

# Vision Strategie Thurgau 2040

**Strategie Thurgau 2040**  
**Online:** [bit.ly/36xy0Qy](https://bit.ly/36xy0Qy)



# Vision

Dorthin soll sich der Thurgau entwickeln

**Leitsatz**



**Andersartiger  
exklusiver Lebens-,  
Wirtschafts- und  
Kulturraum  
am Bodensee**

# Vision

Dorthin soll sich der Thurgau entwickeln

Leitsatz

*fremd*

*abartig*

*abweichend*

*exotisch*

*weg vom Mainstream*

*verschieden*

**Andersartiger  
exklusiver Lebens-,  
Wirtschafts- und  
Kulturraum  
am Bodensee**

*erstklassig*

*teuer*

*nobel*

*aristokratisch*

*ausgesucht*

*vornehm*

*speziell*

*edel*

# «Eine Vision ...»

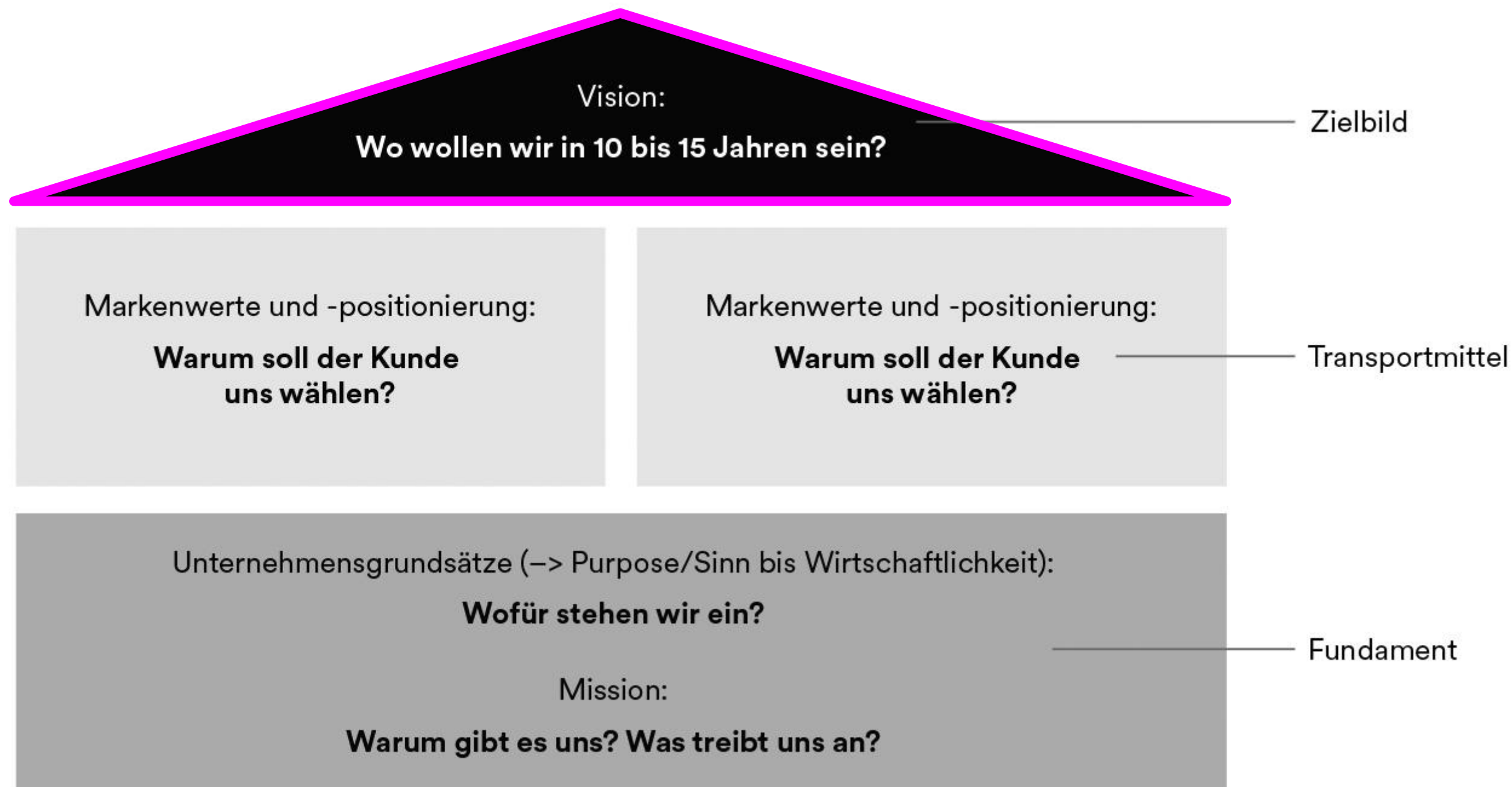
*... ist die Ambition.»*

*... spornt an, motiviert, ein grosses Ziel zu erreichen.»*

*... gibt ein eindeutig formuliertes Ziel vor.»*

*... ist verbindlich.»*

