

Bereich 35 - Mobilität
Hoffmann, Lars

Datum:
12.02.2024

Beschlussvorlage

Beschließendes Gremium:

Einrichtung von Mobilitätsstationen als "hvv-switch-Punkte"

Beratungsfolge:

Öffentl. Status	Sitzungs- datum	Gremium
Ö	17.04.2024	Ausschuss für Mobilität
Ö	23.04.2024	Verwaltungsausschuss

Sachverhalt:

In Kooperation mit dem Landkreis Lüneburg und der Hamburger Hochbahn AG sollen in der Hansestadt Lüneburg hvv-switch-Punkte als Mobilitätsstationen in Anlehnung an das bereits existierende Modell in Hamburg errichtet werden. Grundlage hierfür soll eine Kooperationsvereinbarung sein, deren Abschluss mit dieser Vorlage vorgeschlagen wird.

Mobilitätsstationen ermöglichen intermodales- und multimodales Verkehrsverhalten und gestalten den Umstieg innerhalb des Umweltverbundes mit seinen verschiedenen Mobilitätsangeboten (Bahn, Bus, Carsharing, Leihräder etc.) leichter. Durch einheitliche und auffällige Gestaltung im öffentlichen Raum werden die Angebote sichtbarer gemacht. Die bereits vor Ort existierenden Mobilitätsangebote sollen in die Stationen eingebunden. Die Hansestadt Lüneburg bedient sich in Zusammenarbeit mit dem Landkreis Lüneburg hierfür der in Hamburg etablierten Marke hvv switch und wäre damit die erste Kommune außerhalb Hamburgs, die solche hvv switch Punkte errichten würde. In Abstimmung mit dem Landkreis Lüneburg und der Hamburger Hochbahn AG wurde eine Liste von geeigneten ÖPNV-Haltestellen für die Einrichtung von hvv switch Punkten abgestimmt. Die Umsetzung der geplanten hvv-switch-Punkte soll im Laufe des Jahres 2024 beginnen.

Die Kooperationsvereinbarung mit der Hamburger Hochbahn AG und dem Landkreis Lüneburg regelt unter anderem die Aufteilung der Kosten der Erstausrüstung für die geplanten Stationen. Die Hansestadt Lüneburg zahlt die Aufwendungen für die Stationen innerhalb des Stadtgebiets außer der Station am zentralen Verwaltungsstandort des Landkreises. Die Pauschalkosten für die Hansestadt Lüneburg belaufen sich auf insgesamt 44.627,38 € (brutto). Die Ausstattungselemente wie z.B. Schilder und Stelen stellt die Hamburger Hochbahn AG

zum Selbstkostenpreis zur Verfügung. Auf Grundlage des vorgenannten Pauschalbetrages wird von der Einrichtung von mindestens 10 hvv-switch-Punkten ausgegangen.

Die für die Umsetzung notwendigen Maßnahmen sind bereits mit dem Bereich Ordnung und Verkehr abgestimmt.

Folgenabschätzung:

A) Auswirkungen auf die Ziele der nachhaltigen Entwicklung Lüneburgs

	Ziel	Auswirkung positiv (+) und/oder negativ (-)	Erläuterung der Auswirkungen
1	Umwelt- und Klimaschutz (SDG 6, 13, 14 und 15)	+	Reduzierung des MIV und damit Reduzierung von CO ₂ -Emissionen
2	Nachhaltige Städte und Gemeinden (SDG 11)	+	Verringerung des MIV durch Stärkung alternativer Mobilitätsangebote
3	Bezahlbare und saubere Energie (SDG 7)		
4	Nachhaltige/r Konsum und Produktion (SDG 12)		
5	Gesundheit und Wohlergehen (SDG 3)	+	Förderung von Bewegung durch Förderung von Fuß- und Radverkehr
6	Hochwertige Bildung (SDG 4)		
7	Weniger Ungleichheiten (SDG 5 und 10)		
8	Wirtschaftswachstum (SDG 8)	+	Steigerung der Nutzung von Verkehrsmitteln des Umweltverbundes (bspw. Carsharing, StadtRAD, ÖPNV)
9	Industrie, Innovation und Infrastruktur (SDG 9)		
Die Ziele der nachhaltigen Entwicklung Lüneburgs leiten sich eng aus den 17 Nachhaltigkeitszielen (Sustainable Development Goals, SDG) der Vereinten Nationen ab. Um eine Irreführung zu vermeiden, wird durch die Nennung der UN-Nummerierung in Klammern auf die jeweiligen Original-SDG hingewiesen.			

B) Klimaauswirkungen

a) CO₂-Emissionen (Mehrfachnennungen sind möglich)

☐ Neutral (0): durch die zu beschließende Maßnahme entstehen keine CO₂-Emissionen

X Positiv (+): CO₂-Einsparung (sofern zu ermitteln): _____ t/Jahr

und/oder

☐ Negativ (-): CO₂-Emissionen (sofern zu ermitteln): _____ t/Jahr

b) Vorausgegangene Beschlussvorlagen

☐ Die Klimaauswirkungen des zugrundeliegenden Vorhabens wurden bereits in der Beschlussvorlage VO/_____ geprüft.

c) Richtlinie der Hansestadt Lüneburg zur nachhaltigen Beschaffung (Beschaffungsrichtlinie)

- X Die Vorgaben wurden eingehalten.
☐ Die Vorgaben wurden berücksichtigt, sind aber nur bedingt anwendbar.
oder
☐ Die Beschaffungsrichtlinie ist für das Vorhaben irrelevant.

Finanzielle Auswirkungen:

Kosten (in €)

- a) für die Erarbeitung der Vorlage: 126,00 €
 aa) Vorbereitende Kosten, z.B. Ausschreibungen, Ortstermine, etc.
b) für die Umsetzung der Maßnahmen:
c) an Folgekosten:
d) Haushaltsrechtlich gesichert:
X Ja
 Nein
 Teilhaushalt / Kostenstelle:35020
 Produkt / Kostenträger:54700104
 Haushaltsjahr:2023
e) mögliche Einnahmen:

Anlagen:

Beschlussvorschlag:

Die Verwaltung wird beauftragt, eine Kooperationsvereinbarung mit der Hamburger Hochbahn AG und dem Landkreis Lüneburg zur Umsetzung von hvv switch Punkten als Mobilitätsstationen zu schließen.

Beteiligte Bereiche / Fachbereiche:

Kooperationsvereinbarung

zwischen

dem **Landkreis Lüneburg**

Auf dem Michaeliskloster 4, 21335 Lüneburg

und

der **Hansestadt Lüneburg**

Am Ochsenmarkt 1, 21335 Lüneburg

sowie

der **Hamburger Hochbahn AG**

Steinstraße 20, 20095 Hamburg

nachfolgend als „HOCHBAHN“ bezeichnet

Präambel

Der Landkreis Lüneburg ist Partner im Hamburger Verkehrsverbund (hvv). Landkreis und Hansestadt Lüneburg möchten die derzeit errichteten sowie zukünftig zu errichtende Mobilitätsstationen mit dem Logo, Branding und der Ausstattung von hvv switch ausstatten und betreiben.

Die hvv GmbH ist die Inhaberin der Nutzungsrechte an der eingetragenen Wortmarke und der Wort-Bildmarke „HVV switch“.

Die hvv GmbH hat der HOCHBAHN an beiden vorgenannten Marken ein Nutzungsrecht eingeräumt. Das Nutzungsrecht beinhaltet das Recht der HOCHBAHN Unterlizenzen an Dritte zu erteilen.

Dies vorausgeschickt vereinbaren die Parteien Folgendes:

§ 1 Markennutzung

- (1) Die HOCHBAHN räumt Landkreis und Hansestadt Lüneburg ein einfaches, nicht exklusives, nicht übertragbares, nicht unterlizenzierbares Nutzungsrecht an der eingetragenen Wortmarke „hvv switch“ (DPMA-Register-Nr. 3020200151155) und der Wort-Bildmarke „hvv switch“ (DPMA-Register-Nr. 3020200151163) ein. Eine Übertragung an Tochterunternehmen bedarf der einfachen schriftlichen Zustimmung der HOCHBAHN.
- (2) Die Marken dürfen nur wie folgt verwendet werden: (a) Wortmarke „hvv switch“, (b) Wort-Bildmarke: siehe Abbildung. Die Bildmarke darf durch Landkreis und Hansestadt Lüneburg den Vorgaben des Styleguide entsprechend (Anlage 1) verwendet werden.



