

BERN

Arbeiten zusammen
Gemeinderat Reto Nause (l.) und
Tom Lüthi (Bern Tourismus).
Oben: Das neue Logo.

Eine Marke für Bern



PHOTO: PHOTOFESTIVAL / PHOTOFESTIVAL, PHOTOFESTIVAL, PHOTOFESTIVAL, PHOTOFESTIVAL

NEUER LOOK → Heute Morgen präsentierte Bern sein neues Logo. Doch dahinter steckt viel mehr.

peter.pflugshaupt
@ringler.ch

Seit heute Morgen tritt Bern im neuen Look auf. Bern Tourismus hat das neue Erscheinungsbild offiziell lanciert. **Vom Logo-Salat zum einheitlichen Auftritt.** Ein grosses Bild, Schweiz-Bezug mit dem weissen Kreuz auf rotem Grund und eine klare, selbst-

bewusste Schrift mit Grossbuchstaben. Selbstbewusst soll auch der künftige Auftritt der Marke «Bern» sein.

Noch wichtiger als der optische Auftritt ist der Schulterschluss zwischen Tourismus und der Wirtschaft. Ab sofort tritt mit der Regionalkonferenz Bern-Mittelland (RKBM) auch die Wirtschaftsförde-

rung unter der Marke «Bern» auf. Gemeinderat und Wirtschaftsförderer Reto Nause: **«Der Tourist von heute ist vielleicht der Investor von morgen.»** Es sei wichtig, dass Tourismus und Wirtschaft unter demselben Dach auftreten. «Da sind wir jetzt zum Beispiel auch bedeutend weiter als Zürich», sagte Nause.

Noch nicht neu ist der Berner Internetauftritt. Tom

Lüthi, Marketingchef von Bern Tourismus: «Wir sind jetzt in der Aufbauphase. Man kann nicht einfach ein neues Logo präsentieren.

Man braucht eine klare Strategie und Zeit.» Nach und nach wird jetzt das Erscheinungsbild verein-

heitlicht. Bis jedes Logo, die letzte Tafel an der Autobahn und der letzte Prospekt ersetzt sind, dauert es noch acht Jahre. ●

Nause: «Bern ist viel weiter als Zürich.»