

Gemeinsames Logo soll Marke Bern stärken

Aktualisiert am 08.02.2011

Das Schweizerkreuz ersetzt die Aareschlaufe beziehungsweise die Bärenlatze: Künftig treten Bern Tourismus und die Wirtschaftsförderung der Region Bern mit einem neuen, gemeinsamen Logo auf.

Tourismus und Wirtschaft möchten damit das «Produkt Bern» besser positionieren, sagte Thomas Lüthi, Vizedirektor und Marketingleiter von Bern Tourismus, am Dienstag vor den Medien. Er bezeichnete das neue Logo - es besteht aus dem Namen «Bern» in Grossbuchstaben und einem Schweizerfähnchen - als selbstbewusster und dominanter.

Bern Tourismus vermarktet, wie bereits bekannt, nicht mehr nur die Bundesstadt, sondern auch die Regionen Emmental, Gantersch, Laupen und Oberaargau. Deshalb wird der bisherige Zusatz «capital impressions» durch den Namen der jeweils beworbenen Region ersetzt. Das alte Logo zierte überdies eine stilisierte Aareschlaufe.

Die offizielle Lancierung des neuen Erscheinungsbilds bedeute gleichzeitig der Startschuss für die Dachmarke Bern, erklärte Lüthi. Denn künftig tritt auch die Wirtschaftsförderung Region Bern, deren altes Logo eine Bärenlatze symbolisierte, unter dieser Marke auf.

Tourist und Investor

«Der Tourist von heute kann der Investor von morgen sein», sagte der Stadtberner Gemeinderat Reto Nause zum Schulterschluss von Bern Tourismus mit dem Bereich Wirtschaft der Regionalkonferenz Bern- Mittelland (RKBM). Während der bisherige «Logo-Salat» die Unterschiede betont habe, stifte der neue Auftritt eine gemeinsame Identifikation für die Region Bern.

Für Unternehmen und Investoren sei es wichtig, den Raum Bern nicht als Summe einzelner Gemeinden wahrzunehmen, sondern als Region, fügte Niklaus Gfeller an,

Präsident der Kommission Wirtschaft der RKBM. Er sei deshalb froh, dass der grösste Teil der Gemeinden der Region sich entschlossen habe, am gemeinsamen Auftritt teilzunehmen. (bs/sda)

Erstellt: 08.02.2011, 10:47 Uhr

© Tamedia AG – [Kontakt](#)