



v.l. Toni Nicolaci, Francine Schaufelberger, Svenja Keller, Andrea Sterchi, Barbara Steinmann, Alain Marti, Andrea Hueber, Lorenz Blaser, Albrecht Kochte, Ursula Flück-Arbeiter

## 42. GENERALVERSAMMLUNG DER INNENSTADT-GENOSSENSCHAFT THUN (IGT) Neuer Name und Auftritt: THUNcity



Jürg Messerli, Ursula Flück-Arbeiter, Patrick Haldemann, Alain Marti



Toni Nicolaci, Alberto Abdad, Tom Christen



Thomas Tschui, Walter Bartlome, Thomas Krebs



Patrick Aeschbacher, Brigitte Aeschbacher, Louis Krebsler



Manfred Fasnacht, Peter Loosli, Bernhard Schaufelberger



Adrian Bieri, Margrit Bieri, Urs Wenger



Peter Fuster, Katrin Fuster-Burger, Urs Stucki



Roger Moser, Franziska Luginbühl, Jürg Berger



Barbara Steinmann, Daniela Tanner



Urs Marti, Francine Schaufelberger



Simon Sutter, Yvonne Schediwy

Neuer Name für die Cityorganisation, neue Zeiten für den Abendverkauf und eine Geschenkkarte auf Rekordkurs: In der Thuner Innenstadt tut sich einiges.

Frohe Kunde für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der 42. Generalversammlung der Innenstadt-Genossenschaft Thun (IGT): Die IGT verpasst sich nämlich einen neuen, einheitlichen Auftritt. Ab sofort kommuniziert die Cityorganisation nur noch mit dem Namen THUNcity. Entsprechend werden Logo, Webseite [www.thuncity.ch](http://www.thuncity.ch) und alle SocialMedia Kanäle überarbeitet. Der rechtliche Name «Innenstadt-Genossenschaft Thun» bleibt bestehen.

Präsident Alain Marti bedankte sich an der Versammlung im Kino Rex bei den Kundinnen und Kunden der Thuner Innenstadt, die während den beiden Corona-Jahren für ihre Einkäufe der Innenstadt die Treue hielten und so mithalfen, ein attraktives Laden- und Restaurantangebot sowie Arbeits- und Ausbildungsplätze zu erhalten. Gleichzeitig stützt THUNcity den Entscheid der Geschäfte, den traditionellen Abendverkauf am Donnerstag künftig bis um 20 Uhr durchzuführen.

Gerade auch mit Blick auf Corona lag der Fokus 2021 auf Marketing-Aktionen zur Unterstützung der Geschäfte und Restaurants. Alain Marti erinnerte an die Event-Reihe «Z'Thun louft oppis» in der zusammen mit dem Stadtmarketing, Thun-Thunersee Tourismus und dem Schloss Thun ein abwechslungsreiches Sommerprogramm zusammengestellt wurde. Eine Aktion, die 2022 wiederholt werden soll. Auch der Christmas Event als Start in die Adventszeit war gemäss Marti trotz Corona-Auflagen ein Erfolg. «Der Weihnachtsbaum auf dem Rathausplatz leuchtet weit über Thun hinaus, es ist wohl der Schönste weit und breit.»

Auf Rekordkurs befindet sich die digitale Geschenkkarte zwei Jahre nach der Einführung. 2021 wurden Karten im Wert von insgesamt 2,2 Millionen Franken gekauft. Nicht nur von Privaten, sondern auch von Sozial- und Gesundheitsinstitutionen oder KMUs, die ihren Mitarbeitenden als Dank für das schwierige Coronajahr THUNcity-Karten schenken. Die acht erfolgreichsten Verkaufsstellen wurden an der GV ausgezeichnet und mit je einem Zvieri-Korb belohnt.

Gemäss der Geschäftsführerin, Ursula Flück-Arbeiter, befasst sich THUNcity im neuen Geschäftsjahr mit der Neuorganisation der Weihnachtsbeleuchtung. Die Finanzierung soll breiter aufgestellt und abgestützt werden. Zur Eindämmung des Leerstandes bei Ladenlokalen und zur Attraktivierung der Thuner Innenstadt entsteht eine neue Pop-up Plattform. Ebenfalls finden auch im aktuellen Geschäftsjahr diverse Marketingaktionen, wie der Kundenbindungsanlass «Thun genießt» statt.

Flück warb zudem für die THUNcity SocialMedia Kanäle (Facebook, LinkedIn und Instagram) und den THUNcity-Newsletter: Die Anmeldung erfolgt über [www.thuncity.ch](http://www.thuncity.ch). «Abonnentinnen und Abonnenten erfahren Neuigkeiten rund um Einkaufen und Gastronomie wie Geschäftseröffnungen, Events oder attraktive Wettbewerbe und Verlosungen, Aktionen und Einkaufstipps.

Text: THUNcity

Fotos: Gerry Mumenthaler, Thuner Anzeigenzeiger