemeinsamen „Absender“, die hinter den Angeboten stehende (Unternehmens-)„Familie“ sichtbar zu machen, den Bekanntheitsgrad durch einen hohen Wiedererkennungswert zu steigern und das „Image“ (engl./franz. für: Bild) zu gestalten und im Marketingdeutsch positiv „aufzuladen“ – und so letzten Endes auch durch eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit das Vertrauen in die Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden zu stärken.
- ▶ **Die Erkenntnis:** Das bisherige Logo des Sozialwerks, die so genannte „Wort-/Bild-Marke“ mit dem Georgsbild, dem Mosaikstreifen und dem Schriftzug bedurfte einer Überarbeitung: Die Dreiteiligkeit wirkt „überladen“, die Darstellungsform des in der berühmten Legende beschriebenen Kampfes des Heiligen Georgs mit dem Drachen wirkt statisch, die graue Farbe eher traditionell. Dabei ist die Botschaft, die von dieser Legende ausgeht, doch so brandaktuell wie eh und je: Wandte sich der Namenspatron unseres Unternehmens doch gegen das Unrecht und gab den Menschen Freiheit, Autonomie und Hoffnung zurück – die am christlichen Menschenbild orientierte Idee, Menschen ein freies und selbstständiges Leben zu ermöglichen, trägt die Arbeit des Sozialwerks schließlich bis heute.
- ▶ **Der Anlass:** das Jubiläumsjahr (siehe „St. Georg@60“, Seite 16). Mit unserem „runden Geburtstag“ wollen wir vermitteln: Das Sozialwerk ist 60 Jahre „jung“ geworden. Wir sind ein innovatives, insofern „jung gebliebenes“ soziales Dienstleistungsunternehmen, das den konkreten Bedarf des Menschen mit Behinderung sieht, das ihn dort abholt, wo er steht, und ihn ein – kürzeres oder längeres – Stück weit begleitet. Und das mit Betreuungskonzepten, die fachlich auf der Höhe der Zeit sind – wie jetzt mit der

noch stärkeren Ausrichtung auf die „Qualität des Lebens“ und der Einführung der Teilhabebegleitung ab 2012 (siehe Weihnachtsgruß, Seite 5).

| Ergebnis

Das Ergebnis: das Logo, die „Dachmarke“, wurde behutsam überarbeitet:

- ▶ Die Schriftart „Dax“, die weiter zur Unternehmensschrift für Überschriften und kurze Texte ausgebaut werden soll, bleibt erhalten, der so genannte „Schriftschnitt“ allerdings zwischen „normal“ und „fett“ variiert. Auch die unveränderte Schriftfarbe im dunklen Grünton drückt Kontinuität aus – dabei gilt hier nach wie vor: Grün ist die Farbe der Hoffnung, inhaltlich gesprochen: der zurecht und selbstbewusst formulierten Hoffnung auf selbstbestimmte Teilhabe.
- ▶ Georg und Drache werden ab sofort „stilisiert“ und reduziert dargestellt: modern, „am Puls der Zeit“ – aber eben nicht „modernistisch“; nicht Veränderung um der Veränderung willen, sondern aus gutem Grund. Dabei soll das Abstrakte Interesse wecken, neugierig machen („Was verbirgt sich genau dahinter?“), aber gleichzeitig nicht den Blick auf den Unternehmensnamen verstellen. Das hellere Grün der Bildmarke drückt Frische aus, wirkt attraktiver und soll auch darstellen: Wir öffnen uns als Sozialwerk mit unseren Angeboten gerade für junge Zielgruppen, zum Beispiel der Kinder- und Jugendhilfe – ohne die Erwachsenen und älteren Menschen zu vergessen, die nach wie vor den Hauptanteil der in unseren Einrichtungen lebenden und von unseren Diensten begleiteten Menschen stellen.
- ▶ Der Schriftzug kommt ab sofort ohne Unternehmensformzusätze wie e. V. oder gGmbH aus, um so klar und knapp wie möglich zu erscheinen. Er rückt neben die Bildmarke, und der bislang dreizeilige Mosaikstreifen tritt aus dem eigentlichen Logo heraus und wird ansprechend einzeilig zum Gestaltungselement an anderer Stelle auf Broschüren, Briefbögen & Co. Und wenn ausschließlich das nun zweifarbige Logo gedruckt werden sollte, ergeben sich durch den Wegfall des bunten Mosaikstreifens sogar Einsparpotenziale. Inhaltlich hat der Mosaikstreifen aber auch künftig die Funktion, die ihm seinerzeit zugesprochen wurde: Er soll das „ZusammenWirken“ darstellen,





