

Zeitschrift: NIKE-Bulletin
Herausgeber: Nationale Informationsstelle zum Kulturerbe
Band: 12 (1997)
Heft: 1

Artikel: Weltkulturgut und Tourismus am Beispiel Bern
Autor: Ernst, Hans-Peter
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-726799>

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: 22.02.2026

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

Weltkulturgut und Tourismus am Beispiel Bern

Die Altstadt von Bern wurde 1983 in das Verzeichnis der Weltkulturgüter aufgenommen – eine bedeutende Ernennung für Bern! Der Umstand, dass Bern als einzige Stadt in der Gesamtheit ihrer Altstadt auf dieser Liste figuriert, hatte zur Folge, dass das "UNESCO-Weltkulturgut" zum einzigartigen Verkaufsargument (USP) im touristischen Bern-Auftritt wurde; es ist sogar als eine Art Dach über den anderen Highlights, welche im folgenden aufgeführt sind, zu bezeichnen:

- die ideale Verkehrslage, in Verbindung mit dem europäischen Strassennetz, dem Eisenbahnknotenpunkt und dem Flughafen Bern-Belp;
- die 6 km Lauben, die eine der längsten gedeckten Einkaufspromenaden Europas bilden;
- die – bedingt durch die Halbinsel-Lage – kompakte Bummelstadt, welche berühmte Sehenswürdigkeiten (Zeitglockenturm, Münster etc.), kulturelle Institutionen und die touristische Infrastruktur überschaubar verbindet;
- der 1984 verliehene Titel "Schönste Blumenstadt Europas";
- das gesamte kulturelle Angebot;
- Bern in Verbindung mit berühmten Namen und Marken wie Albert Einstein, Ovomaltine und Toblerone.

Die Zugehörigkeit zum Welterbe hat auf mehrere Bereiche von Bern Tourismus direkte Auswirkungen. In den Werbemitteln wird das "UNESCO-Weltkulturgut" – im Sinne des oben beschriebenen USP – aufgeführt. In der Verkaufsförderung – bei Messeauftritten, Besuchen bei Tour Operators etc. – wird dem "UNESCO-Weltkulturgut" im direkten Gespräch eine entscheidende Rolle zugewiesen. Im Rahmen der Promotionsmassnahmen werden Medienvertreter, die zu unterschiedlichen touristischen Themen recherchieren, in Bern betreut. Meistens ist dabei das "UNESCO-Weltkulturgut" ein Thema in der Berichterstattung.

Diese zahlreichen Plattformen haben zur Folge, dass der potentielle, aber auch der vor Ort anwesende Gast über den Zusammenhang zwischen Bern und Welterbe informiert ist – im Gegensatz

zu vielen Bernerinnen und Bernern, die von diesem Status nichts wissen oder nur am Rande orientiert sind. Das Interesse der Gäste ist gross, speziell von Vertretern der "Neuen Welt". Der Besuch einer der wenigen mittelalterlichen Städte, die intakt und in dieser Grösse erhalten ist – verbunden mit einer über 800jährigen Geschichte – hinterlässt einen bleibenden Eindruck. Wichtig ist dabei auch, dass Bern nicht zum Museum verkommen ist – die Stadt lebt! Damit wird dem zeitgemässen, (touristisch) vielfältigen Angebot – eingebettet in einen historisch-mittelalterlichen Rahmen – ein besonderer Charakter verliehen.

In diesem Zusammenhang ist auch das weltweite Interesse nach dem Brand an der Junkerngasse von Ende Januar zu beurteilen. Obschon nicht ein Wahrzeichen im eigentlichen Sinn beschädigt wurde, erfuhr doch das Stadtbild eine massive Beeinträchtigung. Und damit ist das "UNESCO-Weltkulturgut" – für das (touristische) Bern ein Wahrzeichen der besonderen Art – direkt betroffen.

Die Voraussetzungen für den praktischen Umgang im Zusammenhang mit der Zugehörigkeit zur Liste des Welterbes liegen im konzeptionellen Bereich. Das im März 1996 verabschiedete "Tourismuskonzept der Stadt Bern" erwähnt das "UNESCO-Weltkulturgut Bern" mehrmals. Es wird in der Situationsanalyse als Stärke und strategische Erfolgsposition bewertet, ist ein Aspekt des Image-Zieles Berns und fliesst in den Massnahmenkatalog ein. Unter dem Begriff "Stadterlebnis" soll das "UNESCO-Weltkulturgut" – mit Hilfe von Einzelmassnahmen in unterschiedlichen Bereichen – gesichert werden. Das "Leitbild" von Bern Tourismus führt das "UNESCO-Weltkulturgut" als einen Punkt der unternehmenspolitischen Grundsätze und Ziele auf, mit der Absicht, dieses besonders hervorzuheben. Der hohen touristischen Bedeutung der Nennung der Altstadt von Bern auf der Liste des Welterbes wird demnach verschiedentlich – breit abgestützt – Rechnung getragen.

*Hans-Peter Ernst,
Leiter Werbe- und Pressedienst,
Bern Tourismus,
3001 Bern*

Strassencafé in der Altstadt von Bern (Foto: Bern Tourismus)

