



Medienmitteilung

Datum: 27.05.2021

Rubrik: Tourismus, Wirtschaft

Thema: Start Kampagne Co-Branding UMB und Arosa Tourismus

Link: [Video YouTube](#), [Video Download](#), arosalenzerheide.swiss/arosa

UMB und Arosa – Zeit für ein Co-Branding

Anfang Woche ist die gemeinsame Sommer-Kampagne von Arosa Tourismus und dem einzigen umfassenden Schweizer IT-Anbieter UMB gestartet. Der Slogan «creating time» steht dabei im Zentrum und wurde in einem Co-Branding visuell aufbereitet. Zu sehen sind unter anderem Plakate und Fernseh-Spots.

Seit über 10 Jahren arbeiten die Bündner Tourismusorganisation und der IT-Anbieter aus Cham schon eng zusammen. Der UMB-Slogan «creating time» ist dabei nicht nur Aufhänger, sondern Programm. Davon profitiert neben den Kunden auch Arosa. Denn wer dank den smarten IT-Lösungen von UMB Zeit spart, kann diese ideal nutzen und aussergewöhnliche Erlebnisse - beispielsweise in Arosa - geniessen. So auch die Kolleginnen und Kollegen des IT-Spezialisten im vergangenen Jahr. Im Rahmen der «Schweizer Sommergeschichten» wurde gemeinsam mit den Verantwortlichen von Arosa Tourismus Ferienpakete geschnürt. Dieses Angebot wurde rege genutzt. Zahlreiche Kolleginnen und Kollegen verbrachten ihre Sommerferien in Arosa. Da erstaunt es nicht, dass das Unternehmen bereits mehrfach als bester Schweizer Arbeitgeber vom Great Place to Work Institut ausgezeichnet wurde.

Jetzt geht die Zusammenarbeit mit der neuen Kampagne im Co-Branding einen Schritt weiter. Der Auftritt umfasst verschiedene Kommunikationsmassnahmen im Print- und Online-Bereich. In Social Media Beiträgen, Plakaten und Fernseh-Spots wird die Botschaft ausgespielt. Für Marion Schmitz, Stv. Tourismusdirektorin und Leiterin Marketing & Kommunikation von Arosa Tourismus ist diese Umsetzung ein eindrückliches Beispiel, wie die bestehende Destinationspartnerschaft wirksam für beide Parteien genutzt werden kann. «Wir können dank der gemeinsamen Kampagne unsere Reichweite steigern. Dieses Co-Branding ist für beide Seiten eine Win-Win-Situation. Der Slogan «creating time» wird mit Emotionen verbunden. Das bleibt in den Köpfen und sorgt direkt für Inspiration», fügt sie hinzu. Denn klar ist: Mehr Zeit für die schönen Dinge im Leben möchten wir alle. Und ein Arosa-Besuch gehört ganz sicher zu den schönen Dingen im Leben.

Sie finden diese Medienmitteilung sowie den Link zur Bilddatenbank online unter arosalenzerheide.swiss/medien

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Marion Schmitz

Leiterin Marketing, Kommunikation und Tourist Services, Arosa Tourismus

Stv. Tourismusdirektorin

T +41 81 378 70 47

E-Mail marion.schmitz@arosa.swiss

Andreas Rotzler

Teamleader Branding, UMB

Mitglied des Führungskaders

T +41 79 628 09 46

E-Mail andreas.rotzler@umb.ch