- (3) Zeitlich ist die Rechteeinräumung auf die Laufzeit dieser Vereinbarung beschränkt.
- (4) Räumlich ist die Nutzung auf den Landkreis Lüneburg sowie die Hansestadt Lüneburg beschränkt, wenn und soweit es sich nicht um eine Verwendung in Onlinemedien handelt. Eine Verwendung in Onlinemedien ist nur in Abstimmung mit der HOCHBAHN zulässig.
- (5) Inhaltlich umfasst die Rechteeinräumung alle bekannten und unbekannten Nutzungsarten, insbesondere die Verwertung auf andere Arten und Weisen, z.B. im Internet, Rundfunk und Fernsehen, in den sozialen Medien, in Printversionen sowie auf alle anderen möglichen Arten. Ein Recht zur ganz oder teilweisen Bearbeitung, Veränderung und/oder Ergänzung ist von der Rechteeinräumung grundsätzlich nicht umfasst. Entsprechende Bearbeitung, Veränderungen und/oder Ergänzung sind nicht gestattet.

§ 2 Ausstattung von hvv switch Punkten

- (1) HOCHBAHN stellt dem Landkreis und der Hansestadt Lüneburg jeweils die Ausstattung für hvv switch Punkte zur Verfügung, namentlich die Beschilderung, Bodenplatten und Markierungsnägel. Landkreis und Hansestadt Lüneburg können über die HOCHBAHN Ersatzmaterial für die Ausstattung beziehen. Die Kostenaufteilung zwischen dem Landkreis und der Hansestadt ist in einer gesonderten Vereinbarung geregelt.
- (2) Es besteht keine zwingende zeitliche Abhängigkeit zwischen der Ausstattung von hvv switch Punkten und der zukünftigen Integration der Mobilitätsanbieter cambio und StadtRAD in die hvv switch App. Es ist eine schrittweise Umsetzung möglich, die zunächst eine Ausstattung von hvv switch Punkten vorsieht.
- (3) HOCHBAHN erstellt einen Designentwurf für ein Hinweisschild auf hvv switch Punkte an Bushaltestellen im Landkreis und in der Hansestadt Lüneburg. Landkreis und Hansestadt Lüneburg werden sich eigenständig bzw. über Tochterunternehmen und auf eigene Kosten um die Einheitlichkeit beim Druck und die Anbringung kümmern.
- (4) Landkreis und Hansestadt Lüneburg bringen die Ausstattung selbst bzw. über Tochterunternehmen auf eigene Kosten an den hvv switch Punkten an: im Stadtgebiet: Hansestadt Lüneburg und der Landkreis Lüneburg im übrigen Kreisgebiet. Die Bestellung der Ausstattung erfolgt über die HOCHBAHN. Die Ausstattung wird direkt an die Hansestadt Lüneburg geliefert.

- (5) Landkreis und Hansestadt Lüneburg sind jeweils getrennt für den Unterhalt, Reparaturen, die Instandhaltung und Instandsetzung sowie Pflege der hvv switch Punkte selbst und auf eigene Kosten verantwortlich. Sie verpflichten sich, die hvv switch Punkte laufend auf einem noch zu definierenden optischen und funktionalen Standard zu halten. Die HOCHBAHN gibt die Vorgaben zur Gestaltung vor, damit zwischen Hamburg und dem Landkreis und der Hansestadt Lüneburg ein maximal einheitliches Bild gewahrt wird. Abweichungen bedürfen der vorherigen, zwingenden Zustimmung der HOCHBAHN. Jeglicher Rückbau der Ausstattung erfolgt für Landkreis und Hansestadt Lüneburg auf eigene Kosten.

§ 3 Zukünftige Integration in hvv switch App

- (1) Die zugelassenen Mobilitätsanbieter im Landkreis Lüneburg sind derzeit cambio und StadtRAD, die derzeit beide in Hamburg noch nicht in die hvv switch App integriert sind. Es wird seitens der HOCHBAHN eine zeitnahe Integration angestrebt.
- (2) Sobald cambio und/oder StadtRAD zukünftig in die hvv switch App in Hamburg integriert werden, und vorbehaltlich einer reibungslosen Integrationsfähigkeit auch des Angebots von cambio bzw. StadtRAD im Landkreis Lüneburg sowie der näheren technischen Prüfung (insbesondere Identität der Backends für Hamburg und den Landkreis Lüneburg), sollen die Angebote von cambio und StadtRAD im Landkreis Lüneburg in die hvv switch App integriert werden. Dies gilt nur, wenn die Integration technisch einfach und ohne größeren Aufwand umsetzbar ist. Bei größeren Aufwänden ist eine Sondervergütung für die Umsetzung zu vereinbaren.
- (3) Sollten im Landkreis Lüneburg zukünftig andere Mobilitätsanbieter als cambio und StadtRAD zugelassen werden, die in die hvv switch App in Hamburg integriert sind, wird beabsichtigt, unter den Vorbehalten des vorstehenden Absatzes auch die Angebote solcher Mobilitätsanbieter im Landkreis Lüneburg in die hvv switch App zu integrieren. Der HOCHBAHN obliegt die alleinige Entscheidung, welche Mobilitätsanbieter in welchem Umfang und zu welchem Zeitpunkt in die hvv switch App integriert werden. Der Landkreis Lüneburg und die Hansestadt Lüneburg behalten sich vor, nicht jeden Mobilitätsanbieter, der in der hvv switch App vertreten ist, auch im Gebiet des Landkreises zuzulassen.
- (4) Die HOCHBAHN behält sich vor, für die technische Umsetzung der Integration sowie für die Leistungen der HOCHBAHN im Bereich Abrechnung eine Aufwandsentschädigung an die Hansestadt und den Landkreis Lüneburg zu berechnen, die zusätzlich zu der einmaligen Pauschale gemäß § 5 zu zahlen ist. Die Höhe dieser Aufwandsentschädigung ist in angemessenem Zeitraum vorher anzukündigen.

§ 4 Marketing

- (1) Die Nutzung der hvv switch Marken sowie das Branding und der Außenauftritt der hvv switch Punkte im Landkreis und in der Hansestadt Lüneburg haben nach den Vorgaben der HOCHBAHN zu erfolgen und müssen mindestens denselben Qualitätsstandards entsprechen wie in Hamburg. Die HOCHBAHN behält sich regelmäßige entsprechende Kontrollen vor.

- (2) Sollten Maßnahmen zur aktiven Kommunikation der Kooperation und Vermarktung des gemeinsamen Angebotes in der Öffentlichkeit stattfinden, so werden die Parteien diese miteinander abstimmen. Das gilt insbesondere für Presseinformationen oder Pressekonferenzen. Ausnahmen gelten z.B. für Nachfolgeanfragen oder tagesaktuelle Anfragen. Die Parteien können hier ohne vorherige Abstimmung kommunizieren, insofern abgestimmte Botschaften vorliegen. Darüber hinaus erfolgt eine inhaltliche Abstimmung der Kernbotschaften über die jeweilige Partei bzw. deren Angebot sowie eine Prüfung der richtigen Verwendung von Farben, Logos und Produkten wie tarifbezogene Informationen der jeweiligen Partei bzw. deren Angebot.
- (3) Landkreis und Hansestadt Lüneburg und HOCHBAHN beabsichtigen, den Start von hvv switch im Landkreis und in der Hansestadt Lüneburg durch gemeinsame Marketing-Maßnahmen zu begleiten.

