

# Workshop

Wir nehmen den Faden wieder auf ...

# Was wurde aus ..?

| Tisch    | Thema                                    | Idee                                                                                                                           | Umsetzung                                                                                                                                                             |
|----------|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Q1       | Weihnatskampagne                         | Fokus auch auf Januar setzen für Weihnachtsessen, Jubiläen und Teamevents                                                      | Wird künftig so in der Kampagnenplanung berücksichtigt                                                                                                                |
| Bleisure | Miet/meet a local                        | Bern-Held:innen treffen, die einen die Stadt zeigen                                                                            | Eine Social Media Reihe ist in der Kampagnenplanung dazu angedacht, in der Locals ihre liebsten (Geheim-) Plätze zeigen. Netzwerk-Einbindung nach Testlauf angedacht. |
| Familien | Günstige / kostenlose Familienerlebnisse | Ein Themenhub für günstige / kostenlose Familienerlebnisse in der Stadt und Region Bern erstellen, Integration von Bauernhöfen | Gratiserlebnisse gibt es bereits und ist Teil der Frühlingskampagne mit Fokus Familie.                                                                                |
| Familien | Begriffsdefinition Familie               | Begriff neu definieren: Auch Alleinerziehende, Gotti, Götti, Grosseltern etc. mitdenken und als Familie begreifen.             | Wird so umgesetzt. Diversere Fotoshootings sind bereits in Planung.                                                                                                   |
| IBWD     | Events                                   | Events für die Internationale Gemeinschaft mit Bern-Vernetzer:innen aufgleisen                                                 | Diverse Ideen stehen im Raum und werden ab März angegangen / geplant.                                                                                                 |
| Kultur   | Mystische Nacht                          | Eine mystische Nacht mit Lichterwegen, Fackel-Spaziergang etc. im Oktober/November organisieren                                | Wird in diesem Jahr mit den Teilregionen besprochen und berücksichtigt in die Planung aufgenommen.                                                                    |
| Kultur   | Kultur-Tinder                            | Gamification für den Themenhub Kunst und Kultur – Welche Institution / Ausstellung passt zu mir?                               | Solche Games sind werden künftig immer wieder eingesetzt, um das vielfältige Angebot zu präsentieren.                                                                 |

# Workshop

| Tisch    | Thema                  | Idee                                                                                                                                                                         | Betreuung       |
|----------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| Frühling | Bärner Familientag     | Ein Tag (oder auch ein ganzes Wochenende), der sich rund um Familien dreht. Spezialangebote für Familien und Kinder.                                                         | Sibylle         |
| Sommer   | Weltrekord             | Bern braucht einen Weltrekord – nur welchen?                                                                                                                                 | Steffi & Hannes |
| Herbst   | Tag der offenen Venues | Einen Tag der offenen Venues zur Besichtigung machen, evtl. verbunden mit einer Rabattaktion für eine bessere ganzjährige Auslastung.                                        | Rahel           |
| Winter   | Januarkalender         | Neue Vorsätze = Neues kennenlernen<br>Jeden Tag eine neue Aktivität in der Stadt und Region Bern vorstellen. An dem jeweiligen Tag eine Spezialaktion bei der/dem Akteur:in. | Janine          |

# Factsheet Visualisierung

1. Idee/Erlebnis
2. Ziele
3. Zielgruppen
4. Ort/Raum
5. Ablauf/Customer Journey
6. Akteur:innen, Netzwerk und Angebote
7. Bern-Faktor
8. Offene Fragen

