

## DIE REISE GEHT WEITER: DAS NEUE GESICHT DER FERROVIA MONTE GENEROSO

Am 26. Oktober 2023 wurde von der Ferrovia Monte Generoso SA vor der spektakulären Kulisse des Monte Generoso eine Pressekonferenz abgehalten, bei der eine Reihe von bedeutenden Neuerungen angekündigt wurde. Dabei bot das Unternehmen einen Einblick in seine neue Corporate Identity und informierte über Neuigkeiten zum Saisonabschluss (28. und 29. Oktober) sowie zur Wiedereröffnung für die Wintersaison 2023/2024 nach einer vierjährigen Pause.

Am Vormittag stellte die Ferrovia Monte Generoso SA der Presse die Ergebnisse des Rebrandings vor: eine neue Corporate Identity mit einem neuen Logo, welches das gesamte Angebot des Reiseziels Monte Generoso abbildet, und eine neue Website, auf der man ab 2024 Veranstaltungstickets sowie Plätze auf dem Camping und in den Restaurants reservieren kann.

**Monica Besomi**, stellvertretende Direktorin und Leiterin der Abteilung Marketing und Kommunikation, dazu: *«Die neue Identität der Ferrovia Monte Generoso hat nicht nur ästhetische Gründe, sondern ist Teil des Digitalisierungsprojekts des Unternehmens.»*

*Die Kundschaft steht im Mittelpunkt unseres Strategieplans, und nach einer eingehenden Marktanalyse haben wir erkannt, wie wichtig es ist, innovativ zu sein und so auf die wachsenden Bedürfnisse einer zunehmend digitalisierten Kundschaft zu reagieren. Dies hat uns auch dazu veranlasst, unser Logo neu zu gestalten, das nun für alle unsere Dienstleistungen steht und es uns ermöglicht, für uns als «Reiseziel Monte Generoso» zu werben.»*

### Ein neuer visueller Auftritt

Die offensichtlichste Veränderung ist der neue visuelle Auftritt des Unternehmens. Das Logo der Ferrovia Monte Generoso wurde völlig neu gestaltet, damit alle vier Leistungsangebote abgebildet werden: die Bahn, der Campingplatz, das Buffet Bellavista und die Fiore di pietra.

**Alice Giambonini**, Visual & Graphic Designer, hat die Entstehung des Logos eng begleitet und erklärte:

*«Im letzten Jahr haben wir sehr intensiv am Rebranding des Unternehmens gearbeitet, um sein Wertversprechen und seine Marktpositionierung zu ändern. Daher ist es sehr einschränkend, nur über das Logo zu sprechen»* In Wirklichkeit ist diese Veränderung Teil eines grösseren Ganzen: *«Die gesamte Unternehmensidentität»,* so Giambonini weiter, *«wurde überarbeitet und neu definiert, indem Kreativität, Strategie, Ziele und Emotionen miteinander verbunden wurden. All das spiegelt sich unweigerlich in unserer visuellen Kommunikation wider, die die Köpfe und Herzen unserer Kunden erreichen soll».* Zurück zum Logo und seiner stilistischen Wahl: *«Daher die Entscheidung, ein Logo zu entwerfen, das in seiner Gesamtheit, aber auch durch seine einzelnen Symbole und Farben, 'Monte Generoso' als ganzheitliche und nachhaltige Destination am besten repräsentieren kann. Das Logo selbst steht auch für die Gadgets, die Uniformen der Mitarbeiter und die verschiedenen Produkte des Unternehmens»,* so die Visual & Graphic Designer abschliessend.



## **Eine neue Art der Kommunikation**

Neben der visuellen Neugestaltung wurde im Zuge des Rebrandings der Ferrovia Monte Generoso SA auch ein neuer Kommunikationsansatz entwickelt, der einige der bereits in der visuellen Gestaltung erkennbaren Elemente aufgreift.

**Giulio Rezzonico**, Media & PR Manager, unterstrich: *«Die neue Art der Kommunikation der Ferrovia Monte Generoso zielt darauf ab, einen authentischen Dialog mit den Besuchenden zu führen.»* Der Tone of Voice des Unternehmens wird in allen Kommunikationsmedien (soziale Medien, Newsletter, Werbeaktionen usw.) emotionaler, einladender und informeller sein. *«Unser Ziel ist es, eine authentischere und persönlichere Verbindung zu schaffen»*, so Rezzonico weiter, *«deshalb haben wir uns entschieden, den geschäftlichen Tone of Voice hinter uns zu lassen und einen inklusiveren und informelleren Ansatz zu wählen.»*

## **Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung bleiben auch nach den Veränderungen zentral**

Während der Pressekonferenz wurde das Engagement der Ferrovia Monte Generoso SA für die ökologische Nachhaltigkeit bekräftigt, die nach wie vor einen wichtigen Pfeiler auf strategischer Ebene darstellt. Das Unternehmen engagiert sich schon seit Jahren für einen umweltverträglichen Betrieb und fördert Initiativen im Bereich Umweltschutz und nachhaltiger Tourismus. Dieses Engagement wird unabhängig vom Rebranding in gleicher Weise fortgesetzt.