*... ist eine erreichbare Zukunftsprojektion.»*





**Andersartiger  
exklusiver Lebens-,  
Wirtschafts- und  
Kulturraum  
am Bodensee**

*Kann ich das Ziel  
greifen?*

*Spornt mich das an?*

*Ist die Vision  
eindeutig formuliert?*



*Kann ich das Ziel greifen?*



*Spornt mich das an?*



*Ist die Vision eindeutig formuliert?*



The logo for Graubünden, featuring the word "graubünden" in a bold, sans-serif font. The "ü" is stylized with a red and white graphic element. The background is a scenic view of the Swiss Alps with two ibex in the foreground.

# graubünden

Amt für Wirtschaft und Tourismus (AWT)

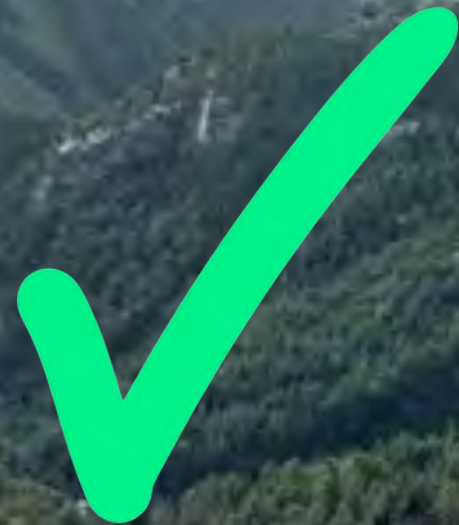
«Wir sind die Naturmetropole  
der Alpen.»



# graubünden

Amt für Wirtschaft und Tourismus (AWT)

«Wir sind die Naturmetropole  
der Alpen.»