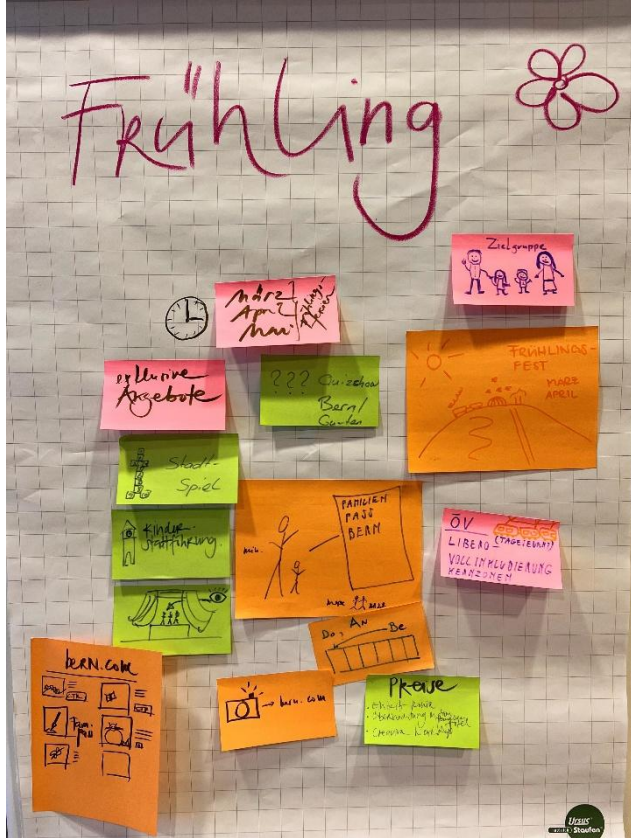
Mini-Regeln für die Visualisierung:

- Pro Gruppe ein Flipchart
- Skizzieren, keine Kunstwerke
- Keine langen Texte



# Tisch Frühling

Adrian & Susanna (StattLand) | Chantal (Gurten) | Leon (dieMobiliar) | Sam (BLS) | Sibylle (Bern Welcome)

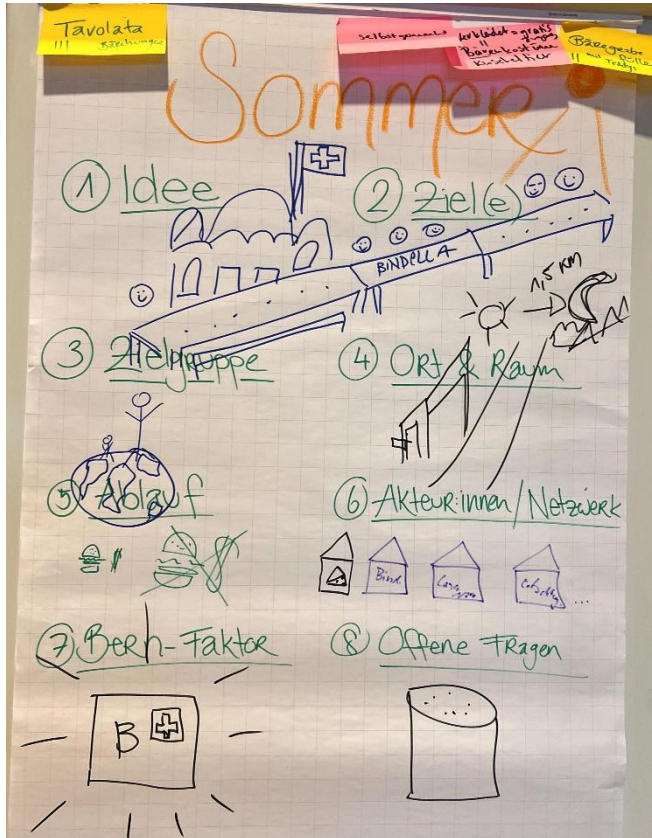


1. Familientag oder -wochenende während den Frühlingsferien mit einem Familienpass (digital und physisch)
2. Familien nach Bern bringen und Angebote bekannter machen
3. Familien (nicht stereotypisch)  
ab 1 Erwachsene + 1 Kind bis 2 Erwachsene + 4 Kinder
4. Bern Stadt im ersten Jahr
5. Digitaler Pass > Angebot direkt buchen oder konsumieren > Gewinnspiel: von Anbieter:in Buchstabe entgegennehmen > nach 3 besuchten Angeboten Lösungswort generieren und via bern.com einsenden > Hub auf bern.com > Akteur:innen definieren ihr Angebot selber
6. Familienfreundliche Hotels / Gurten / BLS / Museen / CT / alle, die mitmachen wollen und passende Angebote haben
7. Alle Angebote
8. –



