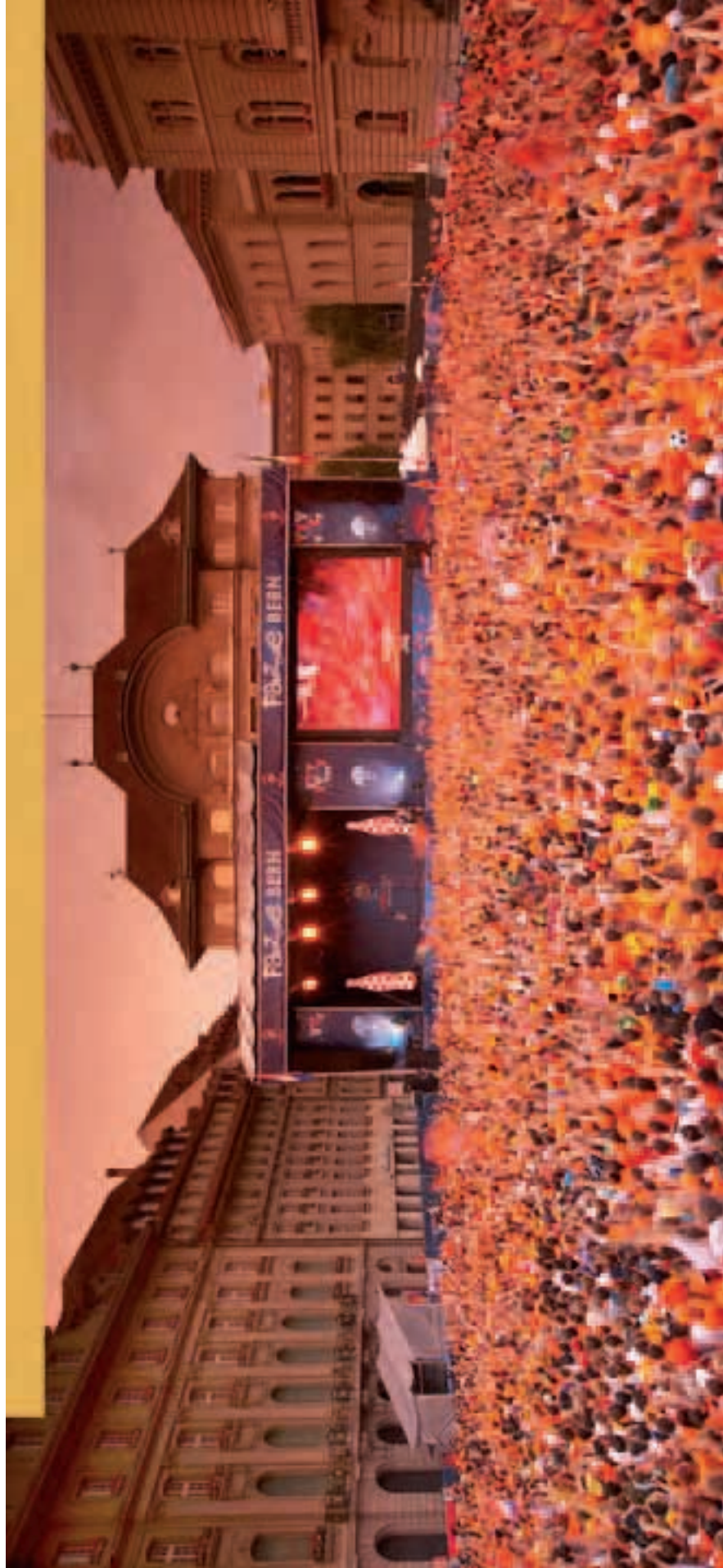


Orange Welle in Bern - was nun?





bern

Das grosse Los gezogen!

