



INS HERZ GEMEISSELT.

# VALAIS/WALLIS PROMOTION

17. FEBRUAR 2015 / ROTARY ZERMATT

# Agenda

- Unsere Vision und Strategie
- Highlights 2014
- Schwerpunkte 2015
- Herausforderungen
- Schlusswort

# UNSERE VISION & STRATEGIE

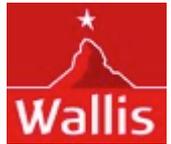
# Unsere Vision



Valais/Wallis Promotion ist eine **unabhängige, innovative** und **effiziente** Promotionsunternehmung, welche sich an den Bedürfnissen und Erwartungen der Kunden und Partner ausrichtet.

Valais/Wallis Promotion positioniert und vermarktet das Wallis branchenübergreifend als die **Referenzmarke** im nationalen und internationalen Marktumfeld und generiert **Mehrwert** für die **Walliser Wirtschaft**.

# 4 strategische Pfeiler im Fokus

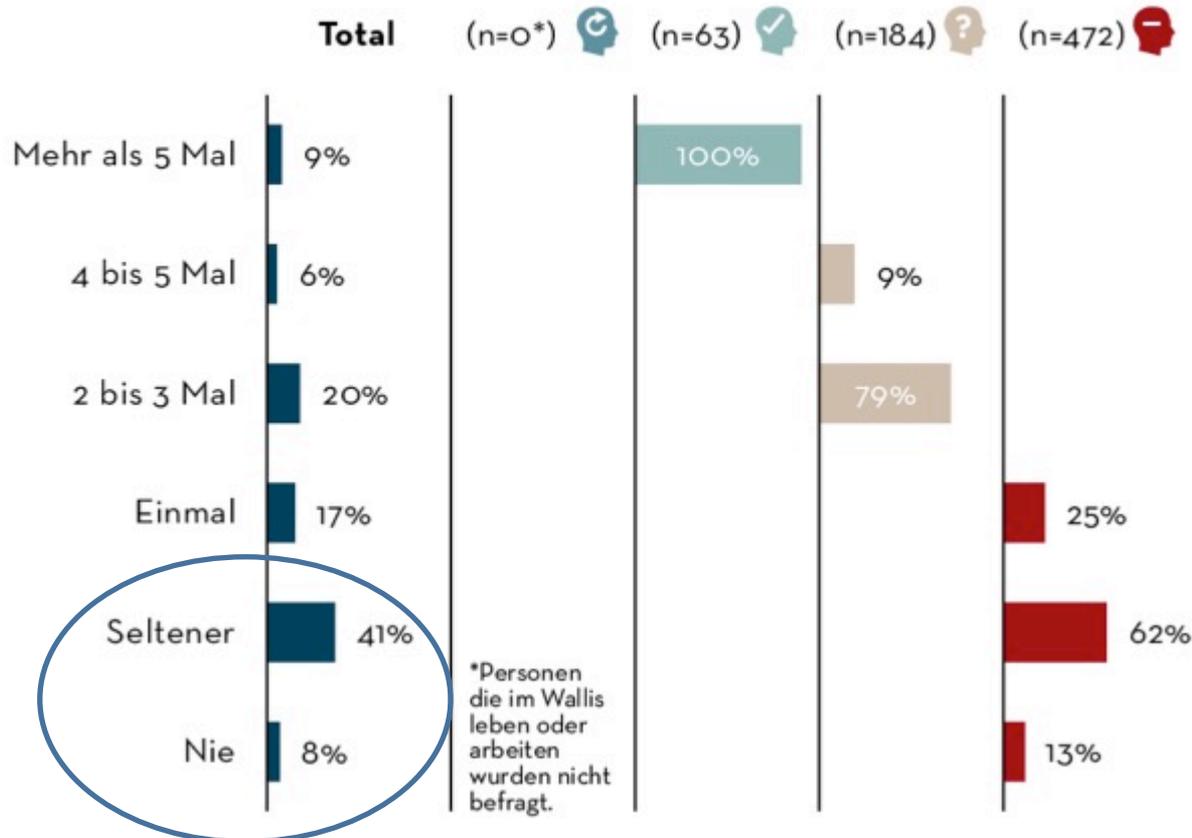


# HIGHLIGHTS 2014

KOMMUNIKATION

# Imagestudie – zentrale Erkenntnis

Die Studie zeigt ein grosses Potential in der Schweiz. Fast die Hälfte der Schweizer sind noch nie oder nur selten im Wallis gewesen.



# Sensible Themen in den Medien

## Wallis will Zweitwohnungs-Gesetz verwässern

**Tourismus** Der Kampf um die Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative ist voll im Gange. Der Kanton Wallis schliesst sich der Strategie des Bundes der Gebirgskantone an, der für eine liberale Umsetzung lobbyiert.

16.10.2013

