

Projekt Innotour Marke Luzern

Ergebnisse Analyse

Marke LUZERN

Zusatz-Unterlagen
Präsentation erster Workshop
Luzern, Mittwoch 3. Februar 2010

Hochschule Luzern – Wirtschaft
Institut für Kommunikation und Marketing (IKM)
Institut für Tourismuswirtschaft (ITW)

Nadine Stutz
Dr. Dorothea Schaffner
Prof. Urs Wagenseil
Fabian Widmann

UNSERE WERTE

UNSER WEG



UNSERE WERTE UNSER WEG



ANALYSE

ZIEL ANALYSE

Hochschule Luzern
Wirtschaft

WER BIN ICH

- Eigenschaften der Marke
- Eigenschaften des Unternehmens

Hard facts

WIE BIN ICH

- Werte

Soft facts

WAS BIETE ICH AN

- Markennutzen (funktional, psychosozial)
- getrennt nach Anspruchsgruppen/Geschäftsfeldern

Hard facts

WIE TRETE ICH AUF

- Markenbild

Soft facts



WEG ZUM KOMPASS: VORGEHEN & MATERIAL ANALYSE

VORGEHEN

Mit Hilfe des vorgestellten Analyserasters (Markensteuerrad nach Esch, Marke als Mensch) werden die vorhandenen Kommunikationsmittel der Marke LUZERN einer Analyse unterzogen. Dabei stehen folgende Fragen im Mittelpunkt:

Übergeordnete Frage:

Welcher Gesamteindruck der Marke LUZERN entsteht bei der Lektüre der Kommunikationsmittel (wie ist die Marke LUZERN als Mensch, Tonalität, Stil) ?

Konkrete Fragen:

Welche Begriffe werden in den Kommunikationsmitteln verwendet, um die Marke LUZERN zu beschreiben (Werteableitung)?

Welches ist der Kern der Marke LUZERN?

Welche Vision lässt sich daraus ableiten?

MATERIAL ANALYSE

Alle vorhandenen Kommunikationsmittel

Papier Dachmarke Luzern

Briefing Agentur

Ergebnisse Umfrage DemoScope 2008: Marke Luzern: Branding und Konkurrenz

Broschüren:

- Imagebroschüre Luzern
- City Guide
- Business
- Die Idee
- Sales Manual
- Geschichte von Luzern

WOHER WIR KOMMEN

UNSERE SICHT DER WELT

Die Geschehnisse der vergangenen Jahre haben gezeigt, dass die Ordnung in unserer Welt zerbrechlich ist. Dabei zeigt sich, dass die Besinnung auf die Herkunft, den Ursprung oftmals den Blick für neue Perspektiven schärft und den Weg zu neuen Horizonten öffnet.

Wir halten diese Balance zwischen Vergangenenem und Neuem im Gleichgewicht. Sicher und gekonnt bewegen wir uns zwischen Traditionen und Trends und begleiten unsere Partner zuverlässig auf diesem Weg. Wir lassen uns von der Geschichte leiten und sind gleichzeitig offen für neue Wege. Dadurch gewinnen wir neue Perspektiven, übernehmen aber auch Verantwortung für die Gestaltung einer gemeinsamen, nachhaltigen Zukunft.

Gemeinsam dynamisch und lustvoll auf Entdeckungsreise gehen.

VOM FISCHERDORF ZUR HEIMLICHEN NO. 1 DER SCHWEIZ

Vom Fischerdorf zur blühenden Handelsstadt
Hauptstadt der Innerschweiz
Brückenstadt
Erste Stadt im Bund
Tourismusstadt

Bereits die Geschichte zeigt: Luzern ist die Stadt der Vielfalt.

WOHIN WIR GEHEN: UNSERE VISION



Wir engagieren uns dafür, dass sich agile und vitale Menschen begegnen und gemeinsam neue Wege beschreiten. Gemeinsam einzigartig sein.
Dynamisch und Lustvoll die Essenz der Schweiz entdecken. Gestern – heute – morgen.



UNSERE MARKE

WIE BIN ICH? MARKE ALS PERSON

Marken sind wie Menschen

Marken sind wie Menschen – einzigartig und unverwechselbar. Sie haben eine eigene Persönlichkeit, Werte und einen ganz eigenen Stil.

