

MEDIENMITTEILUNG

Generalversammlung Valais/Wallis Promotion

Das Wallis ist im Aufbruch!

Sitten/Lens, 23. Mai 2014. **Valais/Wallis Promotion (VWP), die neue intersektorische Promotionsunternehmung des Wallis, hat heute bei ihrer Generalversammlung in Lens die Konkretisierung ihrer Promotions- und Kommunikationsstrategie sowie die Bilanz des ersten Betriebsjahres präsentiert. Tourismus, Landwirtschaft, Industrie und Handel: Diese Sektoren sind unter der Dachkommunikation der Marke Wallis vereint. Sie profitieren heute von einer neuartigen Promotion, die schlussendlich für den gesamten Kanton einen Mehrwert darstellt. Die globale Strategie von VWP basiert auf einer einheitlichen Markenpräsenz, ist innovativ und zielt darauf ab, sich innerhalb eines starken Wettbewerbsumfelds zu differenzieren. Optimierung der Synergien, effiziente Ausrichtung auf die Kunden und die aktive Gestaltung des Walliser Images: Der eingeschlagene Weg von VWP eröffnet dem Kanton ausgezeichnete Perspektiven. Die neue Kommunikationslinie, repräsentiert durch den Slogan „Wallis. Ins Herz gemeisselt“, stützt sich auf die Werte der Marke Wallis und veranschaulicht ein Wallis im Aufbruch. Digitale Plattform, TV-Spot, Broschüren, etc.: Die Kommunikation des Wallis ist im Wandel, um sich klar abzuheben.**

„Die Präsentation dieser neuen Kommunikationslinie stellt eine Schlüsseltappe für unsere Unternehmung dar. Während dem letzten Jahr wurden grosse Anstrengungen unternommen, um einerseits die Fortführung der Marktaktivitäten zu gewährleisten und andererseits die neue Vision für das Wallis zu entwickeln. Ich freue mich, heute die konkreten Resultate dieses herausfordernden Jahres zu präsentieren, welche unserem Kanton ausgezeichnete Perspektiven eröffnen. Diese Generalversammlung ist nicht nur ein Beginn, sondern auch ein starkes Zeichen für die Zukunft: **Das Wallis ist im Aufbruch!**“, erklärt Karin Perraudin, Präsidentin von VWP. Die Kräfte für ein wettbewerbsfähigeres Wallis vereinen, und zwar rund um die beiden Hauptachsen **Intersektorialität und Stärkung des Images der Marke Wallis**. Das ist die Grundidee der Aktivitäten von VWP. Früher existierten mit der Walliser Landwirtschaftskammer, der Walliser Industrie- und Handelskammer, Wallis Tourismus und dem Verein Marke Wallis einzelne Sektoren und Promotionsorgane. Neu profitiert der Kanton Wallis von einer gemeinsamen und übergreifenden Promotion.

Wer sind unsere Kunden?

Dieser Paradigmenwechsel bezüglich Promotion bringt eine komplette Neudefinition der Ziele und der Imagestrategie des Wallis mit sich. Um dies zu erreichen, stützt sich VWP auf zwei Referenzinstrumente, damit die Aktivitäten bestmöglich ausgerichtet und die vorhandenen Potenziale optimiert werden können. „Um richtig und nachhaltig zu handeln, müssen wir uns zwei Fragen stellen: Was wissen wir von unseren Kunden? Welches sind die potenziellen Märkte für das Wallis?“, so Damian Constantin, Direktor von VWP. Deshalb hat VWP eine **umfassende Kundensegmentierung** durchgeführt, welche die Zielgruppen und deren Erwartungen erfasst, damit die Entwicklung unserer Angebots- und Promotionskampagnen richtig ausgerichtet werden. Zusätzlich wurde im Februar 2014 eine **Imagestudie** durchgeführt. Das Resultat ist erstaunlich: **Rund die Hälfte der Schweizer Bevölkerung hat das Wallis selten oder sogar noch nie besucht**. Entsprechend ist die Wahrnehmung des Wallis durch Klischees und die Berichterstattung in den Medien beeinflusst. Das Image des Wallis ist zurzeit also oft von aussen bestimmt. Das Ziel von VWP ist es, das Image des Wallis durch eine aktive Kommunikation positiv zu beeinflussen.

Die Gelegenheiten packen und das Wallis voranbringen

„Dieses bessere Kundenverständnis stellt eine solide Basis dar, auf der wir die neue Vision für das Wallis bauen. Und das Potenzial ist riesig! Es liegt an uns, diese Chancen für das Wallis zu packen und die Zügel unserer Imagegestaltung selbst in die Hand zu nehmen. Wie? Indem wir unsere eigenen Geschichten erzählen und uns auf die starken Synergien innerhalb unseres Kantons stützen. Wenn wir alle am gleichen Strick ziehen, wird das Wallis an Einfluss gewinnen“, erklärt Karin Perraudin, Präsidentin von VWP. Die Marke Wallis mit seinen zentralen Werten bildet als solche die Grundlage für diese neue **Strategie der gemeinsamen Markenpräsenz**. Die Bereitstellung einer proaktiven Kommunikation mit dem Kunden im