§ 5 Vergütung

- (1) Der Landkreis Lüneburg und die Hansestadt Lüneburg zahlen der HOCHBAHN als Gegenleistung für die Leistungen der HOCHBAHN (einschließlich Markenlizenz) eine einmalige Pauschalvergütung für die Erst-Ausstattung zum Selbstkostenpreis der HOCHBAHN in Höhe von 46.419 EUR zuzüglich der jeweils gültigen USt. Die Pauschalvergütung setzt sich wie folgt zusammen: 1. Die Hansestadt Lüneburg zahlt die Pauschalvergütung für die Stationen innerhalb des Stadtgebiets, außer der Station am zentralen Verwaltungsstandort des Landkreises, 2. Der Landkreis Lüneburg zahlt die Pauschalvergütung für die weiteren Kommunen außerhalb der Hansestadt, seinen zentralen Verwaltungsstandort und zusätzlich einen Aufschlag für die allgemeinen Verwaltungskosten (u.a. Aufwandsentschädigung Einkauf, Pflege Backend) in Höhe von 5 Prozent der Pauschalvergütung für die Erst-Ausstattung, zuzüglich der jeweils gültigen USt. Eine Kostenliste und Kostenaufteilung (Stand 06/2023) ist in Anlage 2 beigelegt. Die Pauschalen sind jeweils durch den Landkreis Lüneburg und die Hansestadt Lüneburg bis zum XXX auf folgendes Konto der HOCHBAHN zu überweisen: XXX. Hiervon unberührt bleibt eine Aufwandsentschädigung gemäß § 3 Absatz 4, die nicht in der Pauschale enthalten ist. Der Landkreis Lüneburg und die Hansestadt Lüneburg erhalten jeweils zwei getrennte Rechnungen von der HOCHBAHN.
- (2) Bei der Nachbestellung von Ersatzmaterial (z.B. Beschilderung) durch Landkreis und Hansestadt Lüneburg, ist seitens Landkreis und Hansestadt Lüneburg der zu dem Zeitpunkt der Bestellung aufgerufene Preis für das Ersatzmaterial zu zahlen.

§ 6 Laufzeit und Kündigung

- (1) Die Laufzeit dieser Vereinbarung beginnt mit der letzten geleisteten Unterschrift und endet mit der Kündigung der Vereinbarung durch eine oder beide der Parteien. Die ordentliche Kündigung ist jeweils möglich mit einer Frist von 3 Monaten zum Ende eines Kalenderjahres, frühestens jedoch mit Wirkung zum 31.12.2024.
- (2) Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt.

§ 7 Sonstiges

Sollten Bestimmungen dieser Vereinbarung unwirksam werden oder sein oder sollte diese Vereinbarung Lücken enthalten, wird dadurch die Wirksamkeit der anderen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung ist diejenige wirksame Bestimmung zu vereinbaren, die dem Sinn und Zweck der unwirksamen Bestimmung entspricht oder am nächsten kommt. Im Falle von Regelungslücken gilt diejenige Bestimmung als vereinbart, welche nach Sinn und Zweck dieser Vereinbarung vereinbart worden wäre, hätten die Vertragsparteien diesen Punkt bei Vertragsabschluss bedacht.

Lüneburg, den _____

Hamburg, den _____

Landkreis Lüneburg

Hamburger Hochbahn AG

[Name]

[Henrik Falk]

[Name]

[Dirk Bestmann]

Lüneburg, den _____

Hansestadt Lüneburg

[Name]

[Name]

Anlage 1 Styleguide

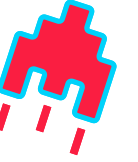
Anlage 2 Kostenliste und Kostenaufteilung für Ausstattung hvv switch Punkte (Stand 06/2023)

Brand Guidelines

Stand: 07/2022



Markengeschichte



Unser Bewegungsdrang zeichnet uns Menschen aus. Wir wollen uns treffen, entdecken, einander näher kommen. Orte erkunden, Ziele erreichen, Strecke machen. Und manchmal wollen wir auch einfach nur weg.

Bewegung ist unser innerer Antrieb. Aber warum machen wir es uns dabei nur so kompliziert?

Wir müssen uns nicht aufteilen in einsame Autofahrer*innen, Radfreaks, Öffi-Liebhaber*innen oder hippe Carsharer*innen. Wir müssen keine Angst haben vor Rushhour, Horner Kreisel oder Schlagermove. Wir müssen uns nicht auf ein Verkehrsmittel festlegen. Oder uns bei allen gleichzeitig anmelden und jeden Anbieter auf unser Smartphone packen, bis wir völlig den Überblick verloren haben. Alles, was wir müssen, ist uns zu befreien. **Fortbewegung braucht einen Neustart.**

Bus, Bahn, Fähre, Rad, E-Scooter oder Auto? Wir sagen ja zu allem. Und bündeln alle in einer einzigen App. Ganz einfach abrufbar und kombinierbar. Was uns gerade am besten passt. Wann immer es uns passt. Erst wenn sich alle Mobilitätsservices für uns in Hamburg zusammentun, dann haben wir endlich die volle Bewegungsfreiheit.

Dafür steht hvv switch – für die Freiheit, einfach direkt loszustarten. Wo auch immer uns unser Bewegungsdrang hinführt.

Ganz egal ob an die Dove Elbe, auf den Kiez oder zu Oma. **Hauptsache, es ist einfach. Und macht einfach Spaß.**



Kernbotschaft

Botschaft

Vielfältige Mobilität für maximale Bewegungsfreiheit.

Werte

Vielfältig - Wir wollen ein Mobilitätsangebot schaffen, das genau so vielfältig ist, wie die Bedürfnisse der Menschen.

Vereinfachend - Neue Mobilität braucht einfachere Antworten.

Mutig - Neue Mobilität braucht Menschen, die etwas wagen.



Tonalität

#01

Wir vereinfachen die Dinge, auch unsere Kommunikation: Wenige Elemente, plakativ, informativ, einfache und schnell verständliche Botschaft.

#02

Wir spielen unsere Markencodes prominent. Unsere Bildmarke erkennt man schon von Weitem, denn wir treten selbstbewusst auf.

#03

Wir wagen auch mal was. Unsere App polarisiert, unsere Kommunikation darf das auch mal. Es muss nicht immer jedem gefallen, wir wagen uns vor, um daraus zu lernen. Um so die Diskussion um Veränderung anzustoßen.



Tonalität

#04

Wir nehmen uns nicht zu ernst. Neue Mobilität nehmen wir ernst, uns selbst aber auch mal nicht. Das macht uns sympathisch und zugänglich.

#05

Wir treten in Dialog. Als Teil des hvv fragen auch wir „Und was bewegt dich?“. Wir fragen, hören zu und antworten. Denn am Ende dreht sich alles um Menschen, nicht um die Technik.



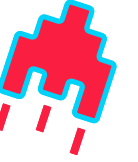
Tonalität

Anwendung

Wir sind modern und nutzen zeitgemäße Sprache, die unseren Kanälen und Nutzer*innen entspricht. Dabei sind wir aber nicht übertrieben oder anbiedernd jugendlich und verwenden keine Umgangssprache oder Dialekte.

Begriffe müssen klar für sich stehen und dürfen nicht missverständlich sein. Daher benutzen wir Begrifflichkeiten, die bekannt und geläufig sind.

Es werden keine Sprachen vermischt. Alles, was Deutsch gesagt werden kann wird klar und einfach auf Deutsch gesagt. Ein Konto ist kein Account, sondern einfach ein Konto.



Struktur

01 | Die Wortmarke

001 | Die Wortmarke mit Claim

02 | Die Bildmarke

03 | Die Wort- & Bildmarke

04 | Typografie

05 | Markenfarben

06 | Bildsprache

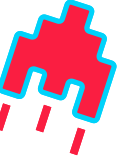
07 | Icons

08 | QR Code

09 | Umgang mit Partner Logos

10 | Anzeigen

11 | App



01 | Die Wortmarke

hvv switch

hvv switch

**hvv
switch**

**hvv
switch**

Die Wortmarke

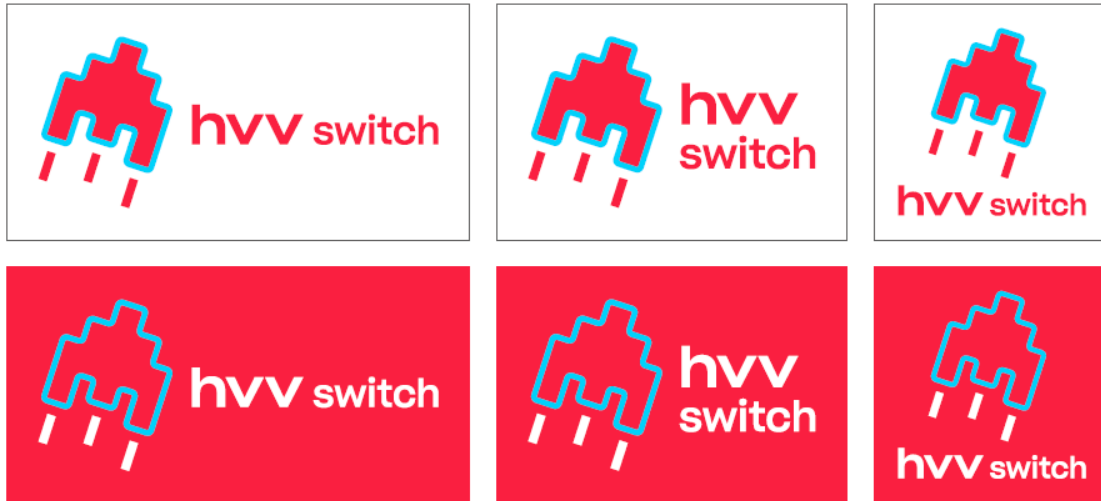
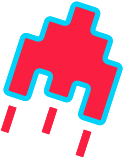
Anwendung

Die Wortmarke steht immer in Rot auf Weiß oder Weiß auf Rot. Rot ist die dominierende Markenfarbe.

