

Medienmitteilung

Datum: Dienstag, 21. September 2021
Rubrik/Thema: Tourismus / Marketing
Link: arosalenzerheide.swiss

Arosa, Lenzerheide und das Skigebiet Arosa Lenzerheide kommen ab Winter 2021/22 in neuen Kleidern daher

Die beiden Ferienregionen Arosa und Lenzerheide sowie das Skigebiet Arosa Lenzerheide treten seit der Skigebietsverbindung im Jahr 2014 mit der gemeinsamen Marke Arosa Lenzerheide auf. Im Zuge einer neuen Markenstrategie entstehen drei neue Markenwelten für Arosa, Lenzerheide und das Skigebiet Arosa Lenzerheide. Ziel der neuen Markenarchitektur ist eine Differenzierung und klare Positionierung, die aber doch einen roten Faden aufweist und die Verbindung zwischen Arosa und Lenzerheide widerspiegelt.

Nach über sieben erfolgreichen Jahren unter der Anwendung der Doppelmarke Arosa Lenzerheide wurde der gemeinsame Markenauftritt analysiert und weiterentwickelt. Dies unter Berücksichtigung der Markenprofile und Positionierungen der beiden Destinationen. Arosa und Lenzerheide weisen unterschiedliche Gästestrukturen, Angebote und Schwerpunkte im Marketing auf. So schuf Arosa mit dem Arosa Bärenland ein Highlight, das in der Schweiz einzigartig ist. Dies als weiterer Sommerleuchtturm neben dem beliebten All-Inclusive Angebot, bei welchem ein umfassendes Angebot an Aktivitäten ab einer Übernachtung kostenlos genutzt werden kann. Lenzerheide auf der anderen Seite machte sich vor allem durch die Austragung diverser Weltcup-Veranstaltungen einen Namen und fokussierte sich strategisch auf das Thema Mountainbiken, das mit der Lancierung des Bike Kingdom seinen Höhepunkt erreichte. Nach wie vor der gemeinsame Nenner bleibt aber das Skigebiet Arosa Lenzerheide.

Durch die Schaffung drei neuer Markenwelten, eine für Arosa, eine für Lenzerheide und eine für das Skigebiet Arosa Lenzerheide können sich die drei unterschiedlichen Akteure klarer positionieren und voneinander abgrenzen. Dennoch sind die Markenwelten aufeinander abgestimmt und harmonieren als Ganzes aus einem Guss. «In gesättigten Märkten ist es umso wichtiger, dass man sich klar positionieren und damit differenzieren kann. Wer vom Üblichen positiv und markant abweicht, schafft es, von den Gästen wahrgenommen und erinnert zu werden», ist Marc Schlüssel, Projektleiter der neuen Markenstrategie der Ferienregion Lenzerheide, überzeugt. Die neuen Marken schaffen Vertrauen und erhöhen die Wiedererkennung.

Gemeinsamer Weg in die Zukunft

An der Strategie und dem Design der beiden Markenwelten des Skigebiets Arosa Lenzerheide und der Ferienregion Lenzerheide war die Werbeagentur Creative Intelligence Society AG beteiligt, bei der Umsetzung des Styleguides der Markenwelt von Arosa die Küttel Laubacher Werbeagentur. Die Ferienregion Lenzerheide bleibt wie bis anhin Markenpartner der Marke graubünden. Das weiterentwickelte Design der Marke graubünden bietet Lenzerheide neue Entfaltungsräume und stellt gleichzeitig die Zugehörigkeit zur Regionenmarke sicher. Der neue Auftritt wurde deshalb in enger Abstimmung mit der Marke graubünden entwickelt. Die Einführung der Drei-Marken-Strategie auf den Winter 2021/22, unter Berücksichtigung der bereits bestehenden gemeinsamen Sommer-Marke Bike Kingdom, wird von sämtlichen Geschäftsführern der vier involvierten Unternehmen, Arosa Tourismus, Arosa Bergbahnen AG, Lenzerheide Bergbahnen AG und Lenzerheide Marketing und Support AG, unterstützt.

«Es gilt, die unterschiedlichen Stärken und Positionierungen der beiden Orte wieder vermehrt in den Vordergrund zu stellen. Und das gemeinsame Produkt am Berg, das Skifahren / der Wintersport, verständlicher zu positionieren und an den Gast zu bringen. Für die Gästeorientierung und zur Förderung der individuellen Stärken soll auf Destinationsebene wieder mit einem eigenständigen Auftritt gearbeitet werden. So können wir seitens Arosa konkret unsere Markenstärke hervorheben. Wir wollen weiterhin für unsere Freundlichkeit, Herzlichkeit, Qualität und Innovation stehen. Und gleichzeitig das klassische und idyllische Bergdorf mit einem ausgezeichneten Ferienerlebnis erhalten und weiter stärken.»

Roland Schuler, Tourismusdirektor, Arosa Tourismus

«Das Skigebiet Arosa Lenzerheide wird seit der Eröffnung der Urdenbahn im Januar 2014 gemeinsam und partnerschaftlich von der Arosa Bergbahnen AG und der Lenzerheide Bergbahnen AG betrieben. Mutig vorangehen und mehr tun, als gefordert wird. Nach diesem Leitsatz arbeiten wir seit dem ersten Tag gemeinsam über den Berg zusammen, um jedem Gast ein unvergessliches Bergerlebnis zu ermöglichen. Einzigartige Produkte, unvergessliche Erlebnisse, hohe Service- und Dienstleistungsqualität und dies sowohl online als auch offline sind dabei unser täglicher Ansporn, noch mehr für das Skigebiet Arosa Lenzerheide zu tun, als unsere Gäste von uns erwarten.»