Intelligente Mobilität



Innovation & Talente



Leben & Arbeiten



Neue Blaue Ökologie



Bilden & Forschen



Brutal Lokal



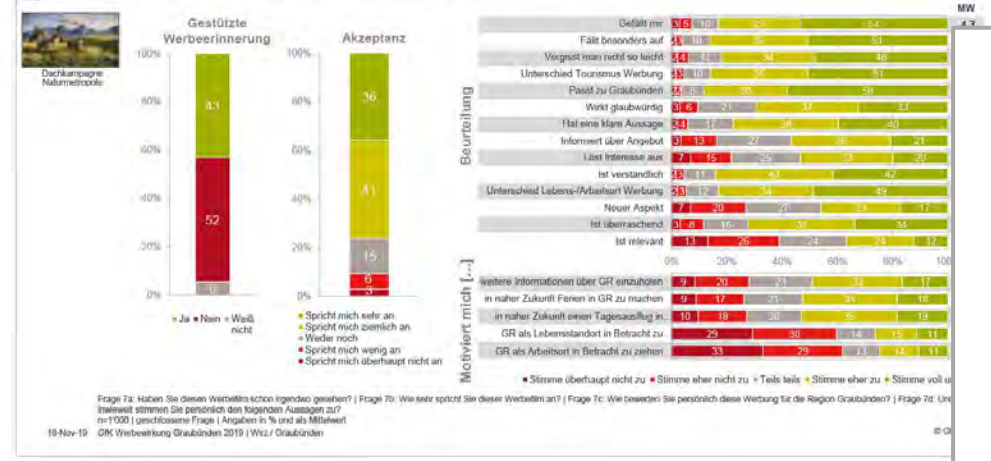
Gesundheit neu definiert



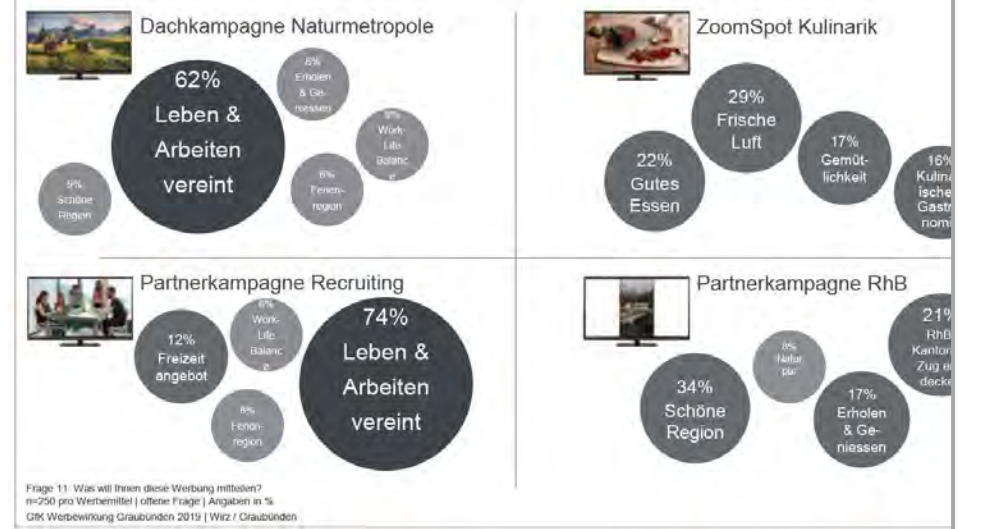
Tourismus Glokal

Highlig

### Bewertung der einzelnen Werbemittel Dachkampagne „Naturmetropole“



### Hauptaussage der Werbung Top 5 Wahrgenommene Aussagen der Werbefilme



Auch als Standortvermarkter sind Gian und Giachen ideale grauübunden-Botschafter: Der Steinbock-Spot »Schaffa« kam in der Schweizer Bevölkerung sehr gut an, die Botschaft »Graubünden ist mehr als nur Ferien« wird verstanden.

clerezza GmbH | Jahresbericht 2019 Marke graubünden

### «Enavant 4.0» Innovation & Talente

**Sieben Hightech-Unternehmen machen gemeinsame Sache**  
Als erste Massnahme mit Partnerbeteiligung konnten sieben führende Industrie- und Technologie-Unternehmen aus dem Bündner Rheintal zwischen Bonaduz und Grüşch für eine gemeinsame Recruiting-Kampagne unter dem Dach der Marke graubünden gewonnen werden – ein Novum. Mit dabei waren die Unternehmen Hamilton (Bonaduz), Oblamatik (Chur), Polycontact (Chur), INTEGRA Biosciences (Landquart), CEDES (Landquart), TRUMPF (Grüşch) sowie Gritec (Grüşch).

«Wir müssen in Zukunft die einmalige Kombination von hoher Lebensqualität und dem spannenden Arbeitsumfeld verstärkt in den Vordergrund stellen», betont Roland Obrist, CEO des im Bereich des Trinkwassermanagements führenden Unternehmens Oblamatik, stellvertretend für alle Kampagnenpartner. «Gemeinsam mit anderen Bündner Technologie-Firmen können wir die nötige Hebelwirkung entwickeln, um mehr Fachkräfte für unsere Region zu begeistern.» Die Unternehmen werden auf der Content-Plattform mittels spannender Porträts von Mitarbeitenden vorgestellt, welche wiederum in der Deutschschweiz und in Süddeutschland online bei der Zielgruppe beworben wurden.



Ein Novum bei der Kommunikationsoffensive der Marke graubünden: Sieben international ausgerichtete, führende Tech- und Industrieunternehmen mit Standort im Bündner Rheintal und im vorderen Prättigau spannen für eine gemeinsame Image- und Recruiting-Kampagne im Rahmen von Enavant 4.0 zusammen.



«Gemeinsam mit anderen Bündner Technologie-Firmen können wir die nötige Hebelwirkung entwickeln, um mehr Fachkräfte für unsere Region zu begeistern.»  
Roland Obrist, CEO Oblamatik



Der Leben-Arbeiten-Konfigurator  
Hier kann man Leben und Arbeiten kombinieren



Kanton Wallis - Dienststelle für Wirtschaft, Tourismus, Innovation

«Zusammen bauen wir ein wachsendes, offenes, dynamisches, diversifiziertes und attraktives Wallis.»