Die Wortmarke darf nicht in eine der anderen Markenfarben umgefärbt werden.

Natürlich darf die Wortmarke auch freistehend auf ein Foto gesetzt werden. Hier gilt Weiß als die dominierende Farbe. Nur in Ausnahmefällen kann Rot genutzt werden, um Lesbarkeit zu gewährleisten.

Farbvarianten



Anwendung

Grundsätzliche Empfehlung sind diese zwei Farbvarianten:

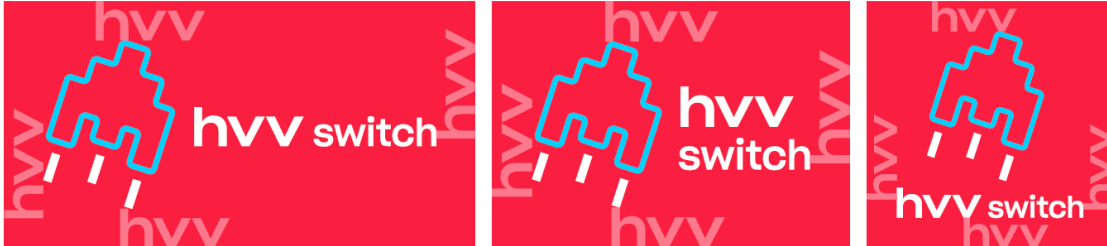
Die Bildmarke wird entweder auf weißem Hintergrund mit roten Kondensstreifen oder auf rotem Hintergrund mit weißen Kondensstreifen eingesetzt.

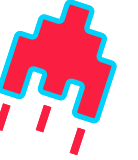
Die Hauptfarbe Rot bleibt dabei immer prägnant im Einsatz.

Schutzraum

Anwendung

Der Schutzraum ist umlaufend die Höhe des hvv-Schriftzugs. Er gilt gleichermaßen für den Claim.





001 | Die Wortmarke mit Claim

hvv switch
Eine App. Alle Ziele.



hvv switch Eine App. Alle Ziele.

hvv switch



Eine App. Alle Ziele.

Verhältnis

Anwendung

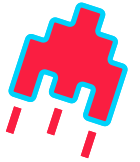
Wortmarke und Claim müssen nicht zusammen stehen, sondern können frei zueinander eingesetzt werden.

Stehen beide neben bzw. untereinander ist auf ausreichend Abstand zu achten:

Einzeilig: der Abstand ist gleich der Länge des Schriftzuges switch.

Zweizeilig: der Abstand ist gleich der Höhe der Kleinbuchstaben von switch.

Höhe



Regel

Der Claim hat immer die Höhe der Kleinbuchstaben der Wortmarke „switch“.

Mindestgröße des Claims ist immer 110 Pixel in der Breite. Die tatsächliche Größe des Claims ist jedoch nach Augenmaß pro Format zu entscheiden (Beispiel folgt auf der übernächsten Folie).

hvv switch w Eine App. Alle Ziele.

1

Headline lorem
ipsum versum
est dolormit.

Eine App. Alle Ziele.

hvv switch



2

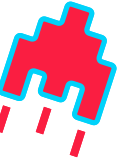
Headline lorem
ipsum versum
est dolormit.

hvv switch

Eine App. Alle Ziele.



Ausrichtung

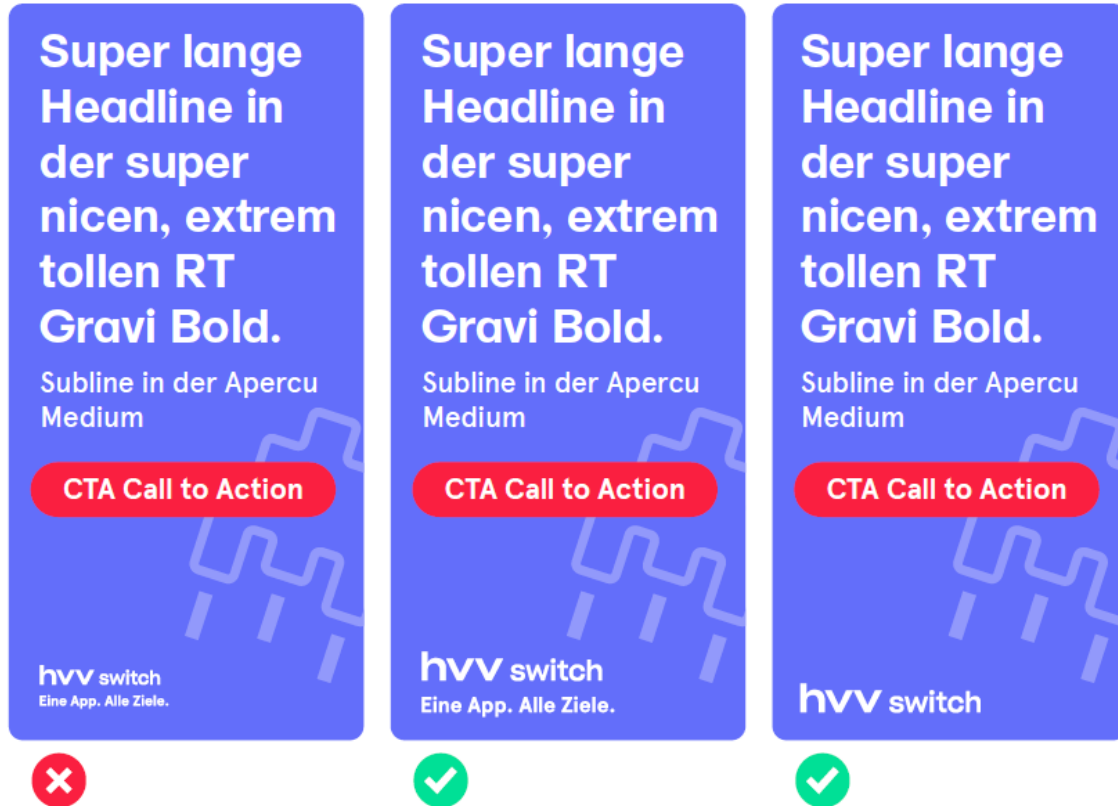


Anwendung

Beispiel 1: Der Claim steht getrennt von der Wortmarke, der Headline zugeordnet.

Beispiel 2: Der Claim steht getrennt von der Wortmarke, aber zu ihr ausgerichtet.

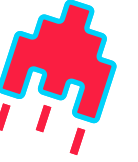
Lesbarkeit



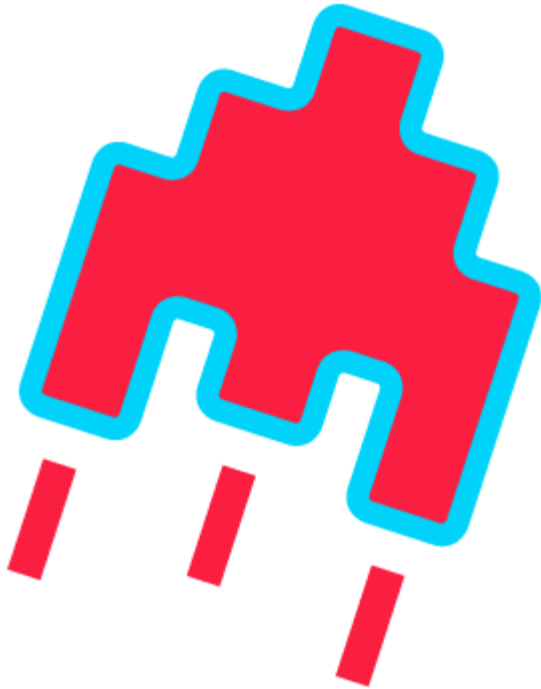
Anwendung

Der Claim ist als optional zu verstehen.