# Tisch Sommer I

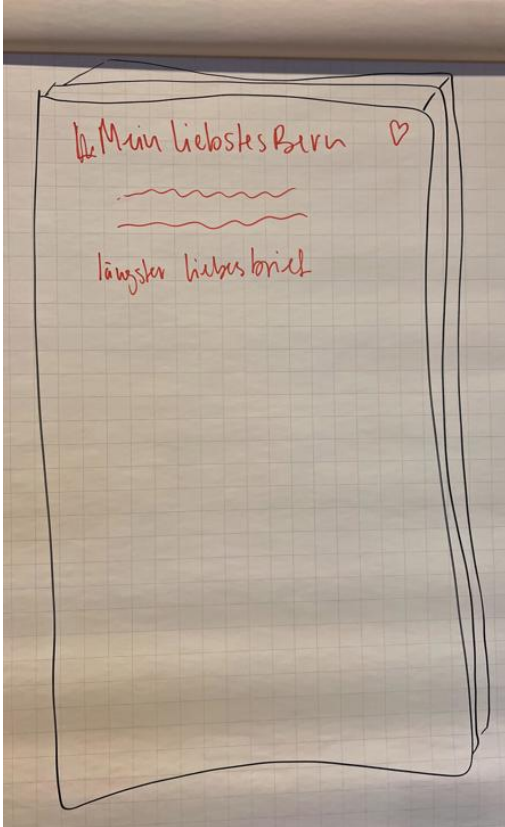
Elena (BHM) | Katja (Creaviva) | Marc (dieMobiliar) | Mihovil (Bindella) | Priska (Gurtenbahn) | Stefanie (Bread à Porter) | Sophie (Harry's Home) | Yvonne (Schloss Thun) | Hannes & Steffi (Bern Welcome)



1. Bern schlägt mit der längsten Tavolata der Welt den aktuellen Weltrekord (Ägypten, 3'189.93 Meter lang für 7'000 Personen, 02.06.2019). Die Idee ist eine Tavolata durch die gesamte Altstadt von Bern – vom Bahnhof bis zum Bärenpark, oder noch weiter. Dabei sollen Leistungsträger:innen aus verschiedenen Branchen involviert sein.
2. Mit dieser Idee soll Bern und sein Rekord in die Welt hinausgetragen werden. Die gemütliche, offene Stimmung wird nach aussen getragen. Die Tavolata soll Menschen zusammen und zum Austausch bringen. Mit dem Verwenden von Resten, soll ein Zeichen gegen Foodwaste gesetzt werden.
3. Die Tavolata soll allen Menschen offenstehen.
4. Durch die gesamte Altstadt. Mal durch die Lauben, mal über Plätze wie der Bundesplatz.
5. Bzgl. Ablauf gibt es verschiedene Ansätze. Eine Möglichkeit wäre alle sind Punkt 12.00 Uhr am Tisch und alle sind still. Dann geht's los und die Menüs werden serviert oder geholt. Eine weitere Option wäre eine Tavolata von Morgen bis am Abend und die Leute kommen und gehen wie sie möchten.
6. Die Tavolata soll möglichst viele Betriebe zum Mitmachen animieren. Von der Bäckerei über Restaurants bis zu Marktständen und selbst mitgebrachtem Picknick.
7. Die Tavolata soll gemütlich und sitzend stattfinden, ohne Zeitbegrenzung pro Gast.
8. Die Idee hat noch gaaaaanz viele offene Fragen.

