

Kontaktperson: Isabel Furrer
Telefon direkt: +41 (0)31 328 12 42
Email: isabel.furrer@bern.com
Datum: 27. November 2012

Medienmitteilung

BERNcity schliesst sich dem Markendach «BERN» an

Die Innenstadtorganisation BERNcity tritt ab sofort unter der Marke «BERN» auf und verzichtet somit auf ein eigenes Corporate Design. Mit diesem Schulterschluss von Markeninhaber Bern Tourismus mit einer weiteren starken Vereinigung für Bern wird ein einheitliches Kommunikationsdach für die Stadt und Region geschaffen und das Produkt Bern noch besser positioniert und gestärkt.

„Mit BERNcity, der Organisation für eine lebendige Berner Innenstadt, konnten wir einen Partner gewinnen, der nicht nur für die Werte der Marke steht, sondern als Multiplikator die Bekanntheit der Marke nachhaltig fördern wird“, freut sich Thomas Lüthi, Marketingleiter und Vizedirektor von Bern Tourismus. „Eine einheitliche Erscheinung hilft intern Synergien zu schaffen und extern als Einheit aufzutreten“, ist Sven Gubler, Direktor BERNcity, überzeugt. Als Stimme der Innenstadt macht sich der Verein stark für die Anliegen seiner Mitglieder und engagiert sich in den Bereichen Shopping, Politik, Gastronomie, Kultur und Events. „Die Kooperation ist auch eine Dienstleistung an die Kunden, Konsumenten oder Besucher unserer Mitglieder, die sich dank einem klaren, aussagekräftigen Auftritt besser orientieren können“, erklärt Sven Gubler den Entscheid.

Eine starke Marke «BERN»

Anfang 2011 wurde das neue Erscheinungsbild von Bern Tourismus offiziell lanciert, was gleichzeitig der Startschuss für die Marke «BERN» bedeutete. Die Resonanz in der Branche, bei den Gästen und in den Medien war durchwegs positiv; die selbstbewusste Schlichtheit des Logos, eingefügt in eine emotionale Bild-Umgebung, gefällt.

Die Marke ist auch für Dritte mit starker Bern-Affinität offen. Die nachhaltige Strategie verfolgt das Ziel, qualitativ hochstehende Werte unter der Marke «BERN» zu vereinen, um so bei Gästen, Kunden wie auch bei der Bevölkerung eine Identifikation herzustellen. So hatte sich im Februar 2011 auch der Wirtschaftsraum Bern entschieden unter dem gleichen Auftritt die Vermarktung des Wirtschaftsraumes zu realisieren. Diese Kooperation hat sich für beide Seiten gut bewährt und die

Synergie das Produkt Bern zusätzlich gestärkt. Claudia Vernocchi, Medienverantwortliche Wirtschaftsraum Bern, freut sich mit BERNcity einen neuen Partner an Bord zu haben und hofft, dass noch weitere dazugewonnen werden: «Nur so kann noch stärker ein einheitliches Bild der Stadt und Region Bern nach innen und nach aussen vermittelt werden.»

Stand der Dinge und nächste Schritte

Bern Tourismus tritt seit 2011 im neuen Look auf. Im Laufe des letzten Jahres wurden sämtliche Printprodukte sowie die Internetseite Bern.com an das neue Erscheinungsbild angepasst. Bis Ende 2012 sind das definitive Markenbenutzungsreglement und die Verwendungsvereinbarung erstellt. Im Jahr 2013 wird die Marke ausgebaut und potentielle Markenverwender können aktiv angegangen und akquiriert werden. Nebst BERNcity werden sich 2013 auch die Hotellerie Bern+ Mittelland und die Tourismusregion Oberaargau unter die Marke «BERN» stellen. 2014 ist die Marke in der Konsolidierungsphase und bis 2018 soll sie nochmals an Stärke und Aufmerksamkeit gewinnen.

Weitere Informationen erhalten Sie gerne bei den folgenden Auskunftspersonen:

Tom Lüthi, Vizedirektor/Marketingleiter Bern Tourismus, T +41 31 328 12 41

Sven Gubler, Direktor BERNcity, T +41 31 318 01 01

Claudia Vernocchi, Medienverantwortliche Wirtschaftsraum Bern, T +49 79 268 88 08