Die Marke LUZERN unterscheidet sich mit ihrer Identität, ihren Werten und ihrem Stil von der Konkurrenz. Sie hat eine ganz eigene, unverwechselbare Persönlichkeit.

WIE BIN ICH? MARKE ALS PERSON – UNSERE WERTATTRIBUTE

wertig ursprünglich kreativ lustvoll
Wiege der Schweiz beständig vital gemeinsam
Tradition Lebensfreude gesund
Historische Verankerung Lebensqualität aktiv
echt zuverlässig selbstbewusst
urban-naturverbunden Natur
nachhaltig Sorge tragen entdeckungs-
aufregend freudig
herzlich Erlebnis dynamisch
Gastfreundschaft geben vielfältig
gesellig integrieren Kultur

WIE BIN ICH? MARKE ALS PERSON – UNSERE WERTE





bewegen
bewahren
begleiten

bewegen
bewahren
begleiten





bewegen

Beweglich sein und bleiben. Vital und ausgewogen. Am Puls der Zeit agieren. Neugierig sein auf alles, was Menschen bewegt. Kreative Lösungen finden. Eine einzigartige Erlebniswelt schaffen. Lustvoll und selbstbewusst entscheiden. Mitdenken und mitbewegen. Sich und andere vorantreiben.





bewahren

Bewährtes und Ursprüngliches pflegen und vorantreiben. Sorge tragen zu sich, seinen Mitmenschen und der Umwelt. Traditionen und Trends verknüpfen, leben, unterstützen. Inne halten. Ruhe bewahren, auch in heiklen Situationen. Sich zuverlässig und beständig für Nachhaltigkeit einsetzen.





begleiten

Partner sein. Gemeinsam Wege beschreiten.
Sich. Mit Leidenschaft Lösungen suchen,
Integrieren. Sich und andere befähigen, mehr
als Durchschnitt zu sein. Gemeinsam die
Zukunft gestalten, nachhaltig und zuverlässig.
Individuell und doch gemeinsam. Das Wir im
Ich.



WIE BIN ICH? MARKE ALS PERSON

Wer unsere Community ist und was sie von uns erwartet

Unsere Community ist entscheidend für unseren Erfolg und unseren Weg. Partner aus der Wirtschaft und der öffentlichen Hand. Nationale und internationale Tourismuskäste Geschäftsreisende. Sie alle haben hohe Erwartungen und Ansprüche an unsere Professionalität. An die Qualität unserer Leistungen und an unsere Versprechen.

Deshalb müssen wir in konstanter Interaktion mit unseren Partnern sein. Zuhören, sie verstehen und begleiten. An dauerhaften Beziehungen arbeiten. Beständig unseren Weg gehen.

WIE BIN ICH? MARKE ALS PERSON

Was unsere Community über uns denken und sagen soll

WAS UNSER RUF SEIN SOLL

Da gibt es viele attraktive Angebote, ich komme gerne wieder zurück.

Ich fühle mich sicher

Das sind vertrauensvolle und sichere Partner

inspirierend

Die sind um echte Lösungen bemüht

einzigartig

Hohe Qualität in der Umsetzung

WER BIN ICH? MARKE ALS EXPERTE

Unsere Markenidee

Aktive und vitale Menschen, die sich gern etwas Gutes tun. Die Sorge zu ihren Mitmenschen und ihrer Umwelt tragen. Die sich und ihren Bedürfnissen treu bleiben. Die an nachhaltigen und individuellen Lösungen interessiert sind. Diese Menschen stehen im Zentrum unserer Bestrebungen. Mit dem Ziel, LUZERN als die Marke zu positionieren, die den Menschen durch Vielfalt Einzigartigkeit bietet. Und ihnen damit ermöglicht, ihre Sehnsüchte zu stillen und ihre Individualität mit allen Möglichkeiten auszuschöpfen.

