

Pontresina, 7. Dezember 2016

Referenzschreiben

Beschreiben Sie kurz die Art der von Ihnen in Auftrag gegebenen Projekte.

Markenstrategie, Markenprozess

In welchem zeitlichen Rahmen haben sich diese Projekte abgespielt?

Wir arbeiten immer wieder und schon seit vielen Jahren mit BrandTrust zusammen.

Zuerst haben wir die Orts- und Markenstrategie mit BrandTrust erarbeitet, jetzt sind wir daran, den Markenprozess mit BrandTrust umzusetzen.

Welche Aufgaben bzw. Zielstellungen beinhalteten die Projekte?

Die Erarbeitung der verschiedenen Strategien. Die Zielstellung war immer, dass man diese auch praktisch umsetzen kann. Dies ist uns mit BrandTrust sehr gut gelungen. Es gibt kein einziges erarbeitetes Projekt, welches in Pontresina nicht umgesetzt wurde.

Gab es besondere Herausforderungen und welcher Art waren diese?

Es hat immer wieder Momente gegeben, wo wir plötzlich nicht mehr genau wussten, in welche Richtung es geht. In diesen Momenten ist die Erfahrung des Beraters enorm wichtig, damit er wieder in die richtige Richtung lenken kann. Das Ziel, müssen sowohl der Kunde als auch der Berater von Anfang an klar vor Augen haben. Sonst wird das Endergebnis kaum das gewünschte sein. In solchen Situationen merkt man besonders gut, dass BrandTrust auf Markenbildung fokussiert und nicht versucht, in allen Feldern mitzumachen.

Schildern Sie kurz den Ablauf bzw. Verlauf des Projektes.

Nach dem dritten Termin, als es darum ging, die „Big Idea“ von Pontresina zu finden und diese in 3 bis 5 Worten niederzuschreiben, waren wir uns mit dem Berater nicht mehr einig, ob es nun die ursprüngliche Version oder aber die abgeschwächte Version sein sollte. Der Berater hat diese Situation mit Bravour gemeistert, indem er uns aufgefordert hat, ihn davon zu überzeugen, dass wir wirklich die ursprüngliche Version wollen.

Welches Ergebnis bzw. welcher konkrete Nutzen ergab sich für Ihr Unternehmen aus dieser Beratungsleistung?

Wir haben eine super Orts- und Markenstrategie und ziehen den Markenprozess konsequent durch. Dadurch werden wir als Pontresina mit all seinen Vorzügen touristisch stark wahrgenommen. Wir wissen, wo wir stehen und wo wir uns noch verbessern müssen. Auch der gemeinsame Nenner, das gemeinsame Verständnis der Markenstrategie und das Ziehen am gleichen Strick aller Beteiligten ist von grossem Nutzen.

Konnten bei Ihren Mitarbeitern Veränderungsängste überwunden und alle begeistert motiviert werden?

Dies ist bei jedem Workshop gelungen. Alle, die in Pontresina je bei einem Workshop oder auch nur bei einer Informationsveranstaltung (Ortsstrategieschulungen werden bei uns ca. alle 2 Monate durchgeführt) zu diesem Thema mitgemacht haben, stehen vollumfänglich hinter all den Strategien und sind stolz darauf.

Beschreiben Sie die Auswirkungen auf die Unternehmensbereiche.

Pontresina Tourismus hat einen klaren Fokus auf das was gemacht werden muss.

Die Gemeinde investiert eher in Projekte oder Angebote, die gut erarbeitet worden sind, klare Ziele haben und als Teil der Strategie verstanden werden.

Beinhalteten diese Projekte Besonderheiten und welcher Art waren diese?

Wir hatten bei den Workshops immer auch Vertreter aus dem Gemeindevorstand.

Das Ziel war von Anfang an, dass nicht nur die touristischen sondern auch die politischen Vertreter von Pontresina ihre Ideen und Visionen einbringen können.

Durch diese Workshops waren beide Seiten bestens mit den Strategien von Pontresina vertraut. Ich glaube, dass in Pontresina an der Markenstrategie und am Markenprozess immer noch so viel Begeisterung herrscht, hat viel damit zu tun, dass wir mit BrandTrust und all den anderen Beteiligten von Anfang an alles zusammen erarbeitet haben und dran geblieben sind.

Wie sieht die weitere Zusammenarbeit mit BrandTrust aus?

Wir werden den engen Kontakt zu BrandTrust weiter beibehalten und in regelmässigen Abständen die Umsetzungen überprüfen und die Strategien verfeinern.

Können Sie BrandTrust weiterempfehlen?

Bedingungslos. Es macht einfach Freude, mit Profis zu arbeiten. Wir haben mit BrandTrust einen guten Partner. Es geht BrandTrust nicht nur darum, einen Workshop bei uns durchzuführen, sondern auch darum, dass nachher etwas daraus gemacht wird. Und dies findet man selten. Man hat immer wieder das Gefühl, sie identifizieren sich mit den Unternehmen und Orten, wo sie Aufträge haben.

Pontresina Tourismus



Richard Plattner
Präsident