

# Ganz schön aufgefrischt – natürlich und modern

Die Niederhornbahn modernisiert ihr visuelles Erscheinungsbild. Zeitgemäss überarbeitet, entstand ein neues Logo in Stickerform. Zudem wurden die Gestaltungsraster angepasst. Marketingverantwortliche Livia Schmid gewährt einen Überblick.



Die Niederhornbahn präsentiert sich kommunikativ in neuem Glanz – das wunderschöne Panorama bleibt unantastbar.

Bilder: zvg

Ein Ausflug aufs Niederhorn ist seit jeher ein Garant für ein starkes Naturerlebnis – ob im Sommer oder Winter. Obendrein scheint auf diesen Sonnenhang häufig die Sonne und man geniesst ein spektakuläres Panorama, zumeist über der Nebelgrenze. Der Hausberg von Beatenberg ist vor allem bei seinen treuen Schweizer Gästen sehr beliebt. Mit der Niederhornbahn, einer Standseil- und einer Gondelbahn, fahren Einheimische wie Auswärtige mit Kind und Kegel rege da hoch und: staunen, erleben und geniessen. Mit dem saisonal abgestimmten Angebot gibt es auf 1963 Metern über Meer für alle jede Menge zu entdecken. Hochaktuell sind jetzt Ski- und Snowboardfahren, Schlitteln, Winterwandern, Schneeschuhlaufen und heuer ganz neu: Rocki's Rutschhang für die Kleinsten und der Fondue-Rucksack.

Die Niederhornbahn betont mit allem, was sie tut: die Natürlichkeit, das Naturverbundene, das wunderschöne

ne Panorama und die Nähe zu den Tieren, etwa zu Steinböcken und Murmeltieren. «Unseren Gästen wollen wir zeigen: Wir gehen vorwärts, engagieren uns und bringen annehimliche Neuerungen, die wichtig und jetzt angezeigt sind», bringt es Marketingverantwortliche Livia Schmid auf den Punkt. Mit dieser Haltung und im Hinblick auf die veränderten Anforderungen an die Kommunikation in einem digital geprägten Umfeld, hat die Niederhornbahn jüngst ihr Erscheinungsbild aufgefrischt. Dabei stand Livia Schmid das junge und dynamische Team der Berner Werbeagentur Bold zur Seite. – Welche Ansprüche sind an ein modernes Erscheinungsbild gestellt? Dazu Livia Schmid: «In der heutigen Werbewelt sorgen grosse Bilder, kurze prägnante Headlines für das schnelle Verständnis beim Empfänger – die erste Ansprache geschieht bereits mit einer solchen Überschrift.» Das aufgefrischte Design der sympathischen Bergbahn trägt eben diesen Aspekten Rechnung.

*«Unseren Gästen wollen wir zeigen: Wir gehen vorwärts, engagieren uns und bringen annehimliche Neuerungen, die wichtig und jetzt angezeigt sind.»*

Livia Schmid

Die Niederhornbahn hat in der Vergangenheit ihren Look stets sukzessiv angepasst, wobei jeweils kleine visuelle Elemente dazu- und andere wieder weggamen. «Unser Auftritt ist jedoch in seiner Grundform seit 2007 bestehend und wurde 2011 überarbeitet, danach folgten nur mehr marginale Anpassungen», erzählt Livia Schmid. Die gebürtige Walliserin ist seit fünf Jahren mit Herzblut für das Marketing verantwortlich. Mit einem Uni-Abschluss in Wirtschaft und Marketing und diversen Weiterbildungen im digitalen Marketing stehen für sie die angestrebte Natürlichkeit des Unternehmens und das moderne Umfeld in keinem Widerspruch. Virtuos betreut sie gemeinsam mit einer Praktikantin beispielsweise die digitalen Kanäle der Niederhornbahn. «Social Media ist für uns sehr wichtig; so kommen wir nah an unsere Kundschaft ran und können Interessierte spezifisch ansprechen», äussert sie sich begeistert. Dabei sind für sie sowohl Facebook mit zirka 3200 als auch Instagram mit rund 4200 Followern in etwa gleich gewichtet. «Wir machen auf diesen Kanälen sehr positive Erfahrungen», resümiert die sportliche Wahl-Thunerin. Sie ist ein Fan der Region: «Die Kombination von See und Berg ist einmalig schön und einzigartig.»

Bei der Niederhornbahn arbeiten im Winter um die 50 Angestellte, davon einige Teilzeit. Im Sommer sind es zirka 30. «Unsere Mitarbeitenden haben wir bereits diesen Sommer über den aufgefrischten Auftritt ins Bild gesetzt», informiert die Marketingfrau. So werden Bahn und Gebäude im Frühling 2024 neu beschriftet und daraufhin im Herbst/Winter wird voraussichtlich die Signalik angepasst. Die neuen Arbeitskleider stehen im Frühling 2025 auf dem Plan. «In der laufenden Kalenderwoche gehen wir aufgefrischt online und passen da alles an», freut sich Livia Schmid. Das Merchandising der Niederhornbahn mit Magneten, Mützen, Stirnlampen, usw. wird bei Bedarf im neuen Design nachproduziert. Übrigens: die Beanie-Mützen gibt es jetzt schon im neuen Look – und zu gewinnen im Wettbewerb (siehe Info-Box).


## Neues Logo in Stickerform



Livia Schmid betont: «Wir haben unseren Auftritt nicht komplett neugestaltet, sondern lediglich aufgefrischt.» Dabei bleibt auch einiges bestehen. So zum Beispiel der Steinbock als sehr wichtiges Erkennungszeichen. Im Logo krönt er den N für das Niederhorn. Das neue Emblem kommt in Schwarz auf Sonnengelb als Sticker daher. Die runde kompakte Form funktioniert sehr gut in der digitalen Welt und passt ebenso auf jedes Plakat – einfach einprägsam und schnell. Und die Marketingfrau führt noch aus: «Bei der Farbwahl entschieden wir uns für erdige Töne, die das Naturverbundene und Natürliche von unserem Wirken zusätzlich unterstreichen – zudem steht das Gelb für den Sonnenhang.» Die aktuelle Bildwelt ist stark auf die Emotionen fokussiert. Sie stammt aus der bestehenden Bilddatenbank und vom Fotografen. Als Highlight beim Erarbeiten der aufzufrischenden visuellen Kommunikation erwähnt Livia Schmid: «Die prägnanten, coolen Titel in Gross machen einfach Freude – es ist interessant zu sehen, wie mit denselben Prospekttexten im neuen Gestaltungsraster etwas komplett Frisches und Modernes entsteht.»

Barbara Marty

## NIGHT RIDER

Fondue schlemmen, runter schlitteln.  
Jeden Freitag- und Samstagabend.



niederhorn.ch/  
sternschlitteln

## Wettbewerb

Kommentiere den Beitrag zum neuen Erscheinungsbild auf Instagram oder Facebook (@niederhornbahn) und gewinne eine Beanie-Mütze mit dem brandneuen Logo der Niederhornbahn.



Niederhornbahn AG  
Schmockenstrasse 253  
3803 Beatenberg  
Telefon 033 841 08 41  
info@niederhornbahn.ch  
www.niederhornbahn.ch