## Dem Wallis drohen schon wieder Scherereien

Von Seraina Gross. Aktualisiert am 22.10.2013 37 Kommentare

Die Gemeinden bitten die Zweitwohnungsbesitzer zur Kasse. Diese laufen Sturm gegen die neue Steuer.



## «Das Wallis verliert 3000 Bau-Jobs»

Aktualisiert am 22.05.2013

Yvan Schmidt hat schon vor dem Urnenerfolg der Zweitwohnungsinitiative eine Studie über deren Auswirkungen erstellt. Was bedeutet nun der BG-Entscheid für die betroffenen Bergkantone?

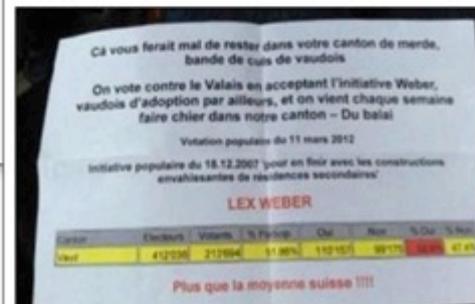


Zu viele Wölfe werden getötet

## WWF legt Beschwerde gegen Wallis ein

## Tracts insultants à l'encontre des Vaudois

La fête de la Châtaine de Fully se serait bien passée de cette publicité. Des tracts anti-Vaudois ont été déposés sur les pare-brises des voitures aux plaques VD.



«C'est vous ferait mal de rester dans votre canton de merde, bande de cuqs de vaudois», peut-on lire sur le tract. (SR)

## Immer diese Walliser!

SKANDALE → Keine andere Spezies sorgt öfters für Kopfschmerzen als unsere Edelsteinma

