Lenk, 19. Mai 2026

Medienmitteilung

Mehr Kraft am Markt: Lenk-Simmental Tourismus AG stärkt seinen Markenauftritt

Lenk-Simmental ist ein fixer Begriff in den Herzen seiner Gäste. Lenk-Simmental Tourismus AG (LST AG) will dieses Potenzial stärker nutzen und verknüpft sich im Zuge eines Re-Brandings künftig mit der bestehenden Dachmarke Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg (TALK AG) sowie der Marke der Bergbahnen Adelboden-Lenk AG (BAL AG). Ziel ist eine klare, verständliche und moderne Markenführung aus Sicht der Gäste.

Dem Entscheid ging ein sechsmonatiger Markenprozess mit der auf Markenarchitektur spezialisierten Agentur «steilpass» voraus, die unter anderem Destinationen wie die Lenzerheide und die Steiermark begleitet hat. In den Prozess eingebunden waren Vertreter der LST AG, der TALK AG sowie der BAL AG und ausgewählte Fachleute auf informeller Ebene. «Der Gast erwartet heute einen klaren Kompass und orientiert sich am übergeordneten touristischen Erlebnisraum rund um die Lenk und das Simmental. Mit der Anlehnung an die etablierte Marke Tourismus «Adelboden-Lenk-Kandersteg» auf der Dachebene schaffen wir Orientierung für unsere Gäste und stärken gleichzeitig die Positionierung der Destination im nationalen und internationalen Wettbewerb», sagt Lukas Eichenberger, Verwaltungsratspräsident der LST AG. Der Verwaltungsrat hat den Entscheid einstimmig bei einer Enthaltung verabschiedet.

Freiwilliges Angebot

«Wichtig: Für die Tourismusvereine im gesamten Simmental bleibt es freiwillig, sich dem Re-Branding anzuschliessen. Die Entscheidung liegt bei den jeweiligen Vorständen. So haben beispielsweise St. Stephan Tourismus, Erlenbach Tourismus sowie Boltigen bereits entschieden, diesen Weg ebenfalls mitzugehen. Andere Vereine, Organisationen und Clubs, die das bisherige Logo Lenk-Simmental nutzen, können und sollen dies weiterhin verwenden», ergänzt Eichenberger. Das Re-Branding betrifft ausschliesslich die Organisation Lenk-Simmental Tourismus AG, die fortan mit der Dachmarke TALK und der BAL AG gemeinsame Sache macht.

Neues neu

Der bisherige Markenauftritt stammt auf den frühen 2000er-Jahren. Im Rahmen des Re-Brandings übernimmt Lenk-Simmental Tourismus die bestehende Bildmarke sowie das Corporate Design im Sinne eines konsequenten Digital-First-Ansatzes auf Website, Social Media und im Newsletter etc. Weitere Anpassungen erfolgen schrittweise und ausschliesslich dort, wo ohnehin neue Umsetzungen notwendig sind. Damit wird bewusst darauf verzichtet, bestehende Materialien unnötig zu ersetzen oder zu entsorgen. Die einzelnen Ortsnamen sowie das Simmental werden überall, wie gehabt, in den Logos verwendet.

Für interessierte Kreise findet am Freitag, 29. Mai 2026, um 19 Uhr eine Info-Veranstaltung mit anschliessendem Apéro im Kulturhaus Lenk statt.

Marke «AlpKultur» weiterentwickeln & stärken

Gleichzeitig will Lenk-Simmental Tourismus auf der Ebene Produktentwicklung und Erlebnisinszenierung verstärkt das Momentum der Weiterentwicklung der Marke «AlpKultur» nutzen. Dafür setzt das Team von LST gezielt auf den Austausch mit allen Akteuren an der Lenk und im Simmental. «Wir wollen in den nächsten Monaten das Potenzial der AlpKultur sukzessive gemeinsam weiterentwickeln und werden auf unsere Partner vor Ort aus Tourismus, Landwirtschaft und Gewerbe zugehen», erklärt Helena Galanakis, Geschäftsführerin von Lenk-Simmental Tourismus.

Bildlegende (v.l.n.r.): Verwaltungsrat LST AG & Geschäftsleitung
Lukas Eichenberger (VRP LST AG), Helena Galanakis (CEO LST AG), Ludwig Nehls (Verein Lenk Tourismus), Dr. Stephan Hill (Verein Stammgäste), Alain Grossenbacher (Gewerbeverein), Michael Künzi (Tourismusvereine unteres Simmental), Nicolas Vauclair (Bergbahnen Adelboden-Lenk AG), Lukas Zeller (Bauernvereinigung Obersimmental), Christian Burkhard (Hotelierverein Lenk), es fehlt: Jannik Sager (St. Stephan Tourismus)