

# Medienmitteilung

## Ticino Turismo lanciert neues Erscheinungsbild

**Pünktlich zum Saisonstart 2018 lanciert Ticino Turismo einen neuen Markenauftritt. Im Zentrum der Neupositionierung stehen authentische Erlebnisse und Menschen, die mit ihrer Arbeit und ihrer Passion das Urlaubsangebot vor Ort ausmachen. Das Design des neuen Erscheinungsbilds und die dazu entwickelte Bildsprache spiegeln die vielen kleinen, charakteristischen Momente wider, deren Gesamtheit das besondere Feriengefühl der Tourismusdestination Tessin ausmacht. Unterstrichen wird diese Aussage mit dem Claim «Kleine Momente, Grande Emozione».**

Das Tessin ist aufgrund seines milden Klimas und der pittoresken Landschaft eine der beliebtesten Feriendestinationen der Schweiz. Zahlreiche touristische Poster mit leuchtenden Farben und mediterranen Motiven dokumentieren die Erfolgsgeschichte des Tourismus im Tessin und haben das Image der Schweizer Sonnenstube nördlich der Alpen und im Ausland geprägt. «Die Sonnenstube der Schweiz werden wir immer bleiben», erklärt Elia Frapolli, Direktor von Ticino Turismo, «doch der Gast von heute lebt in einer digitalisierten Welt und ist auf dem ganzen Erdball unterwegs, was uns wie viele andere Tourismusorganisationen vor die Herausforderung stellt, sich neu zu positionieren. Globalisierung, Digitalisierung und der Wunsch nach Authentizität sind nur einige der Trends unserer Zeit, welche völlig neue Ansprüche an die Kommunikation von Tourismusorganisationen stellen. Unser neues Corporate Design ist deshalb auf eine zeitgemässe Gästeansprache über alle Kanäle ausgerichtet mit dem Ziel, im internationalen Wettbewerb die vielen kleinen Besonderheiten der Region hervorzuheben und mit konkreten, authentischen Urlaubserlebnissen bestehende und neue Zielgruppen anzusprechen».

Das neue Branding wurde in enger Zusammenarbeit mit der Tessiner Designagentur Sketchin anhand von Kreativworkshops, Marktbeobachtung sowie Analysen der Zielgruppenbedürfnisse durch Gästebefragungen und vielen Gesprächen erarbeitet. Das Ergebnis dieser Arbeit zeigt: Das Tessin hat nicht nur eine Besonderheit wie beispielsweise die vielen Sonnenstunden, sondern ist ein Mosaik aus vielen kleinen, authentischen Erlebnissen. Und diese besonderen Momente sorgen nicht selten für die grössten Emotionen. Das Konzept der authentischen Momente steht deshalb im Mittelpunkt der neuen Marketingstrategie. In der Kommunikation werden dabei künftig konkrete Erlebnisse vorgestellt mit genauer Ortsangabe, Uhrzeit und Tag, an dem diese charakteristisch erlebbar sind. Einzigartig sind ausserdem die Begegnungen mit den Menschen der Region, die durch ihre Arbeit oder ihre Leidenschaft für ein Thema das Urlaubsangebot vor Ort ausmachen. Ideen für einen Aufenthalt im Tessin anhand der Geschichten dieser Menschen zu kommunizieren, ist somit ein weiterer Schwerpunkt des neuen Markenauftritts. Ein Paradigmenwechsel, der sich auch in Fotos und Videos widerspiegelt: Die Bilderwelt zeigt neue Perspektiven auf Landschaften und veranschaulicht die Erlebnisse und Geschichten über die Menschen der Region mit Details, Gesten, Ausdrücken und unerwarteten Elementen, die in ihrer Gesamtheit das authentische Gesicht des Tessins zeigen.

Im neuen Logo der Tourismusdestination zeigt sich ebenfalls die Neupositionierung. Hier fügen sich die vielen kleinen Erlebnisse zu einem Mosaik, in geografischer Form des Tessins, mit Farben aus der Natur des Kantons, die gleichzeitig die verschiedenen Emotionen symbolisieren, welche die Besucher bei den jeweiligen Erlebnissen empfinden können. «Kleine Momente, Grande Emozione» lautet der Claim, der das Logo in der Endkundenwerbung begleitet und im deutschsprachigen Raum zusätzlich auf die «Italianità» des Kantons hinweist.

Bei der Erarbeitung des neuen Brandings wurde ein besonderes Augenmerk auf eine klare und freundliche Umsetzung an allen Touchpoints gelegt – von den digitalen Kanälen über Printmedien bis hin zu audiovisuellen Anwendungen. Schon heute ist die Internetseite [ticino.ch](http://ticino.ch) mit über drei Millionen Aufrufen im Jahr die erste Anlaufstelle der Gäste für Informationen über die Tourismusdestination, welche mit dem Markenauftritt über PC, Mobiltelefon und Tablet gleichermaßen nutzbar ist. Eine Auswahl an besonderen Erlebnissen gibt es hier ab sofort unter [ticino.ch/erlebnisse](http://ticino.ch/erlebnisse), während die ersten Geschichten über Menschen der Region unter [ticino.ch/geschichten](http://ticino.ch/geschichten) nachzulesen sind. Ein weiteres neues, digitales Element ist die App «MyTicinoHighlights». Damit können Gäste individuell auf sie abgestimmte Tipps für ihren Aufenthalt im Tessin erhalten. Weiter startet eine Social Media Kampagne #ticinomoments, die Gäste und Einheimische dazu einlädt, ihre besonderen Momente im Tessin zu teilen. Auch gedruckte Werbemittel behalten im neuen Erscheinungsbild ihre Wichtigkeit. So gibt es künftig weiterhin eine Übersichtskarte der Region sowie eine Imagebroschüre mit Inspirationen für Ferien im Tessin. Neu ist das Magazin #ticinomoments, das künftig einmal im Jahr erscheint. Darin präsentieren sich ebenfalls die Geschichten rund um Menschen im Tessin sowie Tipps für Erlebnisse und Neuigkeiten aus der Region.

[ticino.ch](http://ticino.ch), [ticino.ch/erlebnisse](http://ticino.ch/erlebnisse), [ticino.ch/geschichten](http://ticino.ch/geschichten)

Für weitere Informationen:

TICINO TURISMO

Jutta Ulrich

Leitung Kommunikation

Tel: +41 91 821 53 34, E-Mail: [jutta.ulrich@ticino.ch](mailto:jutta.ulrich@ticino.ch)

Via C. Ghiringhelli 7, CH – 6501 Bellinzona