# Tisch Sommer II

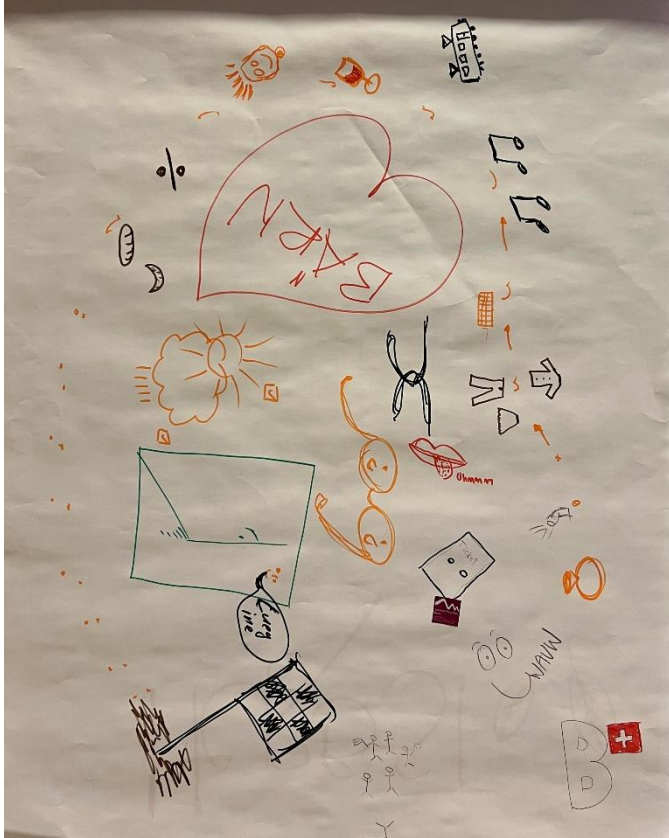
Elena (BHM) | Katja (Creaviva) | Marc (dieMobiliar) | Mihovil (Bindella) | Priska (Gurtenbahn) | Stefanie (Bread à Porter) | Sophie (Harry's Home) | Yvonne (Schloss Thun) | Hannes & Steffi (Bern Welcome)



1. Gäste und Bevölkerung von Bern schreiben den längsten Liebesbrief an die Stadt Bern der Welt – ganz nach dem Motto «I love Bern». Bern Welcome koordiniert und sammelt die Beiträge.
2. Bern hat es verdient den längsten Liebesbrief zu erhalten. Es sollen möglichst viele Menschen mitschreiben und ihre Liebe zu Bern beschreiben können.
3. Das Mitschreiben soll möglichst allen Menschen ermöglicht werden
4. Kann von überall auf der Welt geschrieben und eingesandt werden. Enthüllt wird der Brief in Bern.
5. Schreiben, einreichen, zusammenführen, ausrollen. Vielleicht vorlesen?
6. Offen
7. Liebe zu Bern.
8. Koordination, Umsetzung und vieles Weitere.

# Tisch Herbst

Beat (Creaviva) | Beat (GastroStadtBern) | Eva (Nobile) | Nina (BERNEXPO) | Patrik (Bread à Porter) | Stefan (Harry's Home) |  
Ursula (BernCity) | Rahel (Bern Welcome)