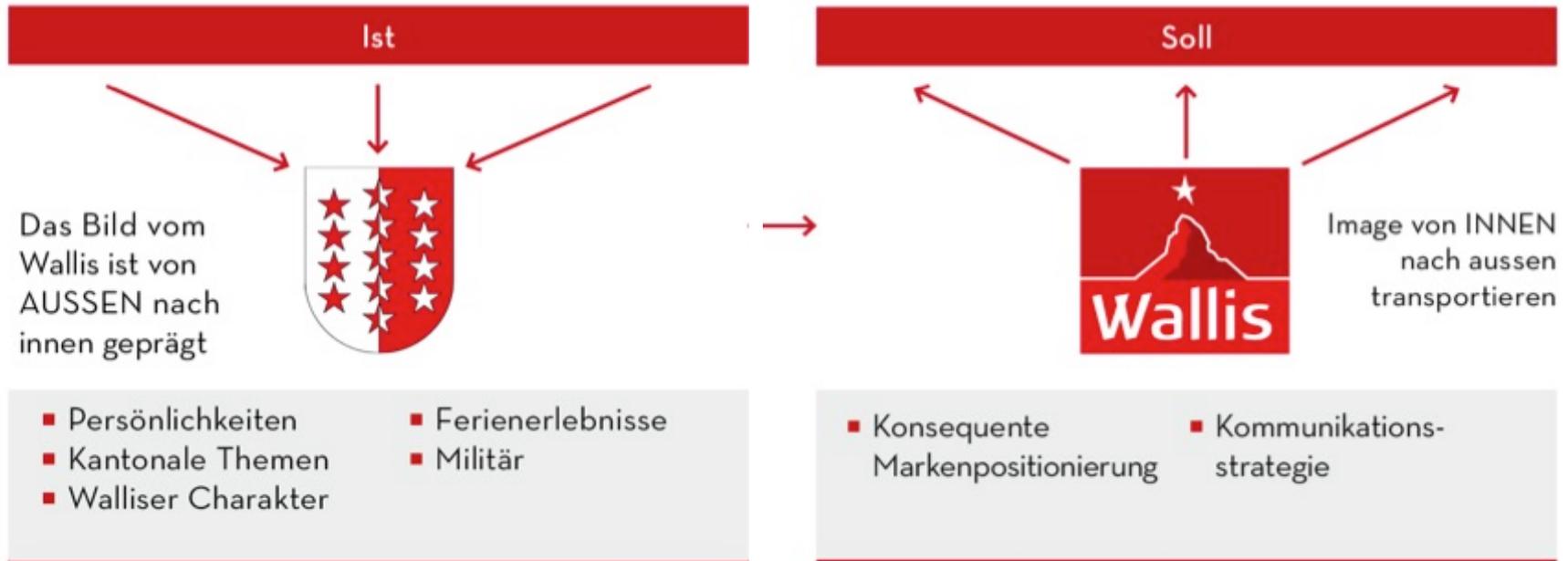
Titelbild Bild

## Wieso das Wallis zu Recht ein schlechtes Image hat

Von Hubert Mooser\*. Aktualisiert am 24.01.2009 157 Kommentare

Das Wallis ist böse auf einen Journalisten, weil dieser in einer satirischen Kolumne schrieb, man solle die subventionierte unrentable Randregion abstossen. Kann es sein, dass in den Zeilen doch ein Stück Wahrheit steckt?

# Proaktiv kommunizieren



Wir alle sind Botschafter vom Wallis!

# Am 23. Mai 2014 Start mit der neuen Dachkommunikation fürs Wallis!



Kooperation  
Schweizer Illustrierte



Broschüren



Segmentierung

Stand



Internetportal



Lancierungspromotion



Online Kampagne



TV

# Unsere Kommunikationen im Überblick

## Image-Kommunikation Wallis „Ode“

WALLIS. INS HERZ GEMEISSELT.

Image-Film

Video-Werbemittel / Online

Print

Website

## Themen Kommunikation z.B Winter

WALLIS IST DIE SCHÖNSTE ZEIT DES JAHRES.

Winterfilm

Video-Werbemittel

Print / Promotion

Website

### Themen / Erlebnisse / Partner

Tag-on

Branchen-/Themenpools  
z.B. Familien

Angebot

Teaser etc.

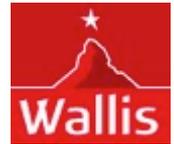
Tag on

Destinationspartner  
z.B. Leukerbad

Angebot  
z.B Thermalismus

Teaser etc.

# Kommunikation Winter 2014/2015



TV



Online-Werbemittel



Online-Portal

Schweizer Illustrierte



Print/Plakate



Partnerkommunikation  
Leukerbad & Walliser  
Bergbahnen

MÄRKTE, ANGEBOTE &  
PRODUKTE

# Präsenz im Markt: Dualstrategie

Volumen und Wertschöpfung halten

Wachstum aufbauen

Schweiz  
52%

Internationale  
Märkte  
41%

Wachstumsmärkte  
7%

EVENTS, VERKAUFSPUNKT,  
MESSEN

# Präsenz im Markt: Events Giro del Gusto in Italien

- Roadshow in Italien organisiert durch Präsenz Schweiz zur Vorbereitung der Expo Milano 2015
- Präsentation kulinarische Spezialitäten sowie kulturelle und touristische Angebote aus dem Wallis.