Die Stadt. Der See. Die Berge. Das ist unsere zentrale Markenidee

WAS BIETE ICH AN? MARKE ALS PRODUKT

Wie wir aus unseren Werten wertvolle Dienstleistungen machen

Interpretation und Umsetzung unserer Werte, unseres Versprechens und unserer Marke:



WIE TRETE ICH AUF? MARKE ALS SYMBOL

Markenversprechen

LUZERN bietet Entdeckung, Genuss und Erholung für aktive und vitale Menschen, die ihr Leben selber gestalten wollen. Individuelle Bedürfnisse, individuelle Geschichten. Mit LUZERN als Partner, als Vermittler zwischen Traditionen und Trends, als Horizonterweiterung.

Wir sind einzigartig in unserer Vielfalt.

WIE TRETE ICH AUF? MARKE ALS SYMBOL

Markenclaim

Der Markenclaim bringt prägnant und einprägsam die Identität und die Idee der Marke Luzern auf den Punkt. Sie ist für alle Anspruchsgruppen verständlich und gleich bedeutungsvoll. Er gibt die Richtung an, in der wir die Marke auf allen Ebenen weiterentwickeln und in den Köpfen unserer Partner und Anspruchsgruppen verankern wollen.

Die Stadt. Der See. Die Berge.

WIE TRETE ICH AUF? MARKE ALS SYMBOL

Markenkommunikation und Markenbildwelt

Die Werte der Marke LUZERN , das Markenversprechen „einzigartig in der Vielfalt,, und der Markenclaim „Die Stadt. Der See. Die Berge“ eröffnen ein nahezu unerschöpfliches Potential für die Markenkommunikation.

Die Bildwelt muss die Identität und die Werte von LUZERN unverkennbar und wirksam zum Ausdruck bringen. Mal aktionsgeladen dann wieder entspannt. Mal mit Landschaften und Horizonten soweit das Auge reicht dann wieder mit klaren bestechenden Formen. Mal mit Sinnlichkeit und Leidenschaft dann wieder mit Präzision und Kalkül. Mal urban dann wieder naturverbunden. Kurz: Einzigartig in der Vielfalt.

Nachfolgend ein Stimmungsbild dazu.



UNSER MARKENKOMPASS - TOURISMUS

WER BIN ICH

Zuverlässiger und wahrer Experte
und Anbieter touristischer
Dienstleistungen

- Wir sind der vitale und leidenschaftliche Partner für individuelle Erlebnisse
- Passionierte Markenbotschafter LUZERN
- Wir schaffen einzigartige Erlebnissräume
- Wir tragen Sorge zu unseren Mitmenschen und unserer Umwelt

WIE BIN ICH (Werte)

- bewegen
- bewahren
- begleiten

WAS BIETE ICH AN

- Angebote, die die Persönlichkeit der Gäste unterstreichen, ihre Bedürfnisse befriedigen und die Lust nach Mehr wecken.
- das Gefühl, gut aufgehoben zu sein und verstanden zu werden
- Wir sind die Tankstelle für die Seele
- professionelle und individuelle Beratung
- Kooperationspartner, die mithelfen, Träume zu verwirklichen

WIE TRETE ICH AUF

Die definierte Markenidentität und die Markenidee von LUZERN bilden die Basis für die Weiterentwicklung des Markenauftritts der Marke LUZERN nach innen und nach aussen.



UNSER MARKENKOMPASS - WIRTSCHAFT

WER BIN ICH

Vertrauensvoller und starker
Partner für Beziehungen von Dauer
und Wert

- Starke Marke mit hohem Bekanntheitsgrad
- Professionelle und leidenschaftliche Mitarbeitende
- Wir tragen Sorge zu unseren Mitmenschen und unserer Umwelt

WIE BIN ICH (Werte)

- bewegen
- bewahren
- begleiten

WAS BIETE ICH AN

- Expertise im Tourismusbereich
- grosses Netzwerk
- heterogene Zielgruppen
- gemeinsam nachhaltig die Zukunft stärken
- Raum für Entwicklungen

WIE TRETE ICH AUF

Die definierte Markenidentität und die Markenidee von LUZERN bilden die Basis für die Weiterentwicklung des Markenauftritts der Marke LUZERN nach innen und nach aussen.



WER SEINEN EIGENEN WEG GEHT,
DEM WACHSEN FLÜGEL.

Weisheit aus dem Zen Buddhismus