**Chiara Brischetto**, Marketing Project Manager und verantwortlich für die Nachhaltigkeit im Unternehmen, erklärte mit Nachdruck: *«Nachhaltigkeit ist für uns ein zentraler Wert, der jeden Aspekt unseres Handelns bestimmt, von der Auswahl der Lieferanten über die Abfallbewirtschaftung bis hin zur Umweltbewusstseins unserer Besuchenden. An diesem Grundsatz wird sich durch das Rebranding nichts ändern, denn wir werden weiterhin so arbeiten wie bisher und noch höhere Ziele anstreben.»*

## **Kommende Veranstaltungen: Saisonabschluss und Wiedereröffnung im Winter**

Am Wochenende vom 28. und 29. Oktober gibt es für die Ferrovia Monte Generoso doppelten Grund zum Feiern: Zum einen wird die Sommersaison beendet, zum anderen wird die neue Corporate Identity eingeweiht. An diesem besonderen Wochenende wird es eine Reihe von spannenden Veranstaltungen geben.

Der Zirkus Tonino empfängt Kinder und Familien und bietet Zaubershow und Kinderschminken, während das Radio Morcote International das ganze Wochenende über das Publikum und die Partner berichten und deren Eindrücke einfangen wird. Auch Traditionelles wird mit der Alphorngruppe *«Corni dal Generus»* vertreten sein, welche am Nachmittag im Fiore di pietra und im Bellavista auftritt. Und zu guter Letzt wird auch eine Fotobox aufgestellt, um die schönsten Momente im neuen Corporate Look zu verewigen.

Das vollständige Programm finden Sie unter [www.montegeneroso.ch](http://www.montegeneroso.ch)

Abschliessend kündigte die Ferrovia Monte Generoso die Wiedereröffnung für die Wintersaison 2023/2024 an. Nach einer vierjährigen Schliessung wegen Gleissanierungsarbeiten hat das Unternehmen Einzelheiten zur Wiedereröffnung für die Wintersaison 2023/2024 präsentiert.



Vom 2. Dezember bis Ende März wird die Bahn an allen Wochenenden und Feiertagen dreimal täglich verkehren. Das Selbstbedienungsrestaurant Fiore di pietra und das Buffet Bellavista werden auch während der Wintersaison in Betrieb sein und die Gäste im genannten Zeitraum empfangen.

Das traditionelle Grotto am gleichnamigen Zwischenbahnhof wird mit einem gemütlichen, familiären Ambiente auch für das Weihnachtsessen und das Silvesterdinner geöffnet sein. Es lässt sich auch für Abendessen und Firmenveranstaltungen unter der Woche buchen.

### Im Überblick

Mit dem Rebranding und der Wiedereröffnung im Winter beginnt für die Ferrovia Monte Generoso SA eine neue Ära: Das Unternehmen wollte sich modernisieren, um den Bedürfnissen seiner Kundschaft besser gerecht zu werden, und zwar mit einem digitaleren und zeitgemässeren Ansatz, ohne dabei die Tradition und den lokalen Bezug ausser Acht zu lassen – Punkte, die dem Unternehmen schon immer sehr wichtig waren.

*«Der Monte Generoso ist und bleibt ein Reiseziel, bei dem sich Geschichte, Magie und Naturschönheit vereinen, um ein unvergessliches Erlebnis für unsere Besuchenden zu schaffen»* lautete die starke Botschaft, mit der die Pressekonferenz endete.

---

Gerne präsentieren wir Ihnen unsere **brandneuen Bilder**, welche die zentralen Aspekte unserer erneuerten Corporate Identity verkörpern.

Sie können sie unter folgender URL herunterladen:

<https://www.swisstransfer.com/d/3f68f5d1-a661-4b6e-b1b9-e77e93a8c639> (Link gültig bis zum 18.11.2023)

Für die Ferrovia Monte Generoso wenden Sie sich bitte an:

Giulio Rezzonico

Media & PR Manager

T. +41 (0) 91 640 23 42 – M. +41(0) 79 307 00 94

E-Mail: [media@montegeneroso.ch](mailto:media@montegeneroso.ch)

Die Ferrovia Monte Generoso ist eine der ältesten Zahnradbahnen der Schweiz und befindet sich seit 1941 im Besitz der Migros. Ihr Erhalt ist allein dem persönlichen Engagement des Migros-Gründers Gottlieb Duttweiler zu verdanken. Heute unterstützt das Migros-Kulturprozent die Zahnradbahn und das Bauwerk «Fiore di pietra» auf dem Gipfel des Monte Generoso, das vom Architekten Mario Botta entworfen wurde. [www.montegeneroso.ch](http://www.montegeneroso.ch)

Das Migros-Kulturprozent ist ein in den Statuten verankertes Engagement der Migros, das sich der Förderung von Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft widmet. [www.percento-culturale-migros.ch](http://www.percento-culturale-migros.ch)