Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

30.08. 2019

Ferien und mehr: Gian und Giachen rücken Graubünden als attraktiven Arbeitsort in den Fokus

Von PPS

(Chur)(PPS) **Die Kultsteinböcke treten mit ihrem neusten Werbespot eine breit angelegte, digitale Kommunikationsoffensive zum Thema Leben und Arbeiten im Kanton Graubünden los. Mit an Bord: führende Hightech-Unternehmen aus der Region.**

In Graubünden kann man nicht nur äusserst erholsame Ferien verbringen, sondern auch leben und arbeiten. Die Vorzüge des Gebirgskantons als Lebens- und Arbeitsraum stehen im Zentrum der neusten Standortförderungs-Kampagne der Marke graubünden, die am Freitag in Chur präsentiert wurde. Aktiv an der Kampagne beteiligt sind einige der führenden Hightech-Unternehmen des Kantons – und die Kultsteinböcke Gian und Giachen.

Lag der Fokus der graubünden-Kommunikation bisher auf mehrheitlich touristischen Inhalten, soll die neue vierjährige Offensive mit dem Projekttitel «Enavant 4.0» auch andere Facetten und Leistungen des Kantons ins Schaufenster stellen. Der zuständige Regierungsrat Marcus Caduff will, dass Graubünden künftig vermehrt auch als attraktiver Tech- und Industriestandort, als Hochburg des alpinen Genusses oder als Gesundheitsregion wahrgenommen wird. «Wir produzieren in vielen Bereichen Spitzenleistungen, die noch zu wenig mit Graubünden in Verbindung gebracht werden», sagt Caduff. Aus diesem Grund fliesst von den vier Millionen Franken, welche die Bündner Regierung bis 2022 für «Enavant 4.0» zur Verfügung stellt, rund ein Drittel in die Kommunikation nicht-touristischer Inhalte.

Mit Markenkommunikation die Wahrnehmung verändern

Bespielt und beworben werden zu diesem Zweck über «Enavant 4.0» ausschliesslich Leistungen aus einem der acht strategischen Themenfelder, welche das Leistungs-Spektrum der Marke graubünden eingrenzen. Neben dem Tourismus sind das unter anderem Mobilität, Genuss und Regionalität, Bildung und Forschung oder Innovation und Talente. Der Geschäftsführer der Marke graubünden, Gieri Spescha, ist überzeugt, dass der angestrebte Wahrnehmungs-Shift gelingen wird. «Wenn wir über die Jahre konsequent in die gleiche Kerbe schlagen, werden die Menschen Graubünden in vier Jahren auch als attraktiven Lebensraum und Arbeitsort wahrnehmen». Dass der Auftakt der Offensive unter anderem mit Hightech-Unternehmen aus dem Bündner Rheintal erfolgt, erachtet Spescha in diesem Zusammenhang als Glücksfall und perfektes Beispiel für die erweiterte Ausrichtung der Marke.

Gian und Giachen machen sich an die Arbeit, Zoom-Videos zeigen spannende Gegensätze

Eine zentrale Rolle übernehmen dabei die beliebten Kultsteinböcke Gian und Giachen. Der neue TV-Spot «Schaffa», der ab 31. August auf SRF1 und SRF2 ausgestrahlt wird, markiert den Wandel: Erstmals sprechen die beiden Böcke nicht nur über die Vorzüge der Ferienregion, sondern preisen in gewohnt witzig-ironischer Art die Qualitäten des Arbeits- und Lebensraums Graubünden an. Die Botschaft: «In Graubünden kann man nicht nur schöne Ferien machen, sondern auch leben und arbeiten.»

Umgesetzt wird die Offensive von der Zürcher Kommunikationsagentur Wirz. Die Co-CEOs Petra Dreyfus und Livio Dainese – einer der Väter der Steinböcke Gian und Giachen – sind vom Auftrag angetan: «Im Rahmen dieser Kampagne können wir unsere Vielseitigkeit zeigen und unser digitales Knowhow voll ausspielen.»

