

# Apfel soll Neugierde wecken

Autobahnschilder werben mit natürlichen und baulichen Schönheiten Burgbernheims

**BURGBERNHEIM** – Ein puristisches Duo bestehend aus einem Apfel und der Fachwerk-Silhouette des Torhauses vor einer angedeuteten hügeligen Landschaft soll künftig an der Autobahn 7 auf Burgbernheim aufmerksam machen. Bei den Mitgliedern des Stadtrates stieß der Entwurf schon einmal auf einhellige Zustimmung, vor der endgültigen Montage muss die Autobahndirektion Grünes Licht geben.

Mit seinem Wunsch nach einem auf das Wesentliche reduzierten Motiv stieß Armin Höhn, Geschäftsführer der Werbeagentur Ad-room, in der jüngsten Stadtratssitzung auf positives Echo. Durch die Vorgaben für Autobahnschilder sind die Variationsmöglichkeiten ohnehin eingeschränkt. Darüber hinaus muss die Botschaft aus dem fahrenden Auto heraus wahrnehmbar sein, bat Höhn zu bedenken. Damit schieden allzu kleinteilige Motive aus, auch das Kriegerdenkmal als Symbol mit hohem Wiedererkennungswert fand keine Unterstützer.

## Logo überarbeitet

Eine lediglich kurze Debatte entspann sich über den Text, nachdem der Begriff der Streuobst-Region rasch durchgefallen war, einigten sich die Stadträte auf Streuobst-Landschaft. „Was ist bei uns profilgebend und toll, das ist die Landschaft“, schlossen sich die Mandatsträger dem Kommentar von Hans Hauptmann an. Ebenfalls auf Zustimmung stieß eine Überarbeitung des Stadtlogos, das künftig nicht nur mit einer anderen Schriftart einhergeht. Zudem kann das bislang gebräuchliche Schlagwort „natürlich“ dem Anlass entsprechend durch weitere Begrifflichkeiten wie sportlich, gemütlich oder köstlich ausgetauscht werden.

Ein grüner, angedeuteter Landschaftszug, von dem Stadtrat Marcus Reindler freimütig zugab, ihn bisher ohnehin für einen Vogel gehalten zu haben, wird durch ein liegendes, halbiertes „B“ ersetzt, das die hügelige Frankenhöhe symbolisieren soll. Bei



Die Streuobst-Landschaft als Stärke der Stadt wird durch die Autobahnschilder beworben. Repro: Werbeagentur Ad-room

den zum Einsatz kommenden Farben orientierte sich die Bad Windsheimer Werbeagentur an Rot-, Grün- und Braun-Schattierungen, wie sie in der Natur vorkommen.

---

**„Was ist bei uns profilgebend und toll, das ist die Landschaft.“**

*Stadtrat Hans Hauptmann*

---

Dritter Bestandteil des Gestaltungspakets, mit dem Armin Höhn nach Burgbernheim gekommen war, waren die Tafeln für den überarbeiteten Streuobst-Erlebnispfad. Wie berichtet soll das Eichhörnchen Ernie und sein tierischer Freund, eine Eule, Wanderer durch die Streuobstlandschaft führen. Für die Inhalte zeichnete der Landschaftspflegeverband Mittelfranken verantwortlich, allerdings sprachen sich die Stadträte dafür aus, diese noch etwas zu reduzieren. Für die

25 Tafeln kann vorwiegend auf die vorhandenen Ständer zurückgegriffen werden, zumal diese von Mitgliedern des Verschönerungsvereins in der Vergangenheit gut gepflegt wurden, bestätigte Bürgermeister Matthias Schwarz eine Anfrage von Stadtrat Dietmar Leberecht.

## Kurze und lange Route

Beim Rundgang besteht die Möglichkeit einer kürzeren und einer längeren Variante, Letztere bindet den Prösselbuck mit ein und erstreckt sich über sieben bis acht Kilometer. Noch offen ist, wann auf eine in Kooperation mit der Fachhochschule Ansbach entstehende App zurückgegriffen werden kann. Mit ihrer Hilfe sollen Wanderer zusätzliche Informationen bekommen und beispielsweise vom Stadtgärtner, Schäfer oder einem Imker mehr über deren Arbeit erfahren, gab Schwarz einen Einblick in die bisherigen Überlegungen. CHRISTINE BERGER