Zeitschrift: Archives héraldiques suisses = Schweizer Archiv für Heraldik = Archivio araldico svizzero : Archivum heraldicum

Herausgeber: Schweizerische Heraldische Gesellschaft

Band: 115 (2001)

Heft: 1

Artikel: Die Logomanie erreicht Bern = La logomanie gagne Berne

Autor: Dreyer, Emil

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-745606

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Die Logomanie erreicht Bern

Emil Dreyer

Das aus der Wirtschaft bekannte Logo oder Markenzeichen, das auf Neudeutsch «corporate identity» genannte einheitliche Identitätssymbol für ein Produkt und seinen Hersteller, hat sich im Alltag längst eingebürgert. Seit einigen Jahren nun ist die besorgniserregende Entwicklung zu beobachten, dass auch altbekannte, in jahrhundertealter Geschichte verwurzelte Identitätssymbole von Gemeinschaften, die öffentlichen Wappen eben, zusehends von solchen Logos verdrängt werden. Viele verantwortliche Gemeindebehörden passen das Wappen nicht nur dem künstlerischen Zeitgeist oder der historischen Gegebenheit an – so wie das Berner Stadtwappen im Laufe der Zeit (Bild 1) – sondern schaffen das Wappen gleich ganz ab und ersetzen es durch ein von Grafikern entworfenes Logo.

So hatte auch der Grosse Rat der Stadt Bern am 20. Dezember 2000 beschlossen, für die neuen Drucksachen der Stadtverwaltung das bisher verwendete Wappen (Bild 2) wegzulassen und neu ein Logo einzuführen. Die Grafiker Daniel Dreier und Urs Grünig siegten beim Gestaltungswettbewerb, und präsentierten am 3. Januar 2001 ihren Entwurf: Ein fettes schwarzes B und darüber ein auf dem Rücken liegendes schmales rotes E (Bild 3). Diese kümmerliche grafische Leistung erscheint nun seit Anfang Februar nach und nach auf den Drucksachen der Stadtverwaltung. Das Logo wird vom Stadtpräsidenten Klaus Baumgartner damit begründet, dass das Bärenwappen als Symbol einer autoritären, kriegerischen Vergangenheit in einem demokratischen Dienstleistungsstaat ausgedient habe, und dass sich der moderne Bürger daher viel lieber mit einem Zeichen ohne diesen negativen historischen Ballast identifiziere. Angesichts der vielen geharnischten Leserbriefe in der Lokalpresse, des Protests einiger Politiker und des Andrangs zur Sammlung von Unterschriften zur Rettung des Berner Wappens (Bild 4), darf das Überleben des Logos zumindest als unsicher gelten. Tatsache ist, dass sich ein Grossteil der Berner Stadtbevölkerung mit ihrem Bären identifiziert, ungeachtet ihres politischen Credos und ihres Geschichtsbewusstseins: Als die Berner Verkehrsbetriebe im Herbst 2000 entschieden, die grüne Farbe ihrer Fahrzeuge durch eine rote Farbe zu ersetzen und dabei auch gleich das Wappen wegzulassen, hagelte es Proteste, vor allem wegen dem Wappen und weniger wegen der Farbe. Nun werden die Fahrzeuge nach und nach rot gestrichen, das Wappenbild aber bleibt, wenn auch lediglich in für die Heraldik enttäuschenden Grautönen.

So versteht sich auch, dass die Stadtbehörden sofort nach Bekanntwerden ihres Beschlusses versicherten, dass das Berner Wappen nach wie vor an Gebäuden, Hinweisschildern, Uniformen, Fahrzeugen etc. unverändert bleibe, auch würden die Fahnen belassen – das Logo werde nur auf den neuen Drucksachen der Stadtverwaltung verwendet werden. Beim neuen Logo sollte nach der irrigen Meinung der Urheber das B sofort mit Bern identifiziert werden können (es sei denn, der Betrachter komme aus Berlin, Barcelona, Bordeaux, Brüssel etc.). Der herbeigesehnte Bruch mit der ach so peinlichen Vergangenheit wird nicht einmal konsequent vollzogen, denn auf die Krone, und sei sie auch noch so mickrig, mochten die Designer nicht verzichten. Die Bevölkerung munkelt, man wollte dem B für Baumgartner ein Krönchen aufsetzen, ein Denkmal für den Stadtpräsidenten.

Obwohl der Stellenwert der Geschichte, der Tradition und der Heraldik in der modernen, zukunftsorientierten Gesellschaft logischerweise verlorengeht, ist die Kontroverse um das Berner Wappen ein eindrückliches Zeugnis der tiefen Wurzeln, die ein althergebrachtes Wappen im Volksbewusstsein geschlagen hat. Dies sollten die gewählten Volksvertreter berücksichtigen, bevor sie ohne Notwendigkeit und ohne einen entsprechenden Auftrag ihrer Wähler ein allen gehörendes Identitätssymbol abschaffen.