Der Offensive zugrunde liegt ein Kampagnen-Mechanismus mit verschiedenen Elementen und Ebenen. So werden zur Lancierung von «Enavant 4.0» ergänzend zum TV-Spot spannende und überraschende Gegensätze des Kantons in mehreren Kurzvideos auf einer Vielzahl von Online-Plattformen ausgespielt. Die so genannten

«Zoom-Videos» bringen die Markenidee «NaturMetropole der Alpen» in kürzester Form auf den Punkt. Sie führen per Mausklick auf die Content-Plattform «Leben und Arbeiten» (arbeiten-in-graubuenden.ch). Auf dieser neuen Website finden sich Porträts, Interviews, Listicals und Hintergrundartikel zum Lebens- und Wirtschaftsraum Graubünden. Die mit der Tourismusseite graubuenden.ch verlinkte Plattform soll mittelfristig im Sinne eines Portals das gesamte Themenspektrum der Marke graubünden abbilden.

Sieben Hightech-Unternehmen machen gemeinsame Sache

Als erste Massnahme mit Partnerbeteiligung konnten sieben führende Industrie- und Technologie-Unternehmen aus dem Bündner Rheintal zwischen Bonaduz und Grüsch für eine gemeinsame Recruiting-Kampagne unter dem Dach der Marke graubünden gewonnen werden – ein Novum. Mit dabei sind die Unternehmen Hamilton (Bonaduz), Oblamatik (Chur), Polycontact (Chur), INTEGRA Biosciences (Landquart), CEDES (Landquart), TRUMPF (Grüsch) sowie Gritec (Grüsch).

«Wir müssen in Zukunft die einmalige Kombination von hoher Lebensqualität und dem spannenden Arbeitsumfeld verstärkt in den Vordergrund stellen», betont Roland Obrist, CEO des im Bereich des Trinkwassermanagements führenden Unternehmens Oblamatik, stellvertretend für alle Kampagnenpartner. «Gemeinsam mit anderen Bündner Technologie-Firmen können wir die nötige Hebelwirkung entwickeln, um mehr Fachkräfte für unsere Region zu begeistern.» Die Unternehmen werden auf der Content-Plattform mittels spannender Porträts von Mitarbeitenden vorgestellt, welche wiederum in der Deutschschweiz und in Süddeutschland online bei der Zielgruppe beworben werden.

Geschäftsstelle Marke graubünden und Graubünden Ferien Hand in Hand

Der übergeordnete Projektlead für die Umsetzung von «Enavant 4.0» liegt bei der Geschäftsstelle Marke graubünden, welche auch für die operative Umsetzung der nicht-touristischen Massnahmen verantwortlich ist. Für die Umsetzung der Markenkampagne im Bereich «Tourismus» zeichnet weiterhin Graubünden Ferien

(GRF) verantwortlich. «Die neuen Themenfelder bei Enavant 4.0 ergänzen unsere eigenen Marketingmassnahmen aufs Beste», sagt GRF-CEO Martin Vincenz. Wer Graubünden für «Ferien und mehr» wähle, der wisse um die Vorzüge eines Arbeitsplatzes in einer schönen Umgebung. Und neue Fachkräfte seien auch aus touristischer Sicht ein Gewinn für den Kanton. Bei GRF sind zurzeit unter anderem Enavant-Kampagnen zu den Themen Familien, Bike oder Rhätische Bahn in Planung und Konzeption.

Eine Mitteilung der Geschäftsstelle Marke graubünden und von Graubünden Ferien

Pressekontakt:

Graubünden Ferien
Alexanderstrasse 24
7001 Chur

Gieri Spescha
Geschäftsführer Marke graubünden
gieri.spescha @ graubuenden.ch

Kategorie
Marktforschung & Werbung & Consulting

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/ferien-und-mehr-gian-und-giachen-ruecken-graubuenden-als-attraktiven-arbeitsort-den*