Sollte das Format zu klein für den Einsatz des Claims sein und die Lesbarkeit erschweren, kann auf den Claim verzichtet werden.



02 | Die Bildmarke



Bildmarke

Anwendung

Die Bildmarke ist das Keyvisual in der Markenkommunikation und ist gestalterisch maximal einfach, genauso wie das Produkt.

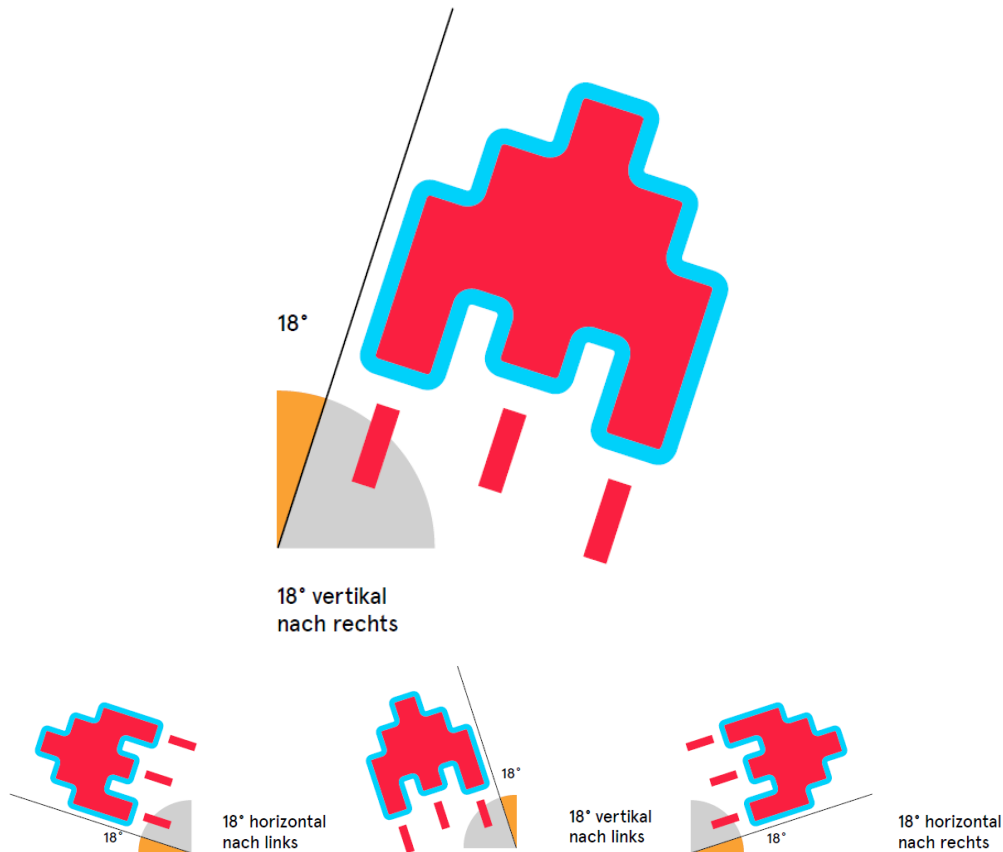
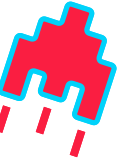
Sie signalisiert den Wandel, ist gleichzeitig Elektrostecker, Hammaburg, Rakete, Bahnhof. Je nach Auge des Betrachters.

Die Bildmarke setzen wir als Wiedererkennungszeichen ein, gern getrennt von der Wortmarke.

Aus der Bildmarke werden keine Gestaltungselemente wie z.B. Flächen generiert.

Wir nennen die Bildmarke nur Bildmarke, und nicht „nur“ Rakete.

Hauptanwendung



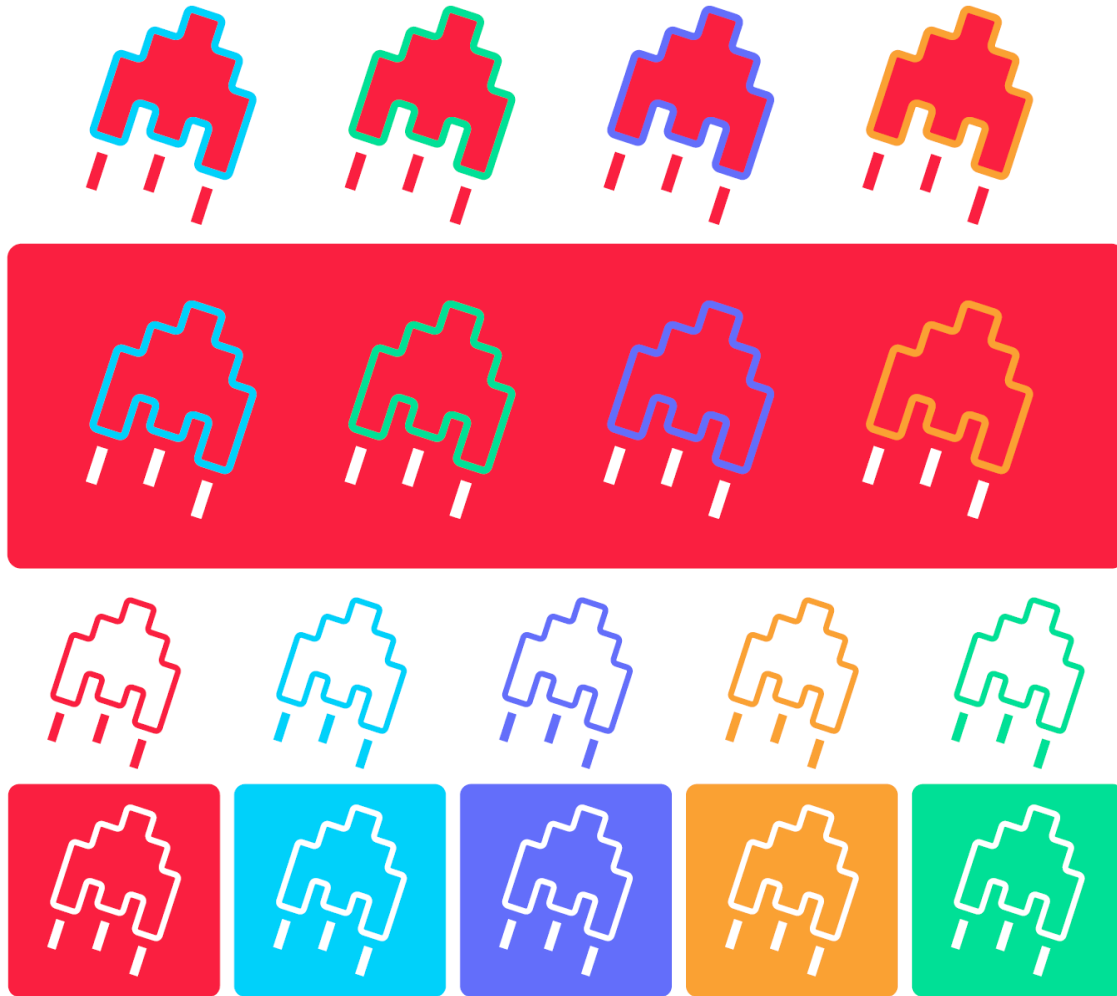
Anwendung

Die Bildmarke ist in der Hauptanwendung um 18° nach rechts geneigt, da es sich an den hvv-Schriftzug im Winkel anpasst.

Die Bildmarke bewegt sich immer nach oben und nie nach unten. Bevorzugte Ausrichtung dabei ist nach rechts oben.

Im Anwendungsfall von Anzeigen, Bannern etc. immer im 18° Winkel nach rechts oben.