Bern = Glücklicher Gewinner unter allen 8 HostCities

















Zusammenarbeit mit Holland vor der Euro08

Aufteilung Stadt & Kanton Bern // Bern Tourismus

Stadt & Kanton Bern

- Treffen und Verhandlungen mit Fanbotschafter, Fanclub der Oranjes & Funktionären

Bern Tourismus

- Durchführung von Medienreisen mit Holländischen Journalisten in der Schweiz
- Besuch ICON Roadshow Amsterdam (Kontakte)



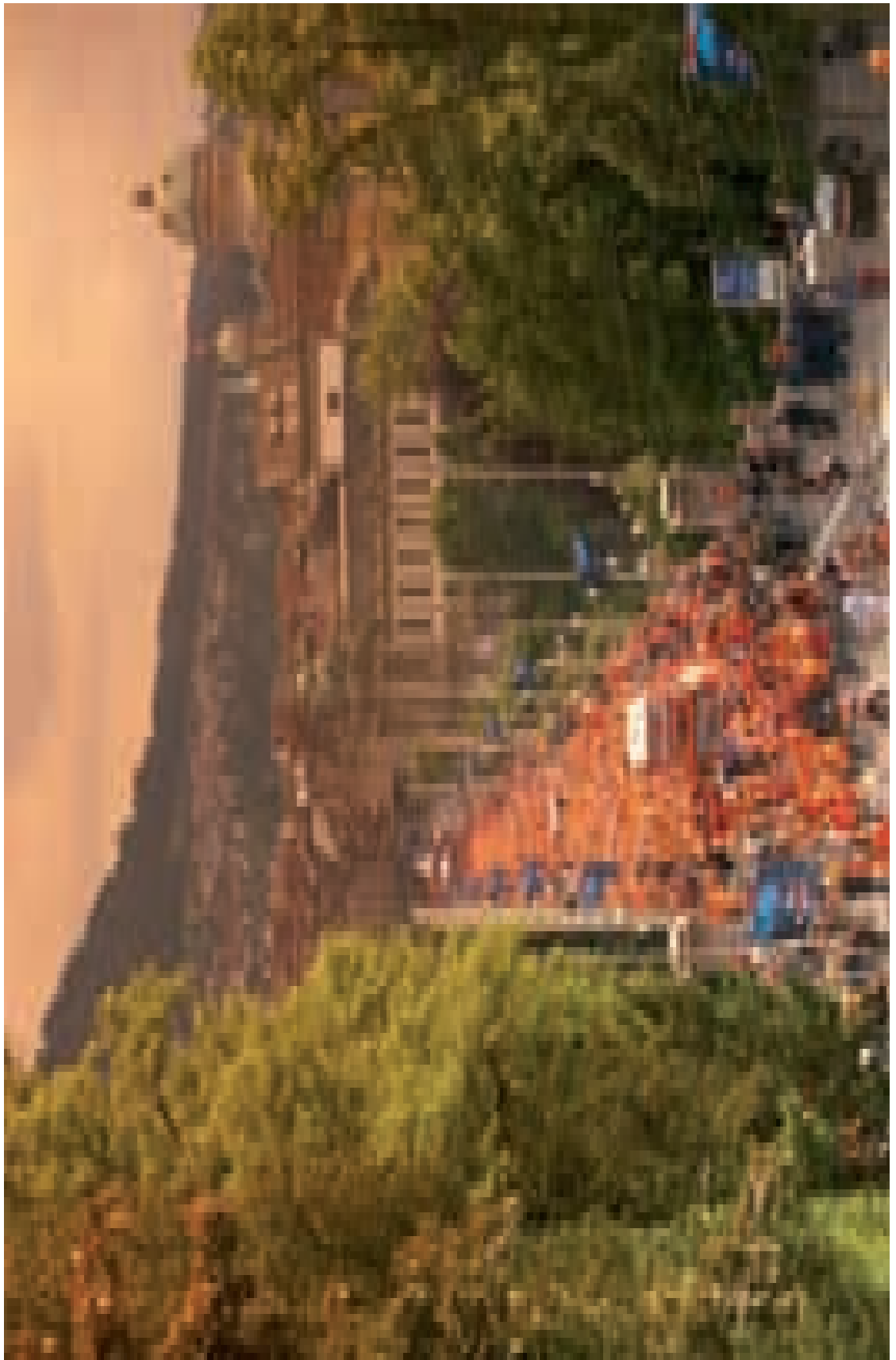
Bern Tourismus: Fokus auf Organisation vor Ort

**Zurückhaltung mit Massnahmen im Ausland
+ optimale Organisation vor Ort
= bester touristischer Nutzen für die ganze Region!**