*Kann ich das Ziel greifen?  
Sport mich das an?  
Ist die Vision eindeutig formuliert?*





Branchenverbände



Industrie & Gewerbe



TV « Ode ans Wallis »



Print: Wallis  
Magazin



Digital: WEB & SOM



Videoclips Recto Perso

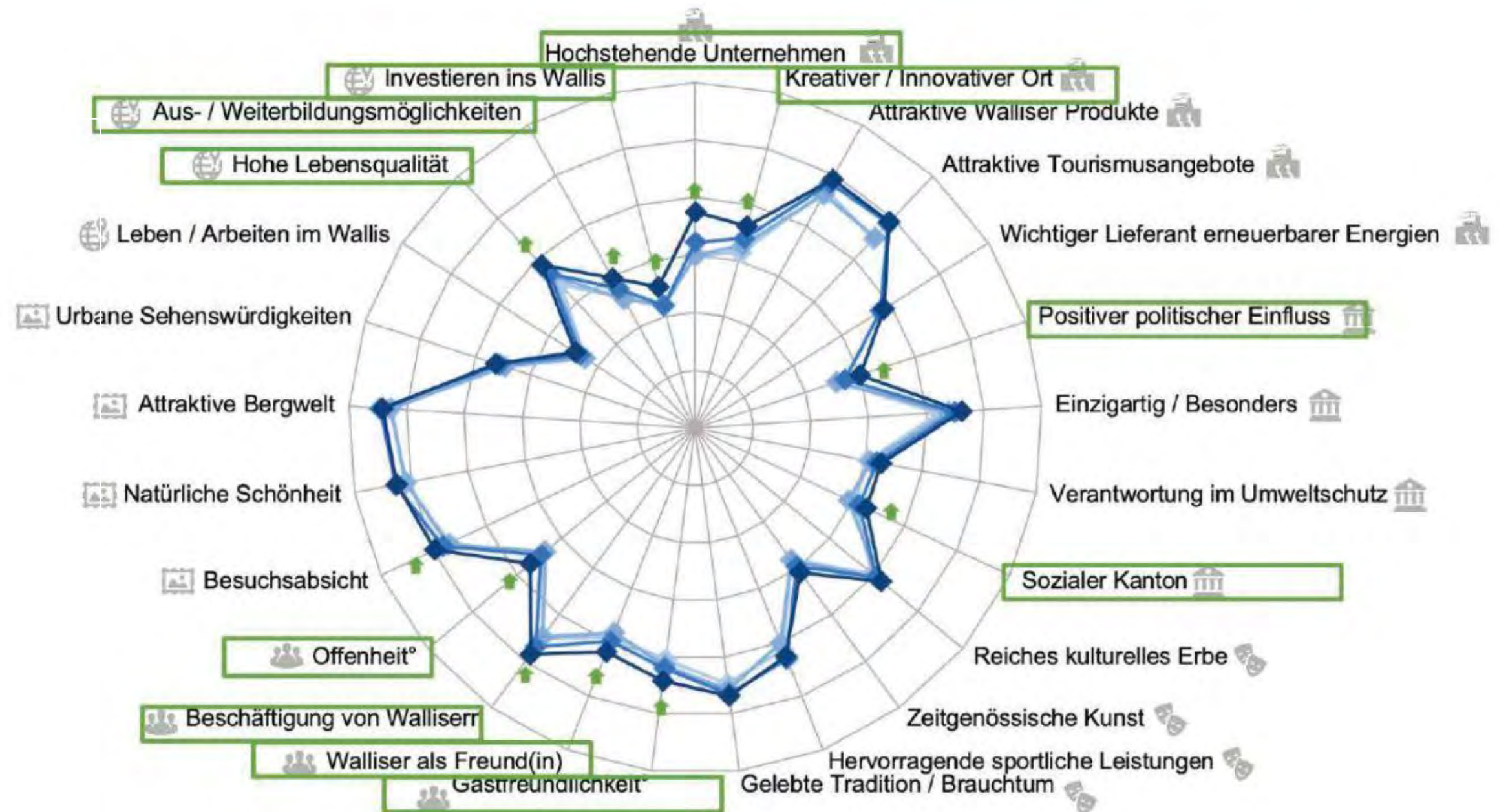


Film Paradies



Klub der Unternehmen

«Das Wallis  
ist so bekannt,  
wie noch nie.»



