

Marke Bern: Jetzt ziehen alle am gleichen Strick

Marke Bern: Jetzt ziehen alle am gleichen Strick

Endlich Schluss mit dem Logo-Salat: Stadt und Region Bern präsentieren sich Touristen und Investoren ab sofort im neuen, einheitlichen Kleid.

Die Region präsentiert sich ab heute mit einem neuen Logo.

«Eine kleine Region wie Bern in mehrere Logos aufzusplitten war nicht sinnvoll», sagt Experte Hansruedi Müller vom Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus. Deshalb begrüsst er es, dass Bern Tourismus die Regionen Emmental, Gantersch, Laufen und Oberaargau sowie die Bundesstadt nun im einheitlichen Look bewirbt.

Neuerdings spannt Bern Tourismus auch mit der Wirtschaftsförderung Bern zusammen: Diese wird künftig unter demselben Dachlogo auftreten.

«Damit wollen wir eine Identifikation auf allen Ebenen erreichen und dafür sorgen, dass sich das Produkt Bern nicht nur im Tourismus, sondern auch wirtschaftlich weltweit gut verkauft», sagt Thomas Lüthi, Marketingleiter von Bern Tourismus. Gemeinderat Reto Nause fügt an: «Der Tourist von heute kann der Investor von morgen sein.»

Laut Lüthi sollen die Aareschleife von Bern Tourismus und die Bärenatze der Wirtschaftsförderung bis Ende 2011 verschwinden: Das neue Dachlogo besteht aus dem Namen Bern in Grossbuchstaben und einem Schweizerfähnchen und wird mit einem wechselnden «emotionalen

Hintergrundbild» präsentiert. Dass der Schriftzug altbacken wirkt, glaubt Lüthi nicht: «Er ist zeitlos und selbstbewusst.»