

Generalversammlung von Valais/Wallis Promotion

Mehrwert für die Walliser Wirtschaft schaffen

Naters, 18. Mai 2017. Anlässlich der vierten Generalversammlung präsentierte Valais/Wallis Promotion (VWP) am Donnerstag in Naters einen Rückblick auf das vergangene Geschäftsjahr. Gleichzeitig unterstrich die kantonale Promotionsorganisation die Bedeutung einer verstärkten kantonsweiten Kooperation, um den aktuellen und zukünftigen Herausforderungen zu begegnen. Das Geschäftsjahr 2016 war geprägt von bedeutenden Fortschritten bei Projekten wie dem „Veloland Wallis“, von einer stärkeren Einbindung der Wirtschaft in das kantonale Standortmarketing sowie dem Zusammenschluss verschiedener Destinationen und Leistungsträger für den Verkauf von Produkten auf asiatischen und amerikanischen Märkten. Entsprechend liegt der Fokus von VWP in Zukunft auf der Entwicklung von überregionalen Erlebnissen und der Weiterentwicklung der Promotion hin zum gemeinsamen Verkauf. Letzteres erlaubt eine stärkere Berücksichtigung der gesamten Wertschöpfungskette. Innerhalb des Basisauftrags - der Imagekommunikation - setzt VWP auf Kontinuität in den wichtigsten Märkten, allen voran der Schweiz, und einen entsprechend hohen Wiedererkennungswert für die Marke Wallis. Damit schafft VWP zusammen mit den verschiedenen Partnern einen nachhaltigen Mehrwert für die Walliser Wirtschaft.

Anfang 2016 lancierte VWP die Buchungsplattform OpenBooking. Sie vereint das Hotellerie- und Parahotellerieangebot im Kanton und erlaubt eine vereinfachte Buchung von inzwischen 12'000 Unterkünften. VWP arbeitete darüberhinaus mit zahlreichen weiteren Aktivitäten an der Vermarktung des Wallis als einzigartige Tourismusregion. Die kantonale Promotionsorganisation engagierte sich aber auch für mehr Visibilität des Wallis als attraktiven Arbeits- und Lebensraum. Eine mehrjährige Partnerschaft mit der Lonza war der erste Schritt für eine engere Einbindung der Wirtschaft in die Vermarktung des Wallis. „Ziel dieser Art von Kooperationen ist es, den Austausch mit und zwischen den Unternehmen zu intensivieren und dadurch gemeinsam zu einer Imagestärkung des Wallis als attraktiven Wirtschaftsstandort beizutragen“, erklärt Damian Constantin, Direktor von Valais/Wallis Promotion. Im Vordergrund steht die gegenseitige Einbindung in die regionalen, nationalen und internationalen Kommunikationskanäle von VWP und seinen Partnern.

Ein weiterer wichtiger Meilenstein und emotionaler Höhepunkt des vergangenen Jahres war die Tour de France: Unzählige Velobegeisterte verfolgten die Ankunft in Finhaut-Emosson. VWP nutzte bereits im Vorfeld die hohe Visibilität dieses Events, um das Wallis als Referenzregion für Velo- und Bike-Begeisterte im In- und Ausland zu positionieren. Hierzu gehörte unter anderem die Entwicklung verschiedener attraktiver Velo-Routen und deren Zusammenführung in eine Wallis Velo Karte in Zusammenarbeit mit dem Radrennprofi Steve Morabito. In enger Kooperation mit den kantonalen Dienststellen, den Wirtschaftsantennen, diversen Destinationen und weiteren Partnern wurde ausserdem eine kantonale Velo- und Bike-Strategie aufgesetzt und verabschiedet. Darüber hinaus war VWP an verschiedenen namhaften Promotionsveranstaltungen für Velo- und Bikeinteressierte im In- und Ausland präsent. „Dass unsere Region für das berühmteste Radrennen der Welt ausgewählt wurde, ist keine Selbstverständlichkeit. Die Passion einiger weniger Personen war hierfür entscheidend. Es ist auch Beweis dafür, dass das Wallis alle

Trümpfe in der Hand hält, um zukünftig eine Destination mit internationaler Ausstrahlung für Velofans zu werden“, so Damian Constantin.

Die Promotion von Wallis-Erlebnissen beschränkte sich aber nicht nur auf das Themenfeld Velo/Bike, sondern umfasste auch diverse Aktivitäten rund um die Fokusthemen Familien, Wintersport, Gastronomie, Weinreisen, Wandern und Betriebsbesichtigungen. Dabei hatte jeweils die Einbindung der Partner aus den verschiedenen Sektoren oberste Priorität. „Im heutigen herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld, geprägt von Beschleunigung und Globalisierung, kann eine Promotionsorganisation alleine nicht erfolgreich sein. Wir müssen mehr den je unsere Kräfte bündeln und uns zu einer gemeinsamen Vision für das Wallis bekennen,“ sagte Karin Perraudin, Präsidentin von VWP, anlässlich der Generalversammlung.

Sie nutzte die Gelegenheit auch für einen kurzen Rückblick auf die Ende 2016 abgeschlossene erste Vierjahres-Periode von VWP. Die Etablierung einer effizienten internen Organisation sowie die Definition der Strategie waren erste wichtige Meilensteine. Die strategische Ausrichtung basierte dabei auf einer eingehenden Marktanalyse. Die Definition der wichtigsten Kundengruppen und deren Besuchsmotive resultierten in der Entwicklung von Fokusthemen und damit verbundenen Erlebnissen. Diese Grundlagenarbeit wurde von zahlreichen Aktivitäten im In- und Ausland wie der Imagekampagne „Wallis. Ins Herz gemeisselt“ begleitet. Der Erfolg dieser Kampagne zeigte sich nicht zuletzt in einer signifikanten Steigerung der Bekanntheit der Marke Wallis. „VWP ist eine noch junge Organisation, die es in kurzer Zeit geschafft hat, ihre Strategie mittels zahlreicher zielgerichteter Massnahmen umzusetzen. Ich bin stolz auf die Arbeit des Teams von VWP und all seinen Partnern. Trotz diversen Herausforderungen bin ich überzeugt davon, dass wir gemeinsam einen echten Mehrwert für unsere Region schaffen können - zugunsten unserer Besucher, Kunden und zum Vorteil der gesamten Walliser Wirtschaft“, so Karin Perraudin.

Zusätzliche Informationen

Den Jahresbericht 2016 und die Präsentation der Generalversammlung finden Sie unter <https://www.valais.ch/de/info/medien/dokumentation>

Kontaktperson

Andrea Bärwalde,
Corporate Communications
Valais/Wallis Promotion
presse@valais.ch
027 327 35 89