

Bern, 15. April 2011

Medienmitteilung

Mit viel Schwung und neuem Namen in die Zukunft

Die Bernischen Messeunternehmen haben ein weiteres wichtiges Etappenziel ihrer Entwicklungsstrategie erreicht: Im Rahmen der Eröffnung der neuen Messehalle NAHA 2+ gaben sie den Namenswechsel von BEA bern expo zu BERNEXPO bekannt. Unter der Dachmarke BERNEXPO GROUPE treten zusätzlich die beiden Submarken BERNEXPO EVENTS und BERNEXPO CONGRESS auf. Die neue Wort- und Bildmarke ist ab sofort im Einsatz, die Umfirmierung wird ebenfalls vollzogen. Begleitet wird der Namenswechsel von einer kompletten Umgestaltung des Erscheinungsbildes.

Zeitgleich mit der Eröffnung der neuen Messehalle NAHA 2+ gaben die Bernischen Messeunternehmen heute die Lancierung eines neuen Unternehmensnamens und -auftrittes bekannt. Ab sofort tritt die BEA bern expo unter der Marke BERNEXPO auf. Dieser aus unternehmerischer Sicht richtige und wichtige Schritt hat mehrere Gründe. Mit dem Namenswechsel wird der Verwechslung des Unternehmens mit der Frühlingsmesse BEA entgegen gewirkt, oder um es anders auszudrücken: Wo BEA drauf steht, soll zukünftig nur noch BEA drin sein. Die Marke BEA verschwindet somit zwar aus der Unternehmensmarke, soll aber weiterhin in Zusammenhang mit der Frühlingsmesse zum Einsatz kommen, eben dort, wo BEA drin ist. Der eigentliche Hauptgrund für den Namenswechsel liegt in der strategischen Ausrichtung des Unternehmens. Mit der Marke BERNEXPO signalisiert der Berner Messe-, Kongress- und Eventplatz die Stärkung seiner Rolle als selbstbewusster Player im Schweizer Live-Kommunikationsmarkt. Grafisch kommt dies im Logo nicht nur an der roten Farbe, sondern auch am Symbol des Schweizerkreuzes zum Ausdruck. Nichts desto trotz sollen die Wurzeln zur Heimbasis Bern nicht verloren gehen – ausgedrückt durch die Verankerung von Bern im Unternehmensnamen.

Die Dachmarke BERNEXPO weist den Zusatz GROUPE auf. Als Zeichen der Brückenfunktion zwischen der Deutschschweiz und Romandie bewusst in Französisch gewählt, vereint GROUPE die Geschäftsfelder Messen, Kongresse und Events sowie die Gesellschaften und Tochterunternehmen unter einem Dach. Weiter sieht die Markenarchitektur zwei Submarken vor, es sind dies EVENTS und CONGRESS. Beide Submarken werden in den jeweiligen Geschäftsfeldern aktiv nach Aussen getragen.

Die Umfirmierung der BEA bern expo AG in BERNEXPO AG wird ebenfalls vollzogen. Die beiden weiteren Gesellschaften, die Messeholding Bern AG sowie die Messepark Bern AG, vollziehen keinen Namenswechsel, sie treten weiterhin unter denselben Namen auf.

Neues Logo und Erscheinungsbild

Der neue Schriftzug BERNEXPO ist klar, schlicht und gut lesbar. Rot als Farbe von Bern und der Schweiz assoziiert Dynamik und Energie. Das «O» als Symbol des Treffpunktes erscheint als grafisches Element auf den Kommunikationsmitteln des Unternehmens und schafft so Wie-

dererkennung. Die beiden Punkte im Anschluss an den Schriftzug symbolisieren zum einen die beiden Sprachregionen Deutschschweiz und Romandie, an deren Schnittstelle sich die BERNEXPO bewegt, und zum andern die Ausstrahlung über Bern hinaus. Das Schweizerkreuz ist sowohl Zeichen für den Standort in der Schweizer Hauptstadt als auch ein Plus – nämlich das Plus, das die BERNEXPO ihren Kunden bietet.