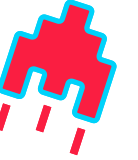
Andere Ausrichtungen sind nur in Ausnahmefällen möglich. Zum Beispiel für Merchandise Artikel oder für das Branding auf Events und bei Kooperationen.



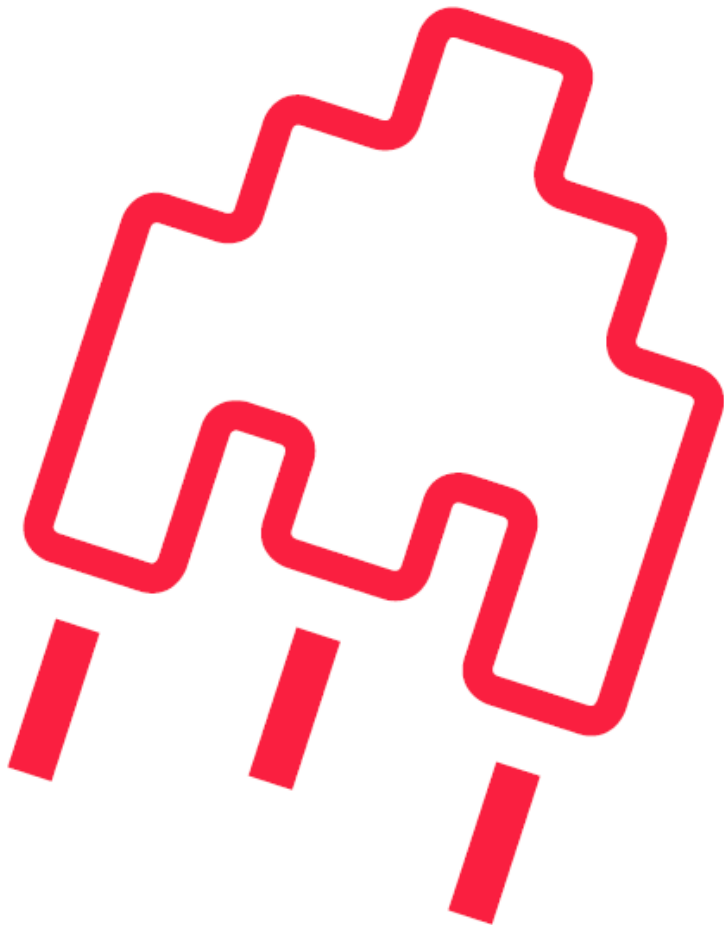
Farbkombinationen

Anwendung

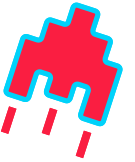
hvv switch ist genauso vielfältig und bunt wie die Menschen in und um Hamburg. Daher sind die hier abgebildeten Farbkombinationen möglich.



03 | Die Wort- & Bildmarke



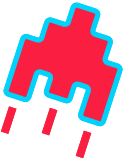
Wort- & Bildmarke



Faustregel: Wort- und Bildmarke müssen immer im Layout vorkommen.

Sie dürfen aber frei voneinander in Größe und Form platziert werden.

Nutzung



Anwendung

Die Marke hvv switch richtet sich in erster Linie an Endverbraucher*innen. Daher wird sie in der Gestaltung auch wie eine Produktmarke geführt, die sehr anpassungsfähig und dynamisch ist und über ein breit angelegtes Gestaltungsraster stark decodierbar ist.

Im Zuge dieser Strategie können und sollen Bildmarke und die Wortmarke auch getrennt voneinander eingesetzt werden, um weniger autoritär zu wirken und um mehr Bewegung und Freiheit in Layouts zu bringen.



hvv switch



hvv switch

Anwendung

Die Marke hvv switch richtet sich in erster Linie an Endverbraucher*innen. Daher wird sie in der Gestaltung auch wie eine Produktmarke geführt, die sehr anpassungsfähig und dynamisch ist und über ein breit angelegtes Gestaltungsraster stark decodierbar ist.

Im Zuge dieser Strategie können und sollen Bildmarke und die Wortmarke auch getrennt voneinander eingesetzt werden, um weniger autoritär zu wirken und um mehr Bewegung und Freiheit in Layouts zu bringen.

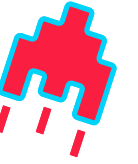
1



2



Gestaltung



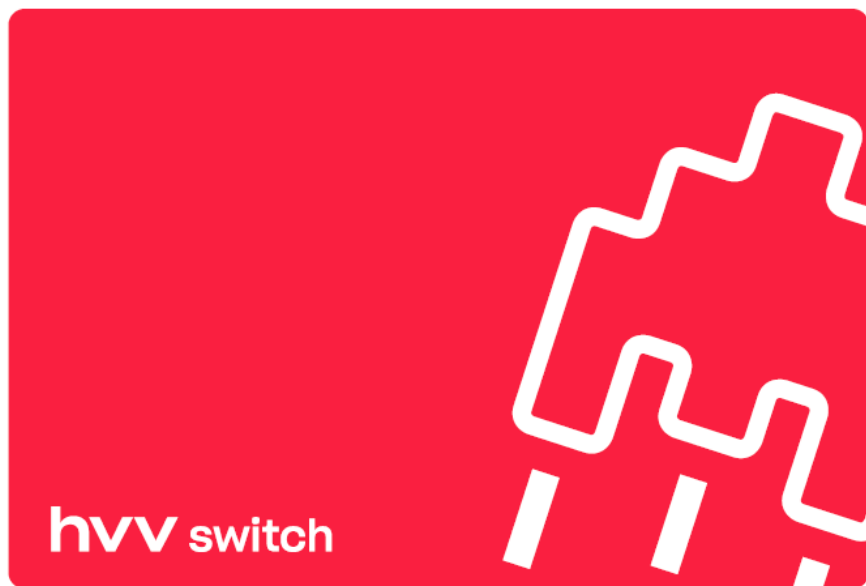
Anwendung

Layout Möglichkeit 1: als Bildmarke

Beispiel 1: Bildmarke einfarbig in Weiß, Wortmarke Weiß.

Beispiel 2: Bildmarke in „bunt“, Wortmarke Weiß.

1



2



Gestaltung



Anwendung

Layout Möglichkeit 2: Bildmarke angeschnitten. Anschnitt nur wie in den Beispielen möglich.

Beispiel 1:
Bildmarke in Weiß, Anschnitt rechts und unten.

Beispiel 2:
Bildmarke in Weiß, Anschnitt links und oben.

1

Headline gemischt in
der RT Gravi, lorem est
ipsum versum dolor

hvv switch

Eine App. Alle Ziele.



Gestaltung



Anwendung

Layout Möglichkeit 3: Bildmarke wird in Form
des App-Icons eingebunden

Beispiel 1:

Bildmarke als App-Icon auf einfarbigem
Hintergrund. Das App-Icon kann auch auf
einem Bild stehen.

1



2



Gestaltung



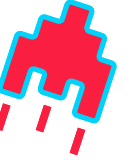
Anwendung

Die Bildmarke darf maximal an drei Seiten gleichzeitig angeschnitten werden, muss aber auf den ersten Blick in ihrer Form und Typologie erkennbar sein.

Layout Möglichkeit 4: Bildmarke als Gestaltungselement angeschnitten im Hintergrund. Lichtundurchlässigkeit nur wie in den Beispielen möglich.

Beispiel 1: Bildmarke in Markenfarbe auf Foto, Deckkraft: 50%.

Beispiel 2: Bildmarke in Rot auf Farbfläche, Deckkraft: 30%.



04 | Typografie



ABC

APERCU PRO

ABC

RT GRAVI

RT Gravi

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Headline gemischt
in der RT Gravi,
lorem est ipsum
versum dolor



hvv switch

Eine App. Alle Ziele.

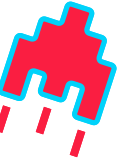
Headline gemischt in
der RT Gravi, lorem est
ipsum versum dolor

hvv switch

Eine App. Alle Ziele.



RT Gravi - Headlines



Anwendung

RT Gravi wird ausschließlich für Headlines genutzt.

Headlines stehen immer in gemischter Schreibweise, also mit Klein- und Großbuchstaben.