Milano (30.04-11.05.2014)



Roma (25.09.2014)



Torino (23-27.10.2014)



# Präsenz im Markt: Markenpräsenz durch modulares und intersektorielles Standkonzept

Moderne, flexible und differenzierende Kommunikationsplattform  
Nutzung für Anlässe VWP sowie für Partner und Mitglieder



# Präsenz im Markt: Markenpräsenz durch Stand

## Beispiel: Portes du Soleil an der Foire de Payerne



Hochwertige Materialien  
in Verbindung mit dem  
Wallis, lokale Produktion

Logistik «schlüsselfertig»  
durch eine externe Firma



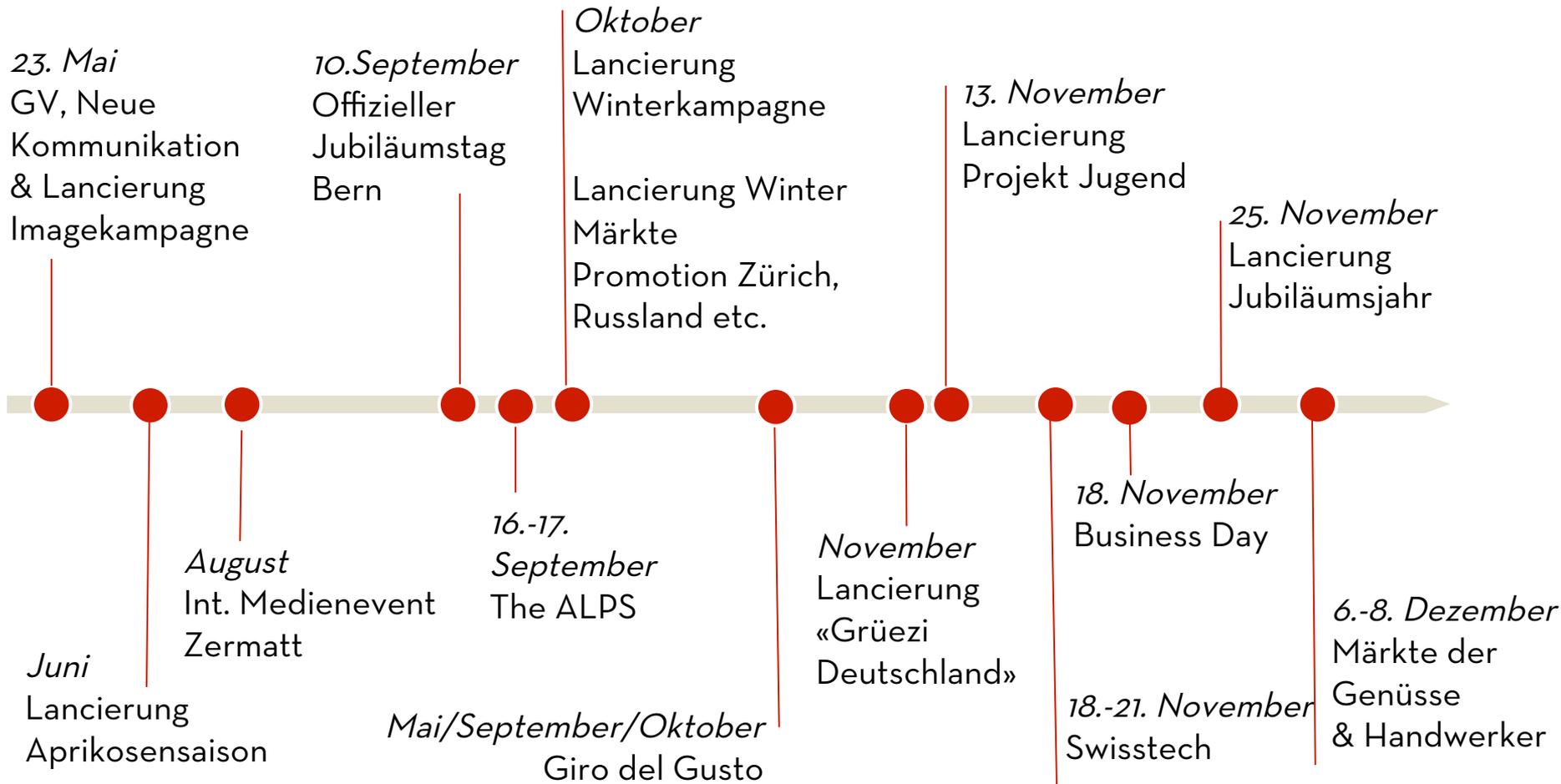
# Präsenz im Markt: Markenpräsenz durch Stand

