

Generalversammlung Valais/Wallis Promotion.

Das Wallis in Corona-Zeiten vereint hinter einer gemeinsamen, starken und kohärenten Vision.

Sion, 27. August 2020. Valais/Wallis Promotion hielt diesen Donnerstag ihre Generalversammlung in der Lonza Arena in Visp ab. Im Jahr 2019 präsentierte die kantonale Vermarktungsorganisation ein offenes, kreatives und dynamisches Wallis. Angesichts der Corona-Krise ist es ihr gelungen, die Akteure der Walliser Wirtschaft weiterhin hinter einer gemeinsamen Vision zu vereinen. Im Hinblick auf die Sommerferien und sobald sich die ersten Lockerungsmassnahmen des Lockdowns abzeichneten, lancierte Valais/Wallis Promotion mit Unterstützung ihrer Partner und des Kantons die erste Relaunch-Kampagne in der Schweiz, «Chum wie dü bisch. Diesen Sommer im Wallis.». Die Unsicherheit über die zukünftige Entwicklung der Corona-Krise fordert die Walliser Wirtschaftsakteure weiterhin heraus.

Valais/Wallis Promotion präsentierte am Donnerstag anlässlich ihrer Generalversammlung in der Lonza Arena in Visp ihre Aktivitäten im Geschäftsjahr 2019, die ersten Ergebnisse ihrer Lancierungskampagne sowie die laufenden Projekte von 2020.

2019 als solides Fundament zur Abfederung der Krise

Die Aktivitäten und Errungenschaften im Jahr 2019 legten eine solide Grundlage zur teilweisen Abfederung der aktuellen Krise. Die Publikationen von Valais/Wallis Promotion in den sozialen Medien erreichten letztes Jahr insgesamt über 18 Millionen Menschen, ein Rekordanstieg von 40 Prozent gegenüber 2018. Nicht weniger als 8,9 Millionen Menschen sahen virale oder thematische Videos wie beispielsweise «079» anlässlich des Eidgenössischen Volksmusikfestes oder «Roboclette», in Zusammenarbeit mit dem Forschungsinstitut Idiap. Die Mediakooperationen in den Nahmärkten erreichten über 35 Millionen potenzielle Endkunden. Zusammen mit ihren Partnern präsentierte die branchenübergreifende Promotionsorganisation ein offenes, kreatives und dynamisches Wallis, das seine Innovationskraft aus der Verbindung von Tradition und Moderne schöpft. Daran hält sich Valais/Wallis Promotion auch 2020.

Das Wallis kommunizierte als erster Kanton nach dem Lockdown

Im Hinblick auf die bevorstehende Sommersaison und sobald sich die ersten Corona-Lockerungsmassnahmen abzeichneten, startete Valais/Wallis Promotion mit Unterstützung ihrer Partner und des Kantons bereits im Mai die Relaunch-Kampagne **«Chum wie dü bisch. Diesen Sommer im Wallis.»**. Das Wallis warb als erster Kanton nach dem Lockdown um die Gunst des heimischen Marktes. Ziel war es, das Wallis in den Herzen und Köpfen der Schweizerinnen und Schweizer zu verankern und sie dazu zu bewegen, ihre Ferien im Wallis zu verbringen. In origineller und witziger Tonalität, mit einer starken Werbebotschaft und dank der Unterstützung zahlreicher Partner, erreichte die Kampagne ihr Ziel. In der Tat bestätigt eine unabhängige Studie des Link Institutes eine signifikante Zunahme aller Indikatoren für den Bekanntheitsgrad des Wallis. Die gestützte Werbebekanntheit erreicht mit 64 Prozent gegenüber 49 Prozent 2019 einen absoluten Rekordwert. Insgesamt nahmen 22 Walliser Destinationen an der Relaunch-Kampagne teil. «Trotz Corona-Krise und den damit verbundenen Unsicherheiten ist es uns gelungen, die Akteure der Walliser Wirtschaft rasch um eine gemeinsame, starke und kohärente Aktivierung zu vereinen», erklärt Damian Constantin, Direktor Valais/Wallis Promotion. Die Kampagne erreichte 2,7 Millionen Leser über die Sonntagspresse und 1,7 Millionen Menschen in den sozialen Netzwerken. Den Spot sahen 1,8 Millionen Zuschauer über die nationalen TV-Kanäle und 3,4 Millionen Kontakte auf YouTube. Mit der Folgekampagne **«Finde zurück zu deiner Natur. Schmecke die besondere Kraft des Wallis.»** erlangten lokale Produkte aus dem Wallis eine hohe Sichtbarkeit in der gesamten Schweiz. Ein besonderer Schwerpunkt liegt jedoch auf dem Wallis. Dies aufgrund der hohen sozioökonomischen Bedeutung der ansässigen Konsumenten, lokal zu konsumieren. «Die Krise hat das Bewusstsein, lokal zu konsumieren, verstärkt. In diesen wirtschaftlich schwierigen Zeiten wollen wir die Konsumenten ermutigen, weiterhin lokale Produkte zu konsumieren und bei lokalen Produzenten einzukaufen», unterstreicht Damian Constantin. Die Kampagne läuft von Juli bis Dezember in Zusammenarbeit mit den Branchenverbänden und dem Kanton Wallis. Sie setzt Walliser Früchte, Wein, Raclette, Roggenbrot, Trockenfleisch und Geselligkeit in Szene. So wurden im Juli 3900 Kilo Aprikosen an Walliser Hotels, Walliser Bergbahnen und Walliser Köstlichkeiten-Restaurants verteilt. Bereits Anfang April richtete Valais/Wallis Promotion auf ihrer Webseite