Begleitet wird der Namens- und Logowechsel von der kompletten Umgestaltung des Erscheinungsbildes. Neu prägt die Farbe Rot den Unternehmensauftritt, ergänzt durch das grafische Treffpunkt-Symbol. Eine neue Bildwelt soll den Messe-, Kongress- und Eventplatz zukünftig spür- sowie erlebbar machen und Emotionen transportieren.

Selbstbewusster Auftritt

Mit der Bekanntgabe des neuen Namens und der Einweihung der neuen Infrastruktur realisiert die BERNEXPO zwei zentrale Etappenziele ihrer Entwicklungs- und Modernisierungsstrategie. Beide Elemente leisten einen selbstbewussten Beitrag zur Messestadt Bern.

Für weitere Fragen stehen Ihnen zur Verfügung:

Roland Brand

CEO | Kontakt via Mediendienst +41 31 340 11 46 oder +41 79 508 13 59

Dr. Peter Niederhäuser

Verwaltungsratspräsident Messepark Bern AG | Kontakt via Mediendienst +41 31 340 11 46 oder +41 79 508 13 59

Die neue Messehalle NAHA 2+

Mit einem Festakt wurde heute die neue Messehalle NAHA 2+ offiziell eröffnet. In kurzer Zeit wurde damit ein komplexes Bauprojekt realisiert, dies bei laufendem Veranstaltungsbetrieb. Die neue Halle besticht durch ein hohes Mass an Flexibilität und bietet Veranstaltern moderne Infrastruktur.

Der Startschuss zum dreiphasigen Bauprojekt fiel Ende August 2009. In einer ersten Phase wurden diverse Vorbereitungsarbeiten geleistet und mit der Erstellung des neuen Restaurants «Henris Restaurant & Lounge» ein wichtiges Zwischenziel erreicht. Im Mai 2010, direkt nach der Frühlingsmesse BEA/PFERD, startete die Hauptbauphase, in der die neue Halle gebaut wurde. Die Eckpunkte des Projektes: Zwei Geschosse, ein neuer Haupteingang mit markantem Vordach, drei neue Messerestaurants, eine neue Zugangssituation für Kongresskunden und ein neues Foyer im Kongressgeschoss. Die Hauptbauphase dauerte etwas weniger als 12 Monate – ein in zeitlicher Hinsicht ehrgeiziges Projekt. Mit der dritten und letzten Bauphase wird das Projekt schliesslich bis im Herbst 2011 abgeschlossen. Es handelt sich dabei um vereinzelte Anpassungsarbeiten.

Viel Flexibilität – mehr Platz

Die Besucherinnen und Besucher betreten via Haupteingang das grosszügige Eingangsfoyer, das den Zugang in alle drei Gebäude beziehungsweise sieben Hallen erlaubt. Die verglaste Galerie gibt den Blick in das Untergeschoss frei. Zentral angeordnete Rolltreppen führen ins Unter- sowie Obergeschoss und garantieren einen flüssigen Besucherstrom. Weiter zeichnen sich die Hallen durch ihre Vielseitigkeit und Flexibilität aus, sind sie doch für gleichzeitig stattfindende Veranstaltungen nutzbar; dasselbe gilt im Übrigen für die Gastronomiebetriebe Brasserie Bernoise, Mercato und Intermezzo im Unter- sowie Obergeschoss. Auch die Haustechnik befindet sich nun auf dem neuesten Stand: Für Heizung und Kühlung kommt ein so genanntes Erdregister zum Einsatz. Das Erdregister ist ein Speicher im Erdreich, welcher sich die Temperaturschwankungen zwischen Tag und Nacht aber auch zwischen den Jahreszeiten zunutze macht und Wärme respektive Kälte abgibt, wenn sie benötigt wird. Durch die neue Haustechnik können zwei Drittel des Heizgases im Winter und 75 Prozent des Stroms für die Kühlung im Sommer eingespart werden.

Am meisten ins Auge sticht mit Sicherheit das neue 110 Meter lange und mit hinterleuchteten Glaselementen versehene Vordach, das Besucherinnen und Besuchern einen würdigen Empfang auf dem Messeplatz bietet.