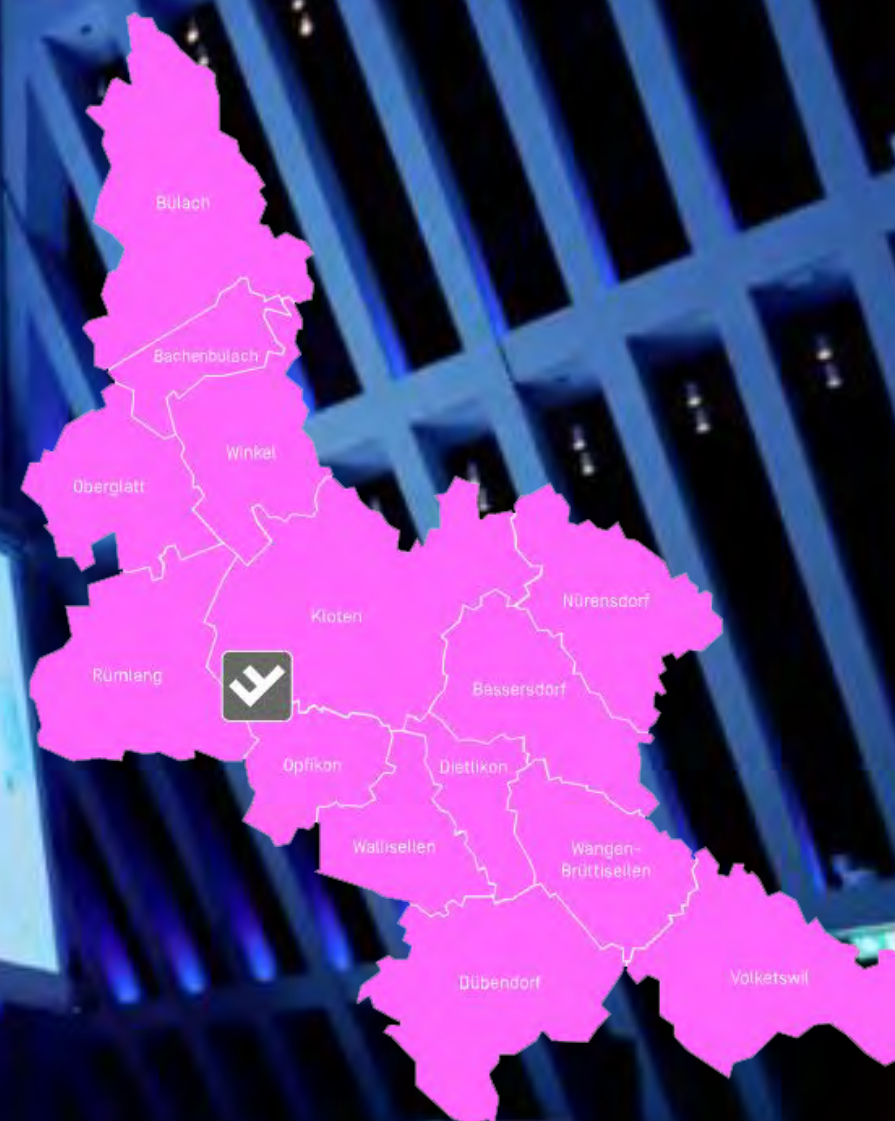
**Willkommen  
bei House  
of Winterthur.**

*Kann ich das Ziel greifen?  
Sporn mich das an?  
Ist die Vision eindeutig formuliert?*

Standortmarketing Winterthur

«Bis 2030 präsentieren wir uns als **über-  
raschendster und selbstbewusster Teil  
des Standorts / der Destination Zürich.»**»





## Flughafenregion Zürich

«Wir sind das führende Wirtschaftsnetzwerk für Unternehmen und Politik in der Flughafenregion Zürich. Wir schaffen dauerhaften Mehrwert durch Vernetzung und Standortentwicklung im attraktivsten Wirtschaftsraum der Schweiz.»