Apercu Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Apercu Pro Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Apercu Pro Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

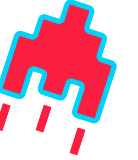
Apercu - Lesetext



Anwendung

Als Fließtextschrift wird die Schrift Apercu Pro in den Schnitten Regular, Medium und Bold eingesetzt.

Bei Anwendungen wie z.B. in der App oder in der Beschilderung können auch die Schnitte Light und Black verwendet werden.



05 | Markenfarben

ROT

Rot 

Farbwerte

RGB 250 30 65

CMYK 0 94 70 0

PANTONE 2034 C

RAL 3020

HEX #FA1E41

BLAU



Farbwerte

RGB 0 210 250

CMYK 64 0 0 0

PANTONE 2198 C

RAL 5012

HEX #00D2FA

GRÜN



Farbwerte

RGB 0 225 150

CMYK 64 0 58 0

PANTONE 7479 C

RAL 6018

HEX #00E196

VIOLETT



Farbwerte

RGB 100 110 250

CMYK 74 60 0 0

PANTONE 2725 C

RAL 4005

HEX #646EFA

ORANGE



Farbwerte

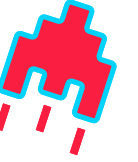
RGB 250 160 50

CMYK 0 44 84 0

PANTONE 130 C

RAL 1006

HEX #FAA032



06 | Bildsprache



Bildsprache

Grundsatz

Der Stil der Bilder setzt die Markenfarben als Wiedererkennungszeichen gezielt ein.

Die Bewegung dazwischen wird porträtiert: der Moment der Bewegung, der nicht perfekt ist.









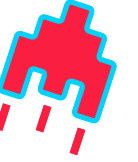
9a

annelle stroyl
carsten dregg

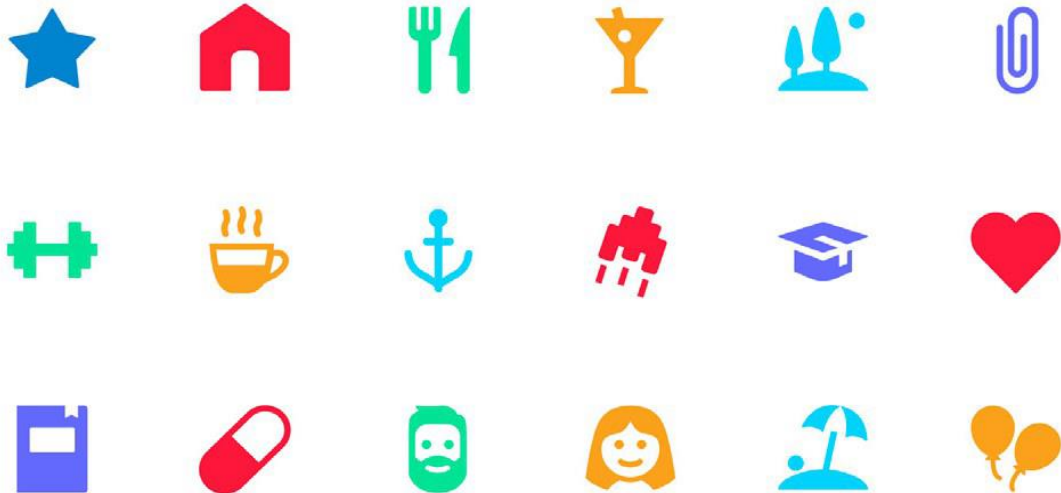
PROBAU

PROBAU





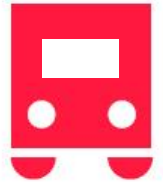
07 | Icons



Grundsatz

Der Icon Stil ist für den Einsatz in der App entwickelt worden. Hier stehen Einfachheit und Lesbarkeit an vorderster Stelle.

Ziel ist, vom Großen ins Kleine zu gehen: vom Schiff zum Anker, vom Wald zum Baum etc.



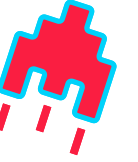
Farbvarianten

Anwendung

Alle Verkehrsmittel Icons gibt es mehrfarbig. Zusätzlich gibt es die Icons einfarbig in den jeweiligen Markenfarben.

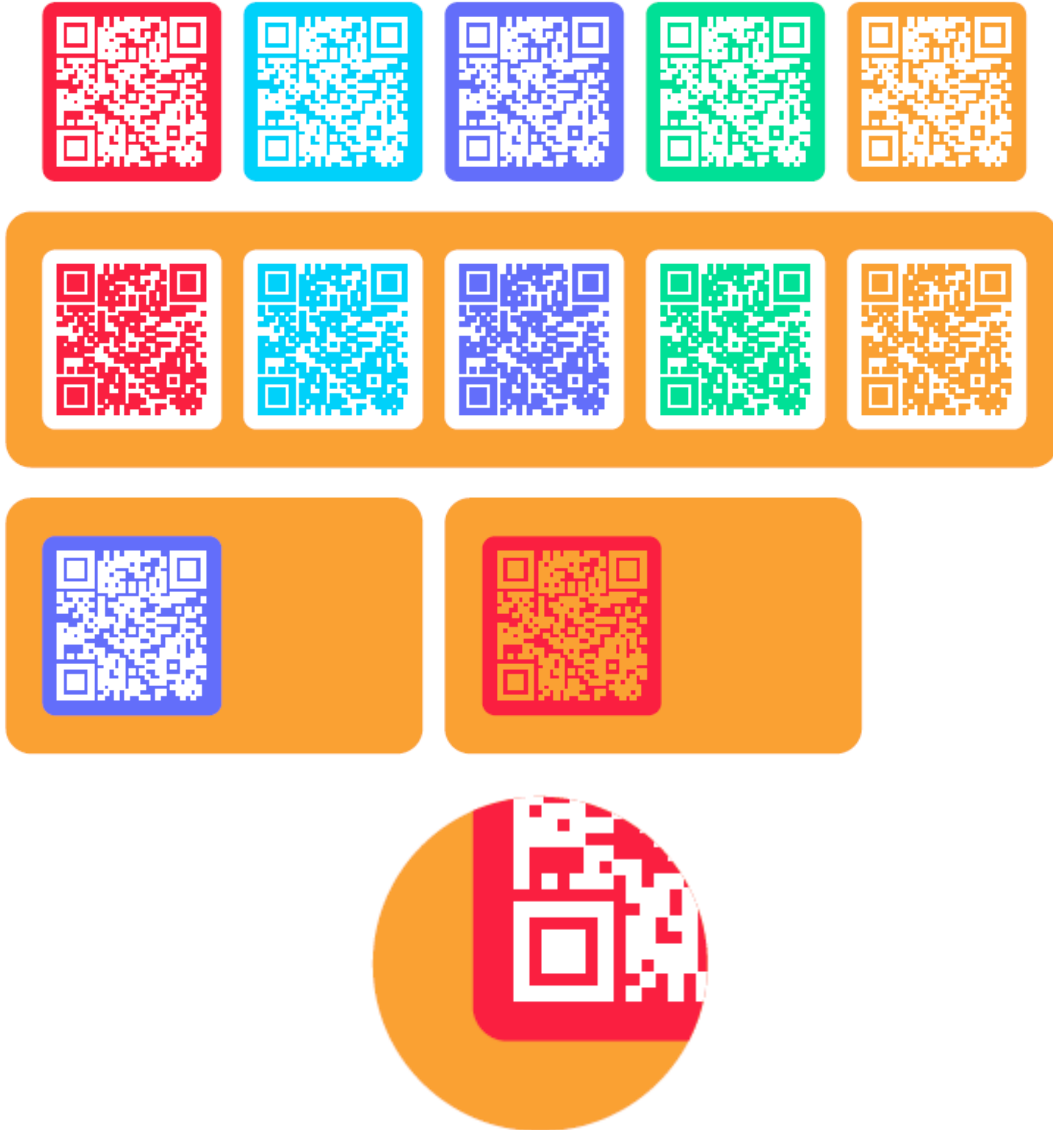
Der Einsatz der einfarbigen oder mehrfarbigen Icons hängt von der Grundgestaltung des jeweiligen Mediums bzw. Kanals ab.

Um eine visuelle Konsistenz zu gewährleisten wurden Elemente wie Räder und Hinweise bei elektrischen Fahrzeugen vereinheitlicht.