Hosting
Akquisition zusätzlicher
Kapazitäten

Infomanagement
Flyer, Internet,
Zusätzliche Infostellen

Welcome to Bern
Gastgeberkonzept
für die Stadt Bern

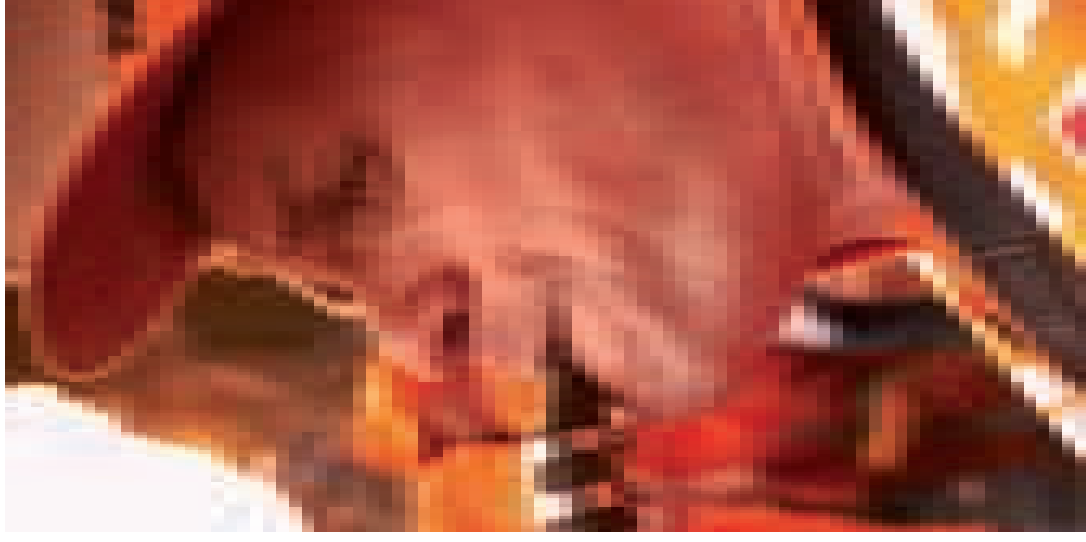


Auswirkungen in Zahlen...

- **930.000 Besucher** (ohne Stadion)
 - Davon 200.000 ausländische Gäste (150.000 aus Holland)
- **Plus 10% Hotelumsatz Juni**
 - Bei Minus 12.8% Logiernächte
- **25.000 Logiernächte in Fancamp Dieterswil / Neueneegg**
- **170.000 HostCity Guides** verteilt
- **10.000 Personen geschult** „Welcome to Bern“
- **rund 35.000 Auskünfte** an den Infostellen
- **480 Volontäre** als Gästebetreuer

Gut zu wissen...

- **1.2 Mio Mehrwegbecher**
- **1 Mio Liter Bier**
- **500.000 Liter Softdrinks**
- **220 Tonnen Abfall**
- **6.380 PV-Parkplätze**
- **Modalsplit ÖV: 95%**

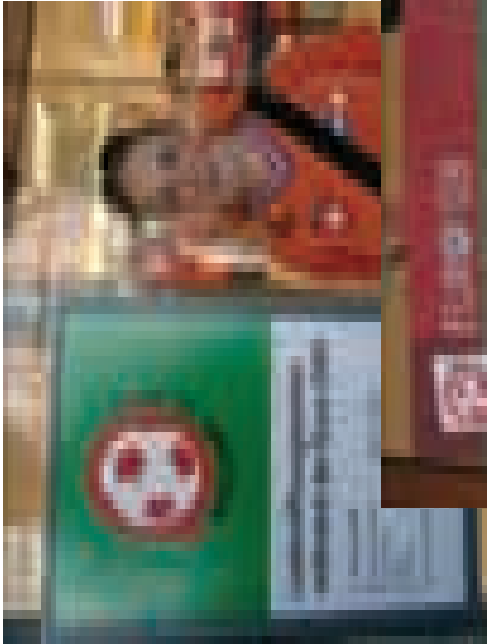
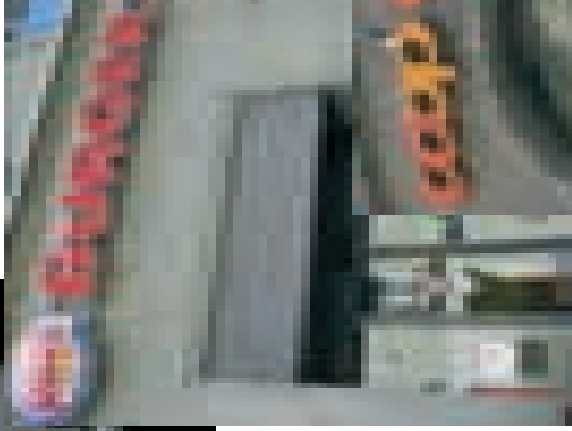