## Beispiel: Swisstech in Basel

Stand « Wallis » 150m<sup>2</sup>, basierend auf 11 Cube und 11 Desks, gemeinsame Theke für Service Terroir-Produkte und/oder Animationen



# Highlights 2014



# SCHWERPUNKTE 2015

# 200-JAHR-JUBILÄUM



# Unsere Rolle



Operationelle Begleitung

## Dachkommunikation Wallis

Projekte  
2015

Stern-Projekte  
Labels 2015

Offizielle  
Festivitäten

07. August  
2015

Spezielle  
Projekte

1500 Abtei St-Maurice  
Eidg. Schützenfest  
150 Jahre Matterhorn  
Schweizer Garde  
Expo Milano

# Dachkommunikation für das Jubiläumsjahr



Kommunikation Wallis (Ode)



Jubiläumskommunikation

Wallis. Ins Herz gemeisselt.



Vor 200 Jahren hat sich die Schweiz ins Wallis verliebt.



# Jubiläumskommunikation : Übersicht



TV spot



Print



Mailing



Web / Online ads

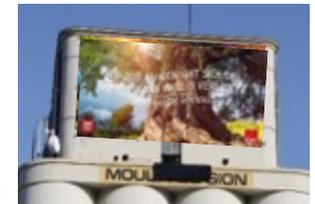


Offizieller Tag



Vor 200 Jahren  
hat sich die Schweiz  
ins Wallis verliebt.

Präsenz



Shop



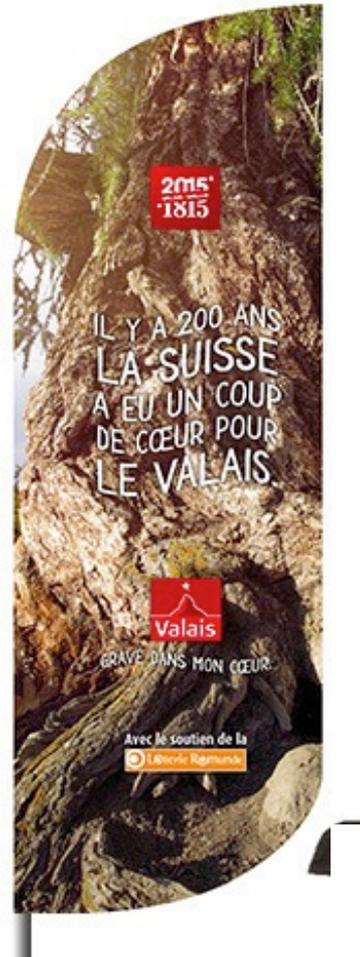
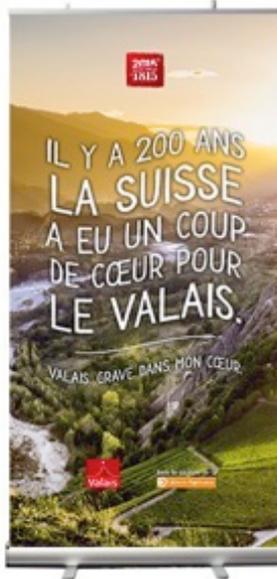
Promotion



