

## **Positive Resonanz in China, Süd-Korea und den USA auf die «VALAIS - Matterhorn Region»**

### **Rückblick auf das erste Jahr bei der Generalversammlung der Matterhorn Region AG**

Sitten, 27. März 2018. Ein Jahr nach der Lancierung blicken die Verantwortlichen der Matterhorn Region AG (MRAG) auf die ersten Erfolge des neuen, kooperativen Ansatzes zurück. Die Walliser Partner konnten in dieser Anfangszeit bereits eine gemeinsame Präsenz in den wichtigen Märkten in Asien und Übersee etablieren, erfolgsversprechende Kontakte zu Reiseveranstaltern knüpfen und neue Wallis-Erlebnisse entwickeln und verkaufen. Derzeit wird an einem digitalen Marktplatz gearbeitet, der im kommenden Herbst den Reiseveranstaltern und später auch den Gästen für Buchungen ihrer Wallis-Reise zur Verfügung stehen wird.

Mit dem Ziel, Synergien zu nutzen und gemeinsam unter der Marke «VALAIS - Matterhorn Region» ganzheitliche Wallis-Erlebnisse in den Fernmärkten zu verkaufen, gründeten die Matterhorn Gotthard Bahn, die Aletsch Arena, Leukerbad, Saas-Fee, Verbier und Valais/Wallis Promotion Anfang 2017 die Matterhorn Region AG. Inzwischen konnten mit Brig-Simplon und der Fondation Barry zwei weitere Partner hinzugewonnen werden. Im Fokus der MRAG steht die Bündelung der Kräfte, um insbesondere Gästen aus «Greater China» (Festland China, Hongkong und Taiwan), Süd-Korea und Nordamerika ein einfach buchbares und unterschiedliche Leistungen umfassendes Erlebnis aus einer Hand bieten zu können. Damit soll auch der Marktmix des Wallis ausgeglichener gestaltet und die Abhängigkeit vom Heimmarkt und den Nahmärkten reduziert werden. Die Fernmärkte gehören laut der Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich zu den wichtigsten Wachstumsträgern für den Schweizer Tourismus im Jahr 2018.

«Das erste halbe Jahr war geprägt von der Aktivierung eines passenden Netzwerkes mit Reiseveranstaltern in den Zielmärkten sowie dem Entwickeln von attraktiven Angeboten aus bestehenden und neuen Produkten. Verkaufen konnten wir die ersten Wallis-Angebote ab Juli», sagt Mario Braide, Geschäftsführer der Matterhorn Region AG. «Es braucht Zeit und einen langen Atem, sich in diesen Märkten als Marke zu etablieren. Die Reaktionen der

Reiseprofis vor Ort auf unsere Angebote und Dienstleistungen zeigen uns aber mehr als deutlich, dass es sich lohnt», so Braide.

Der Aufbau und die Pflege eines Beziehungsnetzwerkes zu den zentralen Akteuren ist ein wichtiger Erfolgsfaktor, gerade in den asiatischen Märkten. «Die Präsenz unserer lokalen Verkäuferinnen und Verkäufer ist von entscheidender Bedeutung», erklärt Damian Constantin, Verwaltungsratspräsident der MRAG. Wichtiger Bestandteil bei der Marktbearbeitung ist zudem der sich aktuell in der Entwicklung befindliche digitale Marktplatz. Dieser soll den Reiseveranstaltern in Nordamerika und den asiatischen Märkten im Herbst zur Verfügung stehen und eine schnelle und einfache elektronische Buchung ermöglichen. «Wir erwarten mit dieser neuen und gegenüber heute wesentlich einfacheren Buchungsmöglichkeit einen deutlichen Anstieg im Verkauf», so Constantin weiter. Der geplante Webshop soll zu einem späteren Zeitpunkt auch für die Endkunden zugänglich sein und direkte Buchungen ermöglichen.

## **Stimmen aus den Märkten:**

«Besondere und «kleinere» Produkte werden von den Kunden stark nachgefragt und sehr geschätzt.»

Monika Leuenberger, President CTC, USA

«Geduld. Das Potenzial ist riesig.»

An Linlin, Utour Group, Beijing

«Ich bin überzeugt davon, dass immer mehr Gäste die Schweiz öfter als nur ein Mal besuchen werden. Und sie sind interessiert an neuen Produkten und neuen Destinationen.»

James Yang, President Eurson, Taiwan

«Wir haben bereits jetzt eine hohe Nachfrage und viele Buchungen zu verzeichnen.»

Hyun-Jae Yoon, General Manager HANA TOUR, Seoul

## **Über die Matterhorn Region AG (MRAG)**

Die MRAG ist ein Kompetenzzentrum, dessen Dienstleistungen denjenigen Unternehmen zur Verfügung stehen, die Walliser Produkte und Dienstleistungen auf Fernmärkten vermarkten, vertreiben und verkaufen möchten. Der Fokus liegt auf den stark wachsenden Fernmärkten Greater China (Festland China, Taiwan, Hongkong), Süd-Korea



und Nordamerika. Das Vertriebssystem basiert auf dem B2B-Ansatz, ist aber so ausgerichtet, dass in Zukunft eine Ausweitung auf einen B2C-Verkauf und auf die Nahmärkte einfach umsetzbar ist.

## **Weitere Informationen**

[Geschäftsbericht der Matterhorn Region AG 2017](#)

[Webseite der Matterhorn Region AG](#)

## **Kontakt**

Andrea Bärwalde, Corporate Communications, Valais/Wallis Promotion, [presse@valais.ch](mailto:presse@valais.ch), 027 327 35 89