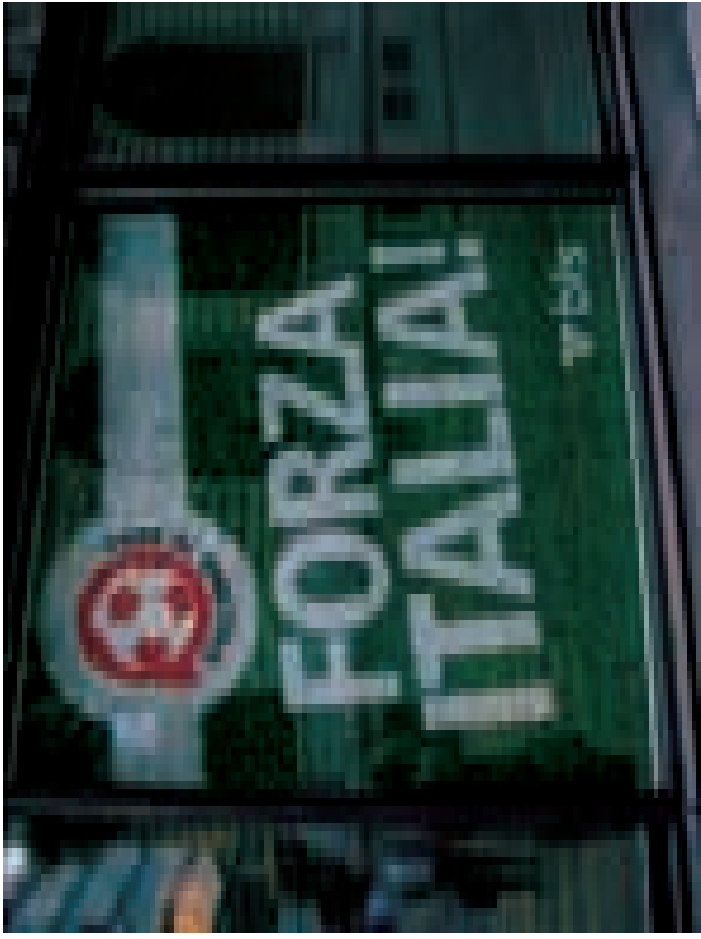
Auswirkungen Welcome to Bern

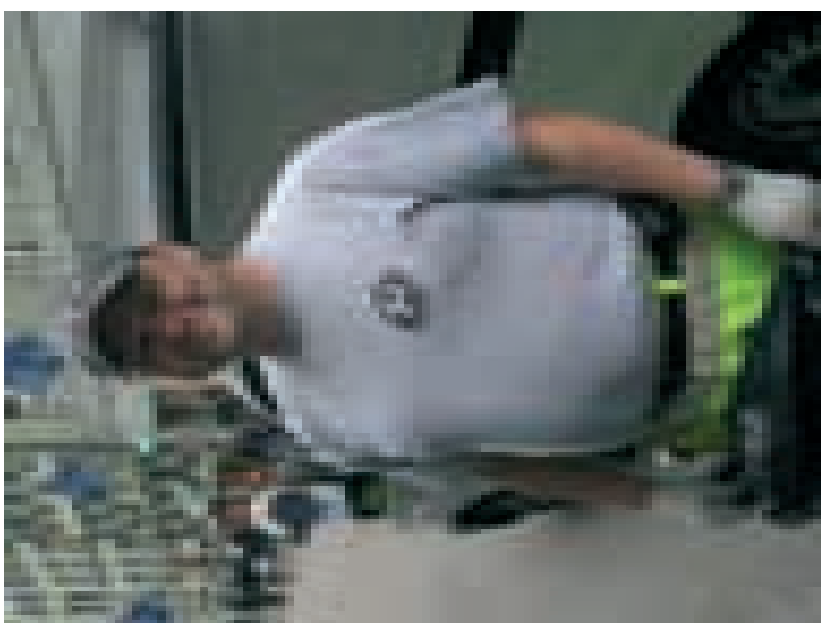
- 20 Organisationen im Gastgeberkonzept integriert
- 250 Stunden Schulungen
- 10.000 Personen geschult
- Tout Bern sagt „**Welcome to Bern**“