08 | QR Code

QR Code



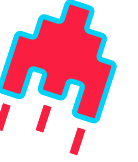
Anwendung

QR-Codes können in alle Markenfarben umgefärbt werden und stehen immer in einem Kasten mit abgerundeten Ecken.

Der Kasten kann sowohl Weiß, als auch in den Markenfarben stehen.

QR-Codes dürfen nicht in schwarz-weiß verwendet werden.

Regel: Es darf immer nur ein QR-Code pro Design verwendet werden.



09 | Umgang mit Partner Logos



Anwendung

Einfarbige Verwendung von Wort- und Bildmarke.

Gleiche Größenverhältnisse und ausreichend Abstand zwischen den Logos („Augenmaß“).

Regel: Bei der Darstellung mit Partnerlogos muss immer die Wortbildmarken Kombination verwendet werden.

Beispiel Tote Bag



Anwendung

Einfarbige Verwendung von Wort- und Bildmarke.

Links: einfarbiger Druck.

Rechts: mehrfarbiger Druck.

Anmerkung: Headlines hier in Versal nur Beispiel, da „altes“ Merchandise Item.

MDL Logos



>hvv

MOIA

TIER

SIXT share

MILES



>hvv

MOIA

TIER

SIXT share

MILES

Anwendung

Einfarbige Verwendung von Wortbildmarke.

Gleiche Größenverhältnisse und ausreichend Abstand.

Hierarchie: hvv switch, hvv, dann weitere MDL.

Beispiel für vertikale Anordnung, Ausrichtung an Mittelachse.

MDL Logos



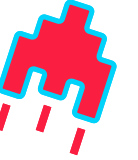
Anwendung

Einfarbige Verwendung von Wortbildmarke.

Gleiche Größenverhältnisse und ausreichend Abstand.

Hierarchie: hvv switch, hvv, dann weitere MDL.

Beispiel für horizontale Anordnung, Ausrichtung an unterer Kante.



10 | Anzeigen

Hier geht es um den Einsatz und das Verhältnis der Markenelemente zueinander, nicht um konkrete Anzeigengestaltung.



Beispieltext
Anzeige est
volorum lorem
ipsum verum
est abore
in einer App

hvv switch



QR-Code scannen
und kostenlos
App downloaden

Anwendung

Beispiel 1: „Reduziert“ auf Rot, die Wortmarke folgt nach der Headline.

Die Bildmarke kann als App Icon gesetzt werden, wenn es konkret um App Funktionen bzw. den Download der App geht.

Der QR Code wird in der gleichen Markenfarbe eingesetzt.

Regel: Es wird entweder die originäre Bildmarke oder die Bildmarke als Outline eingesetzt. Beides zusammen wird in Werbemitteln nicht verwendet.

Anzeigen



Beispieltext
Anzeige est
volore lorem
ipsum versum
est abore
in einer App

hvv switch



QR-Code scannen
und kostenlos
App downloaden

Anwendung

Beispiel 2: Verschiedene Markenfarben, die Wortmarke folgt nach der Headline, die Bildmarke kann groß im Anschnitt als Outline im Hintergrund über das Bild gesetzt werden.

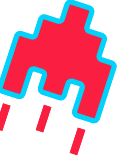
Der QR Code wird in derselben Markenfarbe eingesetzt.

Banner

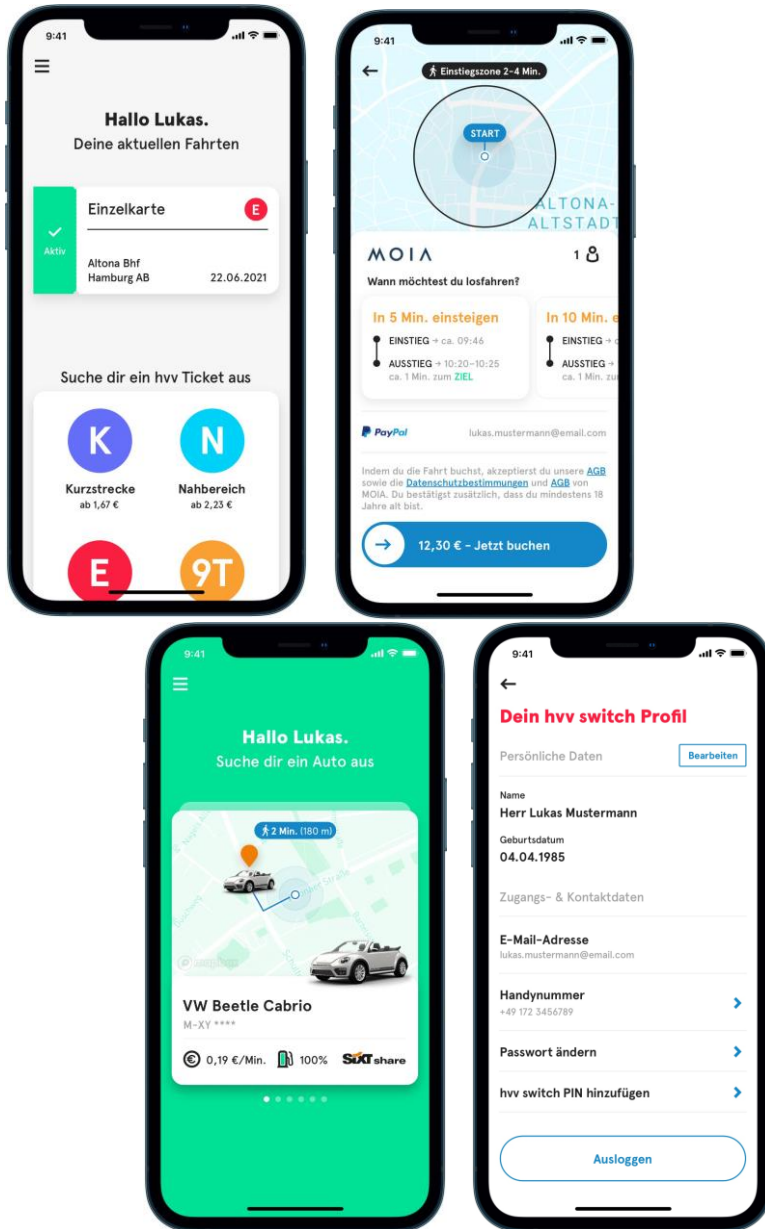


Anwendungsbeispiele

Bildmarke als Outline freistehend oder im Hintergrund einsetzbar.



11 | App



Anwendung

Das Brand Design entfaltet sich auch innerhalb der App harmonisch.

Die Farben vereinfachen auf ruhige Art und Weise die schnelle Auswahl der benötigten Mobilitätsservices.

Unsere Typografie lässt sich auf den mobilen Bildschirmen klar und deutlich lesen.

Wir führen die Nutzer*innen intuitiv durch die notwendigen Abläufe, so das sie sich durch Hamburg bewegen können ohne auch nur einen individuellen Wunsch an Mobilität vermissen zu müssen.



Kontakt

Hamburger Hochbahn AG | SM | SM 3

Maximilian Schladitz

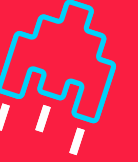
— maximilian.schladitz@hochbahn.de

— 0176 . 318 62 322

Marcus Schulz

— marcus.schulz@hochbahn.de

— 0176 . 820 25 396



Danke.

Anlage 2

Kostenliste für Ausstattung hvv switch Punkte (Stand 06/2023)

Artikel	Preis (netto/Stück)
Infostele	4.386,00 €
2 Spannplakate für Infostele	379,00 €
Beschilderung	62,00 €
Bodenplatte	276,00 €
Markierungsnagel	56,00 €

Kostenaufteilung

	Gesamtkosten (netto)	Aufwandspauschale / Verwaltungsaufwand	Gesamtkosten (brutto)
Kosten der Ausstattungselemente der Stationen der Hansestadt Lüneburg für geplante 14 Stationen (Preis je Station variiert)	37.502,00 €	0,00 €	44.627,38 €

	Gesamtkosten (netto)	Aufwandspauschale / Verwaltungsaufwand	Gesamtkosten (brutto)
Kosten der Ausstattungselemente der Stationen des Landkreises Lüneburg für geplante 3 Stationen (Preis je Station variiert)	8.917,00 €	2.320,95 €	13.373,16 €