Eine attraktive Bildsprache wie hier auf Banner-Motiven mit starken Portraitfotos, die Emotionen wecken, ist wichtiger Bestandteil des neuen Erscheinungsbilds.

also einerseits die Kooperation der dezentralen Unternehmensbereiche und andererseits die Zusammenarbeit der einzelnen Menschen; dies kommt in der folgenden, nach wie vor richtigen Aussage zum Ausdruck: *„Jeder Teil ist von Bedeutung für die Betrachtung des Ganzen – Das Sozialwerk St. Georg: vielfältige soziale Hilfen in einem starken Verbund.“*

Durch diese Neugestaltung hat die bisherige Logovielfalt nun ein Ende: Erstmals erhalten alle Geschäftsbereiche und 100%-Tochtergesellschaften eine in das „Corporate Design“, also das Erscheinungsbild des Unternehmens, passende „Submarke“, sprich ein individuelles Logo in gleichem Stil, mit gleicher Bildmarke. So ist der bestmögliche Wiedererkennungseffekt gegeben: Die gemeinsame, fachlich kompetente und zahlenmäßig große „Familie“ wird auf einen Blick deutlich – ob es sich beispielsweise um ein Angebot rund um das Thema Arbeit und Beschäftigung im Ruhrgebiet, ein Wohnangebot im nördlichen Westfalen oder ein Angebot der Kinder- und Jugendhilfe in Westfalen-Süd handelt.

Geplant ist zudem ein übergreifendes

Gestaltungshandbuch („Corporate Design Manual“), um die idealen Anwendungsmöglichkeiten der Gestaltungselemente zu beschreiben und den Mitarbeitenden und kooperierenden Dienstleistern wie Agenturen eine Hilfestellung bei der Erstellung von Printprodukten und anderen Materialien zu geben. Auch eine onlinebasierte Bestellplattform („Web2Print“) ist geplant, um die einheitliche Umsetzung der neuen Gestaltungslinie Budget schonend und arbeitserleichternd zu sichern.

Ergänzt und begleitet wird das neue Logo nun – wo sinnvoll – stets durch die Wiedergabe des neuen Leitmotivs des Sozialwerks „Gemeinsam. Anders. Stark.“ (siehe den gleichnamigen Artikel ab Seite 8). Dieser Schriftzug wird nach Möglichkeit ebenfalls stets in der dunkelgrünen Schriftart Dax gehalten sein und so gleich zu einer ersten Beschreibung des im Logo enthaltenen Unternehmensnamens und unseres Selbstverständnisses führen.

| Gute Arbeit braucht gute Kommunikation

Zusammengefasst: „Gute Arbeit braucht und verdient gute Kommunikation!“ – soll heißen: Die Mitarbeitenden in den Einrichtungen und Diensten leisten hervorragende Arbeit, sind Expertinnen und Experten auf ihrem Fachgebiet der Assistenz von Menschen mit Behinderung; dies nach außen zu verdeutlichen ist das Ziel eines einheitlichen (jedoch nicht einengenden), attraktiven (aber nicht „modischen“) und prägnanten (nur nicht überlagernden) Erscheinungsbilds.

Die Umstellung steht nun im Laufe des Jubiläumsjahres allerorten an – bei Immobilien- oder Fahrzeugbeschriftungen etc. gibt es aus Kostengründen allerdings eine Übergangsfrist bis 2013.