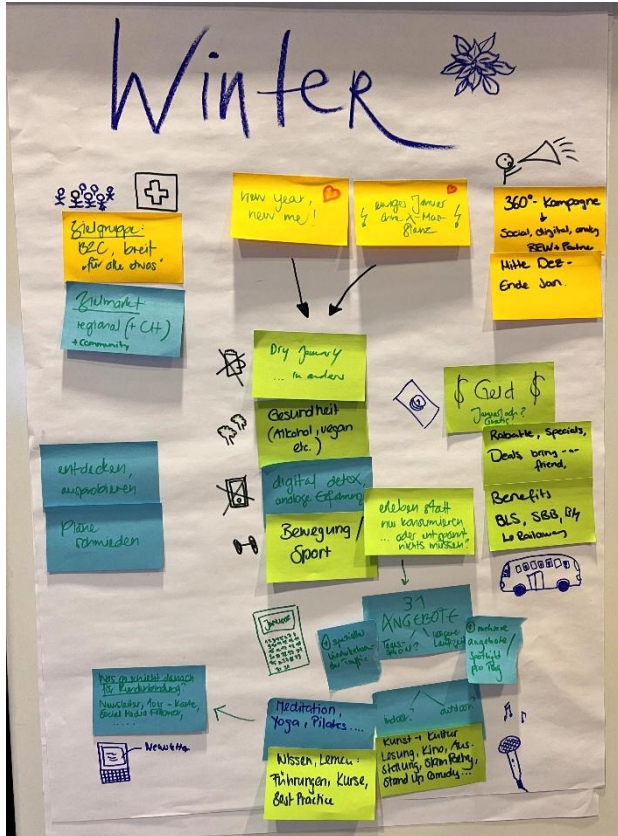


1. Einen Tag der offenen Venues veranstalten, um einerseits die Sichtbarkeit der Betriebe, andererseits Buchungen für Jan/Feb (schwächere Monate) zu erhöhen und die Vielfalt zu präsentieren. Das Erlebnis ist eine oder verschiedene konzipierte Touren zu Betrieben und Behind-the-Scenes-Einblicke.
2. Was wollen wir damit erreichen? Logiernächte stärken eher weniger, es wird auf Locals abgezielt. Aber wichtig: Visibilität. Und attraktive Angebote präsentieren können. Offenheit.
3. Stadt und Region Bern
4. Findet an mehreren Orten statt, mal drinnen, mal draussen. Auf den Touren ist man dezentral unterwegs, die BERNEXPO fungiert als Treffpunkt.
5. Beginnt an unterschiedlichen Startpunkten, so dass die Besucher-Lenkung Sinn macht und nicht alle zum gleichen Zeitpunkt am selben Ort reinschauen möchten. Eventuell am Schluss ein Get-together mit Konzert in der BERNEXPO.
6. Alle Akteur:innen, die am Tisch waren, machen mit. Darüber hinaus muss definiert werden, welche Betriebe sich eignen. Ein Ticket soll CHF 20.00–30.00 kosten.
7. Die Betriebe verkörpern auf ihre Weise das Berner Lebensgefühl.
8. Erst einmal muss ein Konzept geschrieben werden.



# Tisch Winter

Alex (ZPK) | Cornelia (ewb) | Daniel (Stämpfli) | Johanna Sophia (Creaviva) | Nicole (BHM) | Janine (Bern Welcome)



1. 31 Tage lang profitieren Berner:innen und Gäste von attraktiven Angeboten, exklusiven Specials und spannenden Deals (z.B. 2-für-1-Aktionen) für Aktivitäten, Erlebnisse und Ausflüge in der Stadt und in den Teilregionen > um neues auszuprobieren nach dem Motto «New year, new me»! Zudem soll dem Januar neuen Schwung verliehen werden indem eine Vielfalt präsentiert wird.
2. Visibilität & Offenheit – Präsentation von attraktiven Angeboten
3. Stadt und Region Bern, Locals, Schweizer Gäste
4. Bei mehreren Akteur:innen aus Bern, drinnen und draussen.
5. Beginn ist an unterschiedlichen Startpunkten. An jedem Tag etwas Neues. Nach dem Erlebnis sollen die Kontaktdaten gespeichert und kurz von dem Betrieb rückgefragt «wie fandest du den Besuch?» und gleich ein Angebot unterbereitet werden.
6. Insbesondere Freizeitanbieter:innen, Restaurants, Hotels, Eventlocations, Museen, ÖV, ... Jeden Tag ein neuer Deal.
7. Das Berner Lebensgefühl wird in allen Betrieben vermittelt.
8. Beim Konzept werden Fragen sowohl geklärt als auch aufkommen.