La logomanie gagne Berne

Emil Dreyer

Le symbole identifiant un produit ou un producteur, le logo, la marque, ou «corporate identity» en anglais, fait désormais partie de notre quotidien. Nous devons malheureusement constater que les logos commencent à se substituer également aux anciens emblèmes identitaires des communautés, donc aux armoiries publiques. Les responsables communaux modifient non seulement le rendu artistique des armoiries selon le goût du temps (ill. 1), mais ils les remplacent de plus en plus souvent par un logo créé par des graphistes.

Le Conseil Municipal – l'exécutif – de la ville de Berne a décidé le 20 décembre 2000 d'éliminer les armoiries dans ses documents officiels (ill. 2) au profit d'un nouveau logo. Les graphistes Daniel Dreier et Urs Grünig ont gagné le concours organisé à cet effet et leur projet a été présenté à la presse le 3 janvier 2001: il s'agit d'un épais B noir surmonté d'un mince E rouge couché sur le dos (ill. 3). Depuis le début de février, ce dessin pitoyable apparaît peu à peu sur les imprimés de l'administration communale. Le président de la ville, M. Klaus Baumgartner, défend le logo parce que les anciennes armoiries représentaient un état autoritaire et guerrier, non compatible avec l'image d'une administration publique démocratique et moderne. Tenant compte des protestations diffusées par la presse locale et du succès de la campagne référendaire destinée à rétablir les armoiries (ill. 4), le destin du logo paraît pour le moins indécis. En automne 2000, les transports publics de la ville de Berne commencèrent à changer la couleur de leurs véhicules, de vert à rouge, en omettant les armoiries sur les véhicules rouges. Les nombreuses protestations des citoyens ont contraint les responsables à rétablir les armoiries sur les véhicules, même si, hélas! elles ont perdu leurs couleurs pour être rendues en tonalités grises.

On comprend maintenant pourquoi les autorités de la ville de Berne se sont empressées d'assurer les citoyens que les armoiries bernoises seraient maintenues sur les bâtiments, les véhicules, les uniformes, etc., et que, bien sûr, les drapeaux resteraient inchangés, seuls les documents officiels de l'administration devant porter le nouveau logo. Il semble bien que les autorités espèrent parvenir à une identification de la fameuse lettre B avec la ville de Berne – exemple à faire suivre par Barcelone, Berlin, Bordeaux, Bruxelles, etc. En outre, la rupture avec ce passé si importun n'est même pas pleinement consommée, car on a conservé une couronne, aussi ridicule soit-elle. Déjà la gouaille populaire laisse entendre qu'on a voulu, en couronnant le B de Baumgartner, élever un monument au président!... traditions et de l'héraldique diminue toujours plus dans notre moderne société, qui se veut orientée vers l'avenir, mais l'affaire du logo de la ville de Berne témoigne très clairement de l'attachement profond du peuple aux armoiries anciennes. Les politiciens feraient mieux de respecter les sentiments de leurs électeurs avant d'abolir un symbole d'identité, patrimoine commun.

Anschrift des Autors:
L'adresse de l'auteur: Emil Dreyer
Flurweg 43
3052 Zollikofen

Abb. 1

Abb. 2

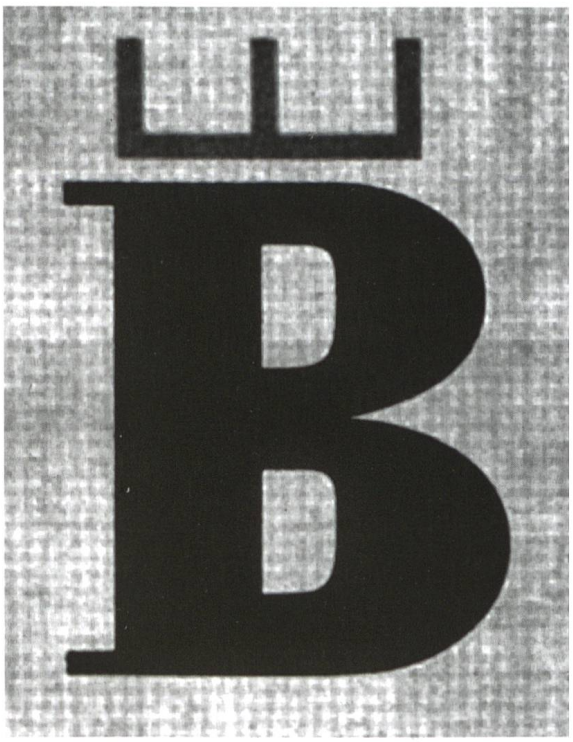

Abb. 3