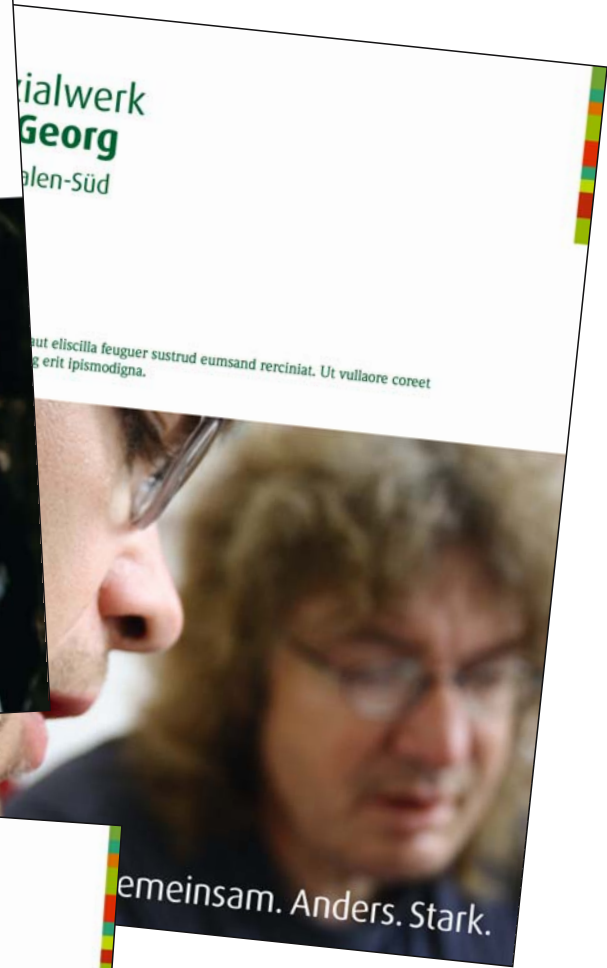
Erfahrungen in anderen Unternehmen zeigen: Es lohnt sich, diesen Markenbildungsprozess gemeinsam zu gehen – denn wer darauf „einzahlt“, wird „ein Vielfaches zurück-erhalten“. – Ein neues Logo? Na logo!

> Über die Georgslegende erfahren Sie mehr unter ► www.sozialwerk-st-georg.de/ueber-uns/das-unternehmen/st-georgs-legende ◀

Stefan Kuster | Referent für Presse-/Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising



Die neue Fahne des Sozialwerks.



Noch in der Entwicklung: Broschürentitel für die Angebote der Geschäftsbereiche – erstmals in einheitlicher „Farbwelt“.



Ein „Pluspunkt“ wird das neue für alle Angebote farblich einheitliche Faltblatt künftig auch für andere Geschäftsbereiche sein (hier Layout-Entwürfe).

60
JAHRE
1952-2012



Sozialwerk
St. Georg

St.Georg@60!

Öffentlichkeitsarbeit | Das Sozialwerk St. Georg feiert 2012 seinen 60. Geburtstag

Das Sozialwerk wird 60 – das muss natürlich gefeiert werden! Das offizielle Gründungsdatum war der 13. Juni 1952, und auf den Tag genau 60 Jahre später wollen wir mit einem zweitägigen Fest **Gemeinsam. Anders. Stark.** feiern! In dieser Ausgabe bringen wir schon einmal diesen Vorhinweis; Vorstand und Geschäftsführungen laden Sie schon heute herzlich ein! Bitte merken Sie sich folgende Termine vor:

- ▶ **13. Juni, 17 Uhr:**
Gottesdienst & Festakt (Gelsenkirchen)
- ▶ **14. Juni, 11 Uhr:**
Andacht & Parkfest (Gelsenkirchen)
- ▶ **15. Juni:**
Tag der offenen Tür – optional in vielen Einrichtungen des Sozialwerks