Beilage oder Magazin



# Jubiläumskommunikation Kommunikationsmittel für Gemeinden und Unternehmen



EXPO MILANO 2015

# Expo Milano 2015 – Schweizer Pavillon



# Expo Milano 2015 – Ausstellungsraum San Gottardo



# Expo Milano 2015 - Der Walliser Auftritt

## Ausstellungsraum San Gottardo

- Die Region San Gottardo als Wasserschloss Europas.
- Ein Monolith mit dem Gotthardrelief als Herzstück der Ausstellung.
- Gletscher, Suonen und Wasserkraft als Schlüsselthemen für das Wallis.

## Walliser Produkte, Shop

- Die Walliser Produkte im Restaurant und im Shop der Weltausstellung.
- Walliser Raclette AOP, Walliser Weine, Fruchtsäfte und Eaux de Vie

## Walliser Wirtschaftstage

- Wir laden die Kunden und Partner der Walliser Wirtschaft an die Expo Milano
- Medien, Reiseveranstalter, Forschung und Ausbildung, Sommeliers, Restaurateure, Grossverteiler, Standortpromotion etc.

## Wassermanifest

- Bekenntnis zur Nachhaltigen Nutzung des Wassers. Projekt mit den Walliser Schulen.
- Das Wassermanifest wird medienwirksam nach Mailand gebracht.

## Angebote im Wallis

- -Spezialangebot mit Übernachtungen im Wallis und Eintritt and die Expo Milano 2015.

OENOTOURISMUS

# Oenotourismus



- Entwicklung Önotourismus Erlebnis in Valais
- Ziel: N°1 für Weinreisen in der Schweiz
- Koordination der Leistungsträger
- Verbesserung der bestehenden Angebote & Kreation von neuen Angeboten (Segmentierung)
- Pilot-Gruppe
- Gemeinsames Kommunikationskonzept mit gemeinsamer Finanzierung
- Start: Frühling 2015

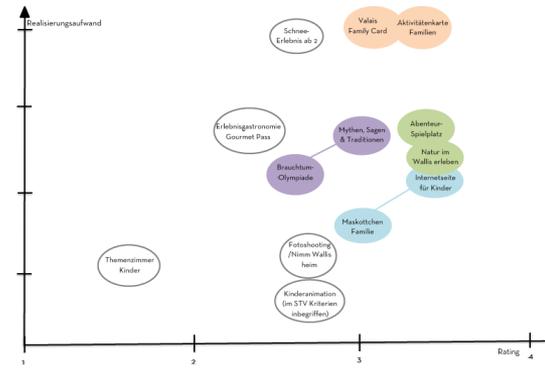
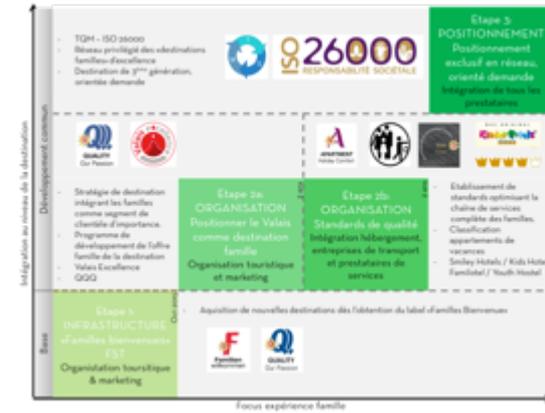


ANGEBOTE „FAMILIEN“

# Entwicklung Angebote « Familien »



- Grosses Potential (Segmentierung, Marktanalyse, Kundenerwartungen, Angebote)
- Vertikalisierung: Engagement der lokalen Partner
- Entwicklung auf 3 Achsen:
  - Qualität
  - Angebote
  - Marketing



