

Die Marken St. Moritz und Engadin St. Moritz

Das sind St. Moritz und Engadin St. Moritz

St. Moritz, 17. Dezember 2009 – In einem halbjährigen Prozess wurden die Markenkernkerne der Marken St. Moritz und Engadin St. Moritz über- bzw. erarbeitet. Im Rahmen des Winter Kick-Offs der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz wurde das Ergebnis erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt.

In einem Markenteam, das aus Leistungsträgern und Politikern aus der ganzen Destination sowie Vertretern der Tourismusorganisation besteht, wurde die Markenstrategie von Engadin St. Moritz erarbeitet. Denselben Prozess durchlief parallel St. Moritz, wobei die beiden Strategien im letzten Workshop aufeinander abgestimmt wurden. Beide Prozesse wurden von den Markenspezialisten von Brand:Trust begleitet. Ziel des Markenprozesses war es, Klarheit in die Identität und die Anwendung der beiden Marken zu bringen. Die Ergebnisse aus den Markenprozessen wurden gestern im Rahmen des Winter Kick-Offs vorgestellt.

Dachmarke mit starker Einzelmarke

Die Marken St. Moritz und Engadin St. Moritz werden beide auch in Zukunft zur Anwendung kommen. So wurde Engadin St. Moritz als Dachmarke mit einer starken Einzelmarke, nämlich St. Moritz, definiert.

Kernwerte

Als wichtigste Grundlage für die künftige Markenstrategie wurden die Markenkernwerte für St. Moritz und das Engadin erarbeitet. Diese beziehen sich auf die Spitzenleistungen und geniessen eine hohe Glaubwürdigkeit. Für St. Moritz stehen die Kernwerte: hochalpin, weltgewandt, sportbegeistert, unternehmerisch, glanzvoll, verwurzelt und lebendig. Für das Engadin gelten die Werte: hochalpin, weltgewandt, sportbegeistert, kontrastreich, südlich, inspirierend, hochklassig, ursprünglich. In den Werten hochalpin, weltgewandt und sportbegeistert stimmen das Engadin und St. Moritz überein.

Nummer 1 Positionierung

Im Markenprozess wurde für St. Moritz und das Engadin jeweils eine Nummer 1 Positionierung erarbeitet. Diese bekundet den Willen für die Zukunft und lautet für St. Moritz „Die schillerndste Alpindestination der Welt“ und für das Engadin „Das inspirierende Hochtal der Alpen“. Daraus ergibt sich das Positionierungsstatement für Engadin St. Moritz: „Mit magischem Licht im weiten Hochtal und hochklassigen, kontrastreichen Angeboten sowie der schillerndsten Alpindestination der Welt bietet Engadin St. Moritz sowohl Inspiration für Natur-, Sport- und Kulturgebeisterter als auch eine Bühne für seine glanzvollen Gäste“.

Die Marken leben

Um die Markenidentität zu verankern, wird das Wissen rund um die Marken St. Moritz und Engadin St. Moritz von innen nach aussen gefestigt. Somit liegt der Fokus primär darauf, die Menschen, die mit den Marken arbeiten, auf deren Inhalt zu sensibilisieren und so die Marke nach aussen zu tragen. Denn Definitionen allein bedeuten noch nicht, dass Marken auch wirklich gelebt und verankert werden. Dafür wurden Markenregeln erstellt, die es jedem erlauben, die Markenkongruenz zu überprüfen und allfällige Anpassungen diesbezüglich zu treffen. Mit dem Kick-Off am 16. Dezember beginnt die langfristige Implementierung der Markenstrategie.



Medienkontakt für weitere Informationen

Engadin St. Moritz
Sara Roloff, Head Public Relations
Via San Gian 30
CH - 7500 St. Moritz
T +41 81 830 08 12
F +41 81 830 08 18

pr@estm.ch
www.engadin.stmoritz.ch

Bildmaterial

Bilder in Magazinqualität erhalten Sie online unter:

www.swiss-image.ch
Username: engadinstmoritz
Passwort: allegra

Bildnachweis: swiss-image.ch/Name des Fotografen

Tourismusorganisation Engadin St. Moritz

Diese Berge, diese Weite, dieses Licht! Die Region Engadin St. Moritz bietet vielfältige Sport- und Freizeitaktivitäten, Spezialitäten aus der heimischen Küche, ein wertvolles Kulturangebot und zahlreiche Veranstaltungen. St. Moritz mit seinem pulsierenden Lifestyle einerseits, der Ruhe und Entspannung in der einzigartigen archaischen Natur andererseits hat die Region ihre Anziehungskraft zu verdanken. Die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz ist in definierten Zielmärkten für die Vermarktung der Angebote der gesamten Destination verantwortlich. Insgesamt beschäftigt die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz rund 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.