> Aktuelle Infos zum Jubiläum:
▶ www.gemeinsam-anders-stark.de/60

Eingeladen sind alle Klientinnen und Klienten, Mitarbeitenden, Freunde und Förderer unseres Unternehmens. Eine Steuerungsgruppe (mit Vorstandssprecher Dieter Czogalla, Geschäftsführerin Gitta Bernshausen, Geschäftsführer Friedrich Gleißner, Kaufmännischem Leiter Ruhrgebiet Hubert Burmann, Mitarbeiter Peter Klingberg und Öffentlichkeitsreferent Stefan Kuster) und die „Arbeitsgruppe Parkfest“ unter Leitung von Hubert Burmann (mit Mitarbeitenden aus dem Geschäftsbereich Ruhrgebiet und den Werkstätten) arbeiten bereits fleißig an den Vorbereitungen. Orientierung bieten dabei zum einen die vielen noch gut in Erinnerung gebliebenen Feierlichkeiten zum 50. Geburtstag und zum anderen die Patronatsfeste der vergange-

nen Jahre, die sich eines immer größeren Besucherandrangs erfreuten.

In Kürze wird ein Faltblatt mit dem Festprogramm erscheinen. Freuen wir uns schon heute auf ein großes Fest mit viel Musik, tollen Attraktionen und kulinarischen Highlights! – Und, natürlich: Menschen mit und ohne Behinderung werden **Gemeinsam.** feiern!

Im nächsten **EinBlick** (erscheint Ende März) wagen wir im dortigen „Blickpunkt“ einen kompakten Blick zurück auf 60 Jahre Einsatz für Menschen in NRW. Freuen Sie sich auf „Streiflichter“, Impressionen, Eindrücke aus den ersten sechs Jahrzehnten unserer Unternehmensgeschichte: Wie waren die Anfänge und der Zweck bei Gründung unseres „e. V.“? Wie hat sich alles entwickelt in den sechs Jahrzehnten, von Gelsenkirchen aus in die Regionen hinein? Welche „Highlights“, aber auch welche „Durststrecken“ gab es?

Im **EinBlick** 2/2012, der nach den Jubiläumstagen erscheint, werden wir natürlich ausführlich über die dann gerade zurückliegenden Festtage berichten – und erwarten eine tolle Fotostrecke, so bunt wie das Leben ist und wie unser Fest werden möge. ◀

Stefan Kuster | Referent für Presse-/Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising

„3-in-1“ ...

Gemeinsam. Anders. Stark.

Wir begleiten Menschen mit Assistenzbedarf und bieten ihnen personalisierte Dienstleistungsangebote und Beratung in den Bereichen **Wohnen & Leben, Arbeit & Beschäftigung, Alltag & Freizeit**. Wir wollen ihnen ein selbstbestimmtes Leben und gesellschaftliche Teilhabe ermöglichen.

60
JAHRE
1952-2012



Sozialwerk
St. Georg

Neuigkeiten, Infos und alles Wichtige rund ums Jubiläum erfahren Sie unter:

www.gemeinsam-anders-stark.de

Notizen.

Jubiläumsjahr 2012:

JANUAR						
Wo	53	1	2	3	4	5
Mo	2	9	16	23	30	
Di	3	10	17	24	31	
Mi	4	11	18	25		
Do	5	12	19	26		
Fr	6	13	20	27		
Sa	7	14	21	28		
So	1	8	15	22	29	

FEBRUAR						
Wo	5	6	7	8	9	
Mo		6	13	20	27	
Di		7	14	21	28	
Mi	1	8	15	22	29	
Do	2	9	16	23		
Fr	3	10	17	24		
Sa	4	11	18	25		
So	5	12	19	26		

MÄRZ						
Wo	9	10	11	12	13	
Mo	5	12	19	26		
Di	6	13	20	27		
Mi	7	14	21	28		
Do	1	8	15	22	29	
Fr	2	9	16	23	30	
Sa	3	10	17	24	31	
So	4	11	18	25		

APRIL						
Wo	13	14	15	16	17	18
Mo	2	9	16	23	30	
Di	3	10	17	24		
Mi	4	11	18	25		
Do	5	12	19	26		
Fr	6	13	20	27		
Sa	7	14	21	28		
So	1	8	15	22	29	

MAI						
Wo	18	19	20	21	22	
Mo	7	14	21	28		
Di	1	8	15	22	29	
Mi	2	9	16	23	30	
Do	3	10	17	24	31	
Fr	4	11	18	25		
Sa	5	12	19	26		
So	6	13	20	27		