ABB

UBS

Swiss Life

CIRCLE

dormakaba

gustaf

hilti

hilti

hilti

hilti

hilti

hilti

hilti

hilti

hilti

hilti

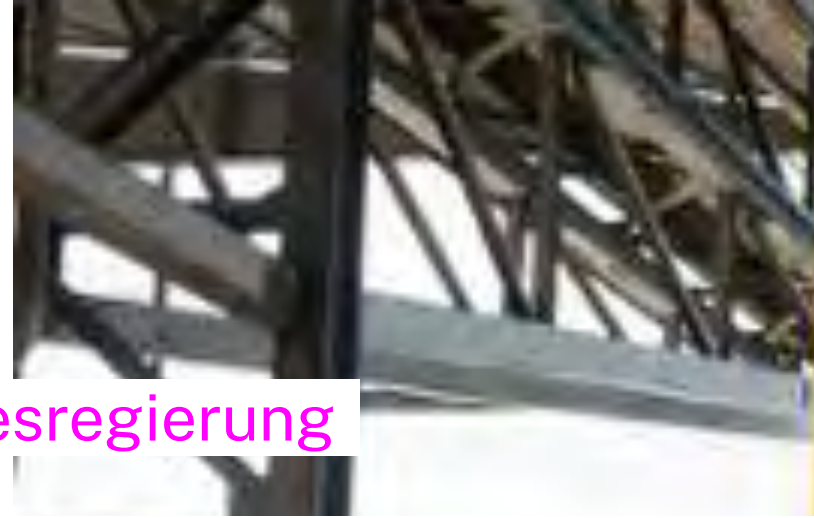
hilti

hilti

open  
thurgau

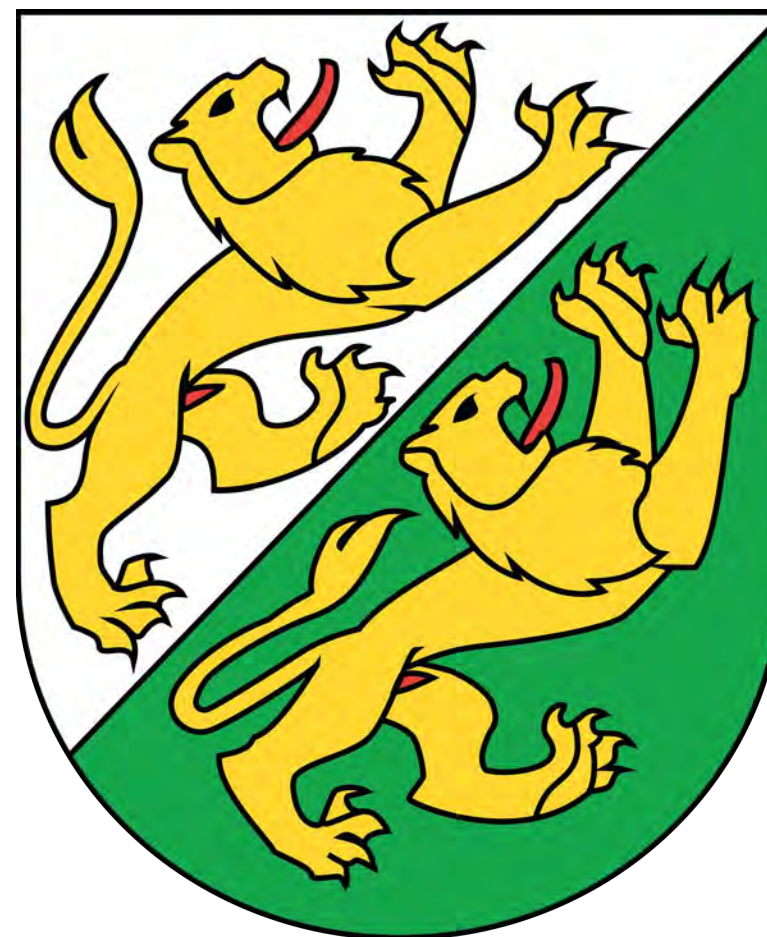
Innovationspolitik Landesregierung

«Wir möchten, dass Baden-Württemberg  
weltweiter Technologieführer bei intelligenten,  
ressourcen-sparenden und klimaschonenden  
Technologien wird.»





Ohne klares  
Bild der  
Vergangen  
heit...



... kein  
klares Bild  
für die  
Zukunft.