INS HERZ GEMEISSELT.

wallis.ch einen Bereich ein, um lokale Produzenten zu unterstützen und den Konsum lokaler Produkte zu fördern. Zudem arbeitet die Vermarktungsorganisation im Rahmen des Projektes **«Tourismus Wallis»** und der Aktion **«100-Franken-Gutschein»** eng mit dem Kanton Wallis zusammen. Gegenwärtig wurden über 41'300 Gutscheine im Wert von 100 Franken ausgestellt und über 29'000 von den insgesamt 100'000 zur Verfügung gestellten Gutscheinen in teilnehmenden Geschäften und Partnerbetrieben eingelöst. Eine zweite Aktion läuft anlässlich der Tage der **«Offenen Weinkeller»** vom 28. bis 30. August 2020. Beim Kauf von mindestens 12 Flaschen (75 cl) derselben Kellerei erhält der Käufer einen Tagesskipass. Eine dritte richtet sich an die Zweitwohnungsbesitzer im Wallis. Mit all diesen Aktionen ist es dem Wallis gelungen, zeitnah verschiedene Wirtschaftsakteure zusammenzuführen und so Kräfte und Mittel zu bündeln.

Weiterhin einen Mehrwert für das Wallis schaffen

An ihrem Hauptziel, Mehrwert für die gesamte Walliser Wirtschaft zu schaffen, hält Valais/Wallis Promotion auch 2020 fest. Der im August 2018 für Vertriebspartner (B2B) in den Fernmärkten eingerichtete digitale Marktplatz wird auf die Nahmärkte und Endkunden (B2C) erweitert. Er hat zum Ziel, die Produkte und Dienstleistungen der verschiedenen Walliser Partner direkt an die Endkunden zu verkaufen. Im Gespräch ist zudem die Ausdehnung des Regionalentwicklungsprogramms WIWA auf den gesamten Kanton. Das Projekt wurde im Oktober 2018 im Oberwallis gestartet und zielt darauf ab, die Attraktivität des Wallis als Wohn- und Arbeitsort zu stärken. In ihrer Strategie 2021-2024, die 2019 dem Grossen Rat vorgelegt wurde, strebt die kantonale Vermarktungsorganisation eine noch effektivere und intensivere Form der Zusammenarbeit mit ihren Partnern an. Gemeinsam mit ihnen will Valais/Wallis Promotion die Kompetenzen und Stärken entlang der gesamten Wertschöpfungskette bündeln, um die internationale Positionierung und Wettbewerbsfähigkeit des Wallis nachhaltig zu stärken und den Gästen und Kunden im Wallis hochwertige Produkte und Dienstleistungen anzubieten. Um dies zu erreichen, wird VWP ab 2021 über ein zusätzliches Budget von 1,5 Millionen Franken pro Jahr verfügen. «Jetzt ist es mehr denn je wichtig, dass die Walliser Wirtschaftsakteure mit vereinten Kräften an der Verwirklichung einer gemeinsamen, starken und konsistenten Vision arbeiten. Gemeinsam wollen wir Mehrwert für den Kanton generieren und ein stärkeres, nachhaltigeres und innovativeres Wallis schaffen», erklärt Karin Perraudin, Präsidentin von Valais/Wallis Promotion.

Erneuerung des Vorstands

Für die Periode 2021-2024 erfolgt im Vorstand von Valais/Wallis Promotion, unter dem Vorsitz von Karin Perraudin, ein Wechsel unter den neun Mitgliedern. Jean-Albert Ferrez folgt als neuer Präsident der Walliser Industrie- und Handelskammer auf Bernard Bruttin, der sein Amt niederlegte. Bernard Bruttin, seit der Gründung von Valais/Wallis Promotion im Vorstand, wird mit grosser Wertschätzung verabschiedet. Jean-Albert Ferrez verfügt dank seines politischen, wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Hintergrunds über eine solide und breite Erfahrung. «Ich freue mich darauf, die Walliser Industrie- und Handelskammer im Vorstand von Valais/Wallis Promotion zu vertreten und meine Erfahrung und Kenntnisse des Walliser Wirtschaftsgefüges in die branchenübergreifende Promotionsorganisation einzubringen und so zur strategischen Ausrichtung und dem künftigen Erfolg unseres Kantons beizutragen», sagt er. Die Versammlung bestätigte die bisherigen Vorstandsmitglieder Vincent Bonvin, Thomas Elmiger, Paul-Marc Julen und Jean-Daniel Clivaz in ihren Ämtern.

Die Sommersaison 2020 verlief besser als erwartet.

Die meisten Walliser Destinationen sind mit den Monaten Juli und August zufrieden bis sehr zufrieden. Deutlich mehr inländische Gäste als üblich entdecken diesen Sommer das Wallis. Davon profitieren insbesondere die Walliser Bergbahnen und Destinationen mit einem bereits vor der Krise hohen Anteil an Schweizer Gästen. Vor allem kleinere Walliser Destinationen verzeichnen bisher dank der hohen Schweizer Kundschaft einen guten Sommer. In stark international ausgerichteten Destinationen vermag die steigende Schweizer Gästezahl die fehlenden internationalen Gäste jedoch nicht auszugleichen. Obwohl die Bilanz der Sommersaison besser als erwartet ausfällt, muss für das gesamte Wallis mit einem Rückgang gegenüber 2019 gerechnet werden. Die Entwicklung der Corona-Krise stellt die Walliser Wirtschaftsakteure weiterhin vor grosse Herausforderungen.

Kontakt: Valais/Wallis Promotion, Medienstelle, presse@valais.ch, 027 327 35 89