bern







bern





bern

Auswirkungen Medienarbeit

- 240 Medienreisen
- Medienzentrum: 720 Akkreditierte
- Globale Abdeckung: Millionenpublikum



Het wonder van Bern



Legioen neemt bezit van Bern



bern

bern, die Hauptstadt von Holland

«Bern geht 1:0 in Führung»

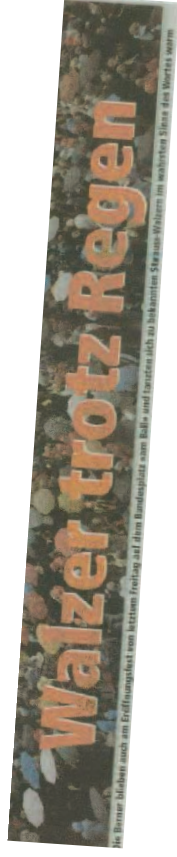
«Holländer statt Kartoffeln anpflanzen»

Eine orange Welle rollt über Bern

Polizei und Oranjes vertrugen sich

«Wie ein Sechser im Lotto»

**Oranjes verwandelten Bern
in eine einzige Riesenparty**



**LE STADE DE WANKDORF
CHAMPION DU SOLAIRE**

Generelle Erfahrungen

- **Euro ist Euro ist Euro**
 - Mit nichts zu vergleichen!
 - Es geht um Fussball, Spass und Fussball, und um Fussball!!
 - Kaum Interesse für Ausflüge /Rahmenprogramme
 - Informationsstände nur in Stosszeiten benutzt
- **Hotellerie**
 - 1-2 Nächte pro Spiel
 - Verschiebung der Logiernächte
 - Stammkunden berücksichtigen

Follow up Markt Holland nach der Euro08

- **Konzept mit Berner Oberland, Kanton & Stadt Bern**
 - Gemeinsame Aktivitäten Herbst 2008 – Ende Wintersaison 2009/2010
 - Nutzung Plattformen von Schweiz Tourismus
- **BET: Fokus MICE und Weekend**
 - Übersetzungen Internet, Image- und Kongressbroschüre, 3 für 2 Flyer (Weekend)
 - Internetkampagne Sommer, zusammen mit Schweiz Tourismus
 - SCIB Event in den Niederlanden
 - Vakantiebeurs (Reisemesse), Auftritt mit Berner Oberland zusammen
 - Zurzeit in Konzeption: Crossmarketingaktion mit grosser Detailhandelsfirma der Schweiz



Langfristiger Nutzen

Langfristiger Nutzen? Ja!

- Auswirkungen Gastgeberkonzept, Medienarbeit (Echo) sowie professionelle Organisation insgesamt:
 - Bern steigert seinen Bekanntheitsgrad!
 - Bern verbessert sein bereits gutes Image noch mehr!
 - Bern ist in aller Munde!
- Zusammenarbeit mit Stadt und Kanton
- Zusammenarbeit mit Partnern unterschiedlichster Branchen, Netzwerk für zukünftige Events
- Erfahrung

Depression? Nicht die Spur!

- **Westside** Eröffnung Oktober 2008
- **Marktbearbeitungskonzept** Holland Herbst 2008
 - Zusammen mit Berner Oberland
- **Hockey WM 2009** Mai 2009
 - Eisbahn auf Bundesplatz
- **Bärenpark Eröffnung** Oktober 2009
- **Stadtfest** Sommer 2010
- **Eiskunstlauf-WM 2011** Januar 2011

KEY PARTNERS BERN TOURISMUS