Philipp Holenstein, CEO Arosa Bergbahnen AG und Thomas Küng, CEO Lenzerheide Bergbahnen AG

«Lenzerheide will sich über die Spitzenleistungen seiner Leistungsträger differenzieren. Diese Spitzenleistungen, orchestriert zu einem Gesamterlebnis, erschaffen den Markenwert. Lenzerheide erlangt durch diese Spitzenleistungen an Bedeutung und das immer aufbauend auf den Säulen der vier strategischen Geschäftsfeldern Alpiner Schneesport, Familien, Nordic und Bike.»

Domenico Bergamin, Tourismusdirektor ad interim, Lenzerheide Marketing und Support AG

Arosa: vielseitig, nachhaltig, familienfreundlich

Die Familiendestination Arosa fokussiert auf die vier strategischen Eckpfeiler «Events», «Schneesport», «Sommer-Freizeit-Oase» und «Dienstleistungsexzellenz». Der Aufschwung im Sommertourismus soll ausgebaut und weiterentwickelt werden. Mit dem Arosa Bärenland und den umfassenden Angeboten für Familien-, Wander- und Bikeerlebnisse wurde in den letzten Jahren dazu ein starkes Fundament geschaffen. Mit der destinationsweiten Nachhaltigkeitsstrategie „Arosa 2030“ soll der Fokus künftig verstärkt auf das Thema Nachhaltigkeit mit den jeweiligen ökologischen, ökonomischen sowie sozialen Aspekten gelegt werden. Mit dem Bekenntnis zum Tierschutz hat Arosa bereits einen grossen, konkreten und differenzierenden Schritt in Richtung ganzheitlicher Nachhaltigkeit gemacht. Nun sind kontinuierliche Sensibilisierung, Zusammenarbeit, Erlebnis-, Wissens- und Produktentwicklung im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit gefragt.

Lenzerheide: sportlich, dynamisch, innovativ

Die Ferienregion Lenzerheide bearbeitet bereits seit über zehn Jahren vier strategische Geschäftsfelder: Alpiner Schneesport, Familien, Nordic und Bike. Für alle vier Geschäftsfelder wird jeweils pro Geschäftsjahr ein separates Marketing-Konzept erarbeitet, budgetiert und umgesetzt. Dazu gehört auch der Anspruch, regelmässige Veranstaltungen mit starker Kommunikationswirkung durchzuführen. Es ist also kein Zufall, ist Lenzerheide bis heute die einzige Ferienregion in der Schweiz, die bereits in drei (Ski Alpin, Langlauf, Mountainbike) und bald vier (Biathlon) Sportarten regelmässig internationale Grossveranstaltungen durchführt. Entsprechend sportlich zeigt sich auch die Gästestruktur: Lenzerheide-Gäste fahren im Winter Ski und gehen auf die Loipe, im Sommer sind sie am Berg zu Fuss oder mit dem Bike anzutreffen. Das grösste Gästesegment bilden dabei die sportlichen Familien, die sowohl als Tages- aber auch Übernachtungsgäste anreisen und zu über 85 Prozent aus der Schweiz stammen.

Zwei Herzen – ein Skigebiet

Das Skigebiet Arosa Lenzerheide lässt keine Wünsche offen: 225 top präparierte Pistenkilometer, die jedem Niveau der Skifahrer und Snowboarder gerecht werden, eine Vielzahl urchiger Berghütten und Après-Ski-Bars, öffentliche und kostenlose Kinderländer und Anfängergebiet für die ganz kleinen Wintersportler oder vier unterschiedliche Snowparks Areas für actionreiche Stunden. Als grösstes zusammenhängendes Skigebiet von Graubünden und eines der grössten Skigebiete in der Schweiz bietet Arosa Lenzerheide für jeden Gast das passende Erlebnis. Abseits der gesicherten Pisten finden auch Freerider und Skitourengehänger ihre perfekte Abfahrt. Knapp 600 Mitarbeitende arbeiten dabei jeden Tag mit Herzblut – egal ob ihr Herz für Arosa oder Lenzerheide schlägt – gemeinsam über den Berg, damit die Gäste einen perfekten Wintersporttag in Arosa Lenzerheide erleben können.

[Hier](#) finden Sie die Visualisierungen (Pressebilder) der drei neuen Markenwelten per Wintersaison 2021/22.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Marion Schmitz
Medienverantwortliche Arosa, Arosa Tourismus
T +41 81 378 70 47
E-Mail marion.schmitz@arosa.swiss

Carmen Lechner
Medienverantwortliche Lenzerheide, Lenzerheide Marketing und Support AG
T +41 81 385 57 30
E-Mail carmen.lechner@lenzerheide.com

Stefan Reichmuth
Medienverantwortlicher Skigebiet Arosa Lenzerheide, Arosa Bergbahnen AG
T +41 81 378 84 82
E-Mail stefan.reichmuth@arosabergbahnen.ch