JUNI						
Wo	22	23	24	25	26	
Mo	4	11	18	25		
Di	5	12	19	26		
Mi	6	13	20	27		
Do	7	14	21	28		
Fr	1	8	15	22	29	
Sa	2	9	16	23	30	
So	3	10	17	24		

JULI						
Wo	26	27	28	29	30	31
Mo	2	9	16	23	30	
Di	3	10	17	24	31	
Mi	4	11	18	25		
Do	5	12	19	26		
Fr	6	13	20	27		
Sa	7	14	21	28		
So	1	8	15	22	29	

AUGUST						
Wo	31	32	33	34	35	
Mo		6	13	20	27	
Di		7	14	21	28	
Mi	1	8	15	22	29	
Do	2	9	16	23	30	
Fr	3	10	17	24	31	
Sa	4	11	18	25		
So	5	12	19	26		

SEPTEMBER						
Wo	35	36	37	38	39	
Mo	3	10	17	24		
Di	4	11	18	25		
Mi	5	12	19	26		
Do	6	13	20	27		
Fr	7	14	21	28		
Sa	1	8	15	22	29	
So	2	9	16	23	30	

OKTOBER						
Wo	40	41	42	43	44	
Mo	1	8	15	22	29	
Di	2	9	16	23	30	
Mi	3	10	17	24	31	
Do	4	11	18	25		
Fr	5	12	19	26		
Sa	6	13	20	27		
So	7	14	21	28		

NOVEMBER						
Wo	44	45	46	47	48	
Mo	5	12	19	26		
Di	6	13	20	27		
Mi	7	14	21	28		
Do	1	8	15	22	29	
Fr	2	9	16	23	30	
Sa	3	10	17	24		
So	4	11	18	25		

DEZEMBER						
Wo	48	49	50	51	52	1
Mo	3	10	17	24	31	
Di	4	11	18	25		
Mi	5	12	19	26		
Do	6	13	20	27		
Fr	7	14	21	28		
Sa	1	8	15	22	29	
So	2	9	16	23	30	

23. April: Gottesdienst am Patronatstag · 13. Juni: Festakt · 14. Juni: Parkfest · 15. Juni: Tag der offenen Tür
Mit freundlicher Empfehlung: Sozialwerk St. Georg e.V. · Referat für Presse-/Öffentlichkeitsarbeit & Fundraising · Telefon 0209 7004-205/-235 · presse@sozialwerk-st-georg.de
Ein kleiner Beitrag zur Bewahrung der Schöpfung: Dieses Mousepad ist aus 100% Recycling-Papier.

Öffentlichkeitsarbeit | ... das Notizblock-Kalender-Mousepad zum Jubiläumsjahr!

Jedem **EinBlick** liegt es bei, die Neuauflage des Mousepads, herausgegeben vom Referat für Presse-/Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising. Es zeigt ausgewählte Bilder aus dem Sozialwerk St. Georg. Mit dem **EinBlick**-Paket haben die Einrichtungen und Verwaltungen bereits einen weiteren Satz Mousepads erhalten. Diese können – idealerweise zu Beginn des kommenden Jahres – gerne an Klientinnen und Klienten,

Angehörige, Nachbarn, Hilfeentscheider, Kostenträger, andere Kooperationspartner und Interessierte etc. weitergegeben oder bei Veranstaltungen ausgelegt werden. Natürlich enthält der integrierte Kalender auch einen Hinweis auf die wichtigsten Veranstaltungen im Jubiläumsjahr. Platz für Notizen ist ebenfalls wieder vorhanden. Ein kleiner Beitrag zur Schonung der natürlichen Ressourcen und damit zur Be-

wahrung der Schöpfung: Die Mousepads sind erneut aus 100 Prozent Recyclingpapier.

Weitere Mousepads können in der Zentrale des Sozialwerks bei Frau Merchel angefordert werden: Tel. 0209 7004-0, m.merchel@sozialwerk-st-georg.de. ◀

Stefan Kuster | Referent für Presse-/Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising