

Die Streuobstwelt heißt Bernatura

Agentur aus München entwirft neuen Namen und Logo für das Kompetenzzentrum in Burgbernheim

VON NINA DAEBEL

BURGBERNHEIM – Das Streuobstkompetenzzentrum in Burgbernheim hat einen neuen Namen, inklusive Logo: „Bernatura – Die Streuobst.welt Burgbernheim“. Dazu gibt es einen stark stilisierten roten Apfel mit grünem Blatt. Für diesen Entwurf der Münchner Agentur Cube entschied sich der Stadtrat in seiner vergangenen Sitzung.

„Das ist ein gutes Ergebnis, das hatte ich mir komplizierter vorgestellt“, sagte Bürgermeister Matthias Schwarz (Freie Bürger), nachdem die Entscheidung gefallen war. Zuvor war über das Für und Wider der insgesamt sechs verschiedenen Entwürfe diskutiert worden. Pia Benedikt von der Agentur Cube hatte die Vorschläge eingangs präsentiert und Aufbau sowie Farben, Schrift und Inhalt erklärt. Dabei verwies sie auf drei Bausteine, die grundlegend für den Namen seien: Emotion, Information und Konstruktion.

Es sollte einem leicht von der Zunge gehen

Griffig sollte er sein, gut klingen, sich einprägen und den sperrigen Begriff des Streuobstkompetenzzentrums ersetzen. „Etwas Kleines, Feines, was einem leicht von der Zunge geht“, hatte sich Bürgermeister Schwarz gewünscht. Drei Namensvorschläge gab es, dazu sechs Logo-Ideen. „Streuobst.welt Burgbernheim – erleben.entdecken.mittendrin“ oder doch lieber „Bernatura Burgbernheim – Streuobst.erlebnis- und Bürgerzentrum“, vielleicht aber auch

schlicht „Bernatura – Die Streuobst.welt Burgbernheim“?

Pia Benedikt von der Agentur Cube hatte zuvor erklärt, dass man sich bei der Entwicklung der Logo-Entwürfe auf das bereits existierende Logo der Stadt Burgbernheim gestützt habe. Auch bei der Schrift und den Farben habe man sich daran orientiert. „Dadurch wird die Zugehörigkeit eindeutig sichtbar“, sagte sie. Wichtig sei zudem die Phonetik gewesen, und dass die Marke nicht allzu pädagogisch rüberkomme. „Die Krux war, das alles zusammenzubekommen.“

Ein Favorit war schnell gefunden

Ein Favorit war schnell gefunden: Bernatura – Die Streuobst.welt Burgbernheim“. „Das ist eine geschlossene, runde Sache“, sagte Bürgermeister Schwarz. Roman Mollwitz (SPD) plädierte ebenfalls für diesen Namen und das sehr reduzierte, klare Logo. „Ich bin eher der typographische Typ. Mir gefällt das Abstrakte“, sagte er. Andrea Herrschner (Freie Bürger) schloss sich dem an. Ihr gefiel, dass sich in dem neuen Namen der fränkische Begriff „Berna“ als Synonym für Burgbernheim wiederfindet. Vize-Bürgermeister Stefan Schuster (CSU) zeigte sich diesbezüglich indes skeptisch. „Berna ist ein Dialektbegriff und zudem eine Abkürzung“, sagte er. Es sei fraglich, ob das von jedem verstanden werden könne.

Dass einen Kunstnamen nicht immer gleich jeder verstehen müsse, erklärte Pia Benedikt. Das „Bernatura“-Konstrukt aus Mundart, dem Ort



Es war die Qual der Wahl: Die Stadträte durften über einen Namen und ein Logo fürs Streuobstkompetenzzentrum in Burgbernheim abstimmen. Foto: Nina Daebel



Es ist entschieden: das neue Logo. Foto: Cube Kommunikationsagentur



Die Kurzform des neuen Logos. Foto: Cube Kommunikationsagentur

und dem Wortspiel mit der Natur habe einen Alleinstellungswert, der Interesse wecke. Das sei eine gute Voraussetzung, um damit erfolgreich eine Marke zu prägen, zu etablieren und bekannt zu machen. Letztlich sei die Entscheidung für oder gegen den einen oder anderen Entwurf aber immer „Geschmackssache“.

Weil den Stadträten auch die Begriffe „erleben, entdecken, mittendrin“ gut gefielen, diese aber beim Bernatura-Logo nicht auftauchen, soll die Agentur Cube nun noch einmal versuchen, ob sich diese in irgendeiner Form ins Logo einbauen lassen würden. „Grundsätzlich kann man alles miteinander kombinieren“, so Pia Benedikt. Dabei sei aber zu überlegen, was man letztlich betonen und hervorheben wolle. Sie versprach, die Anregung mitzunehmen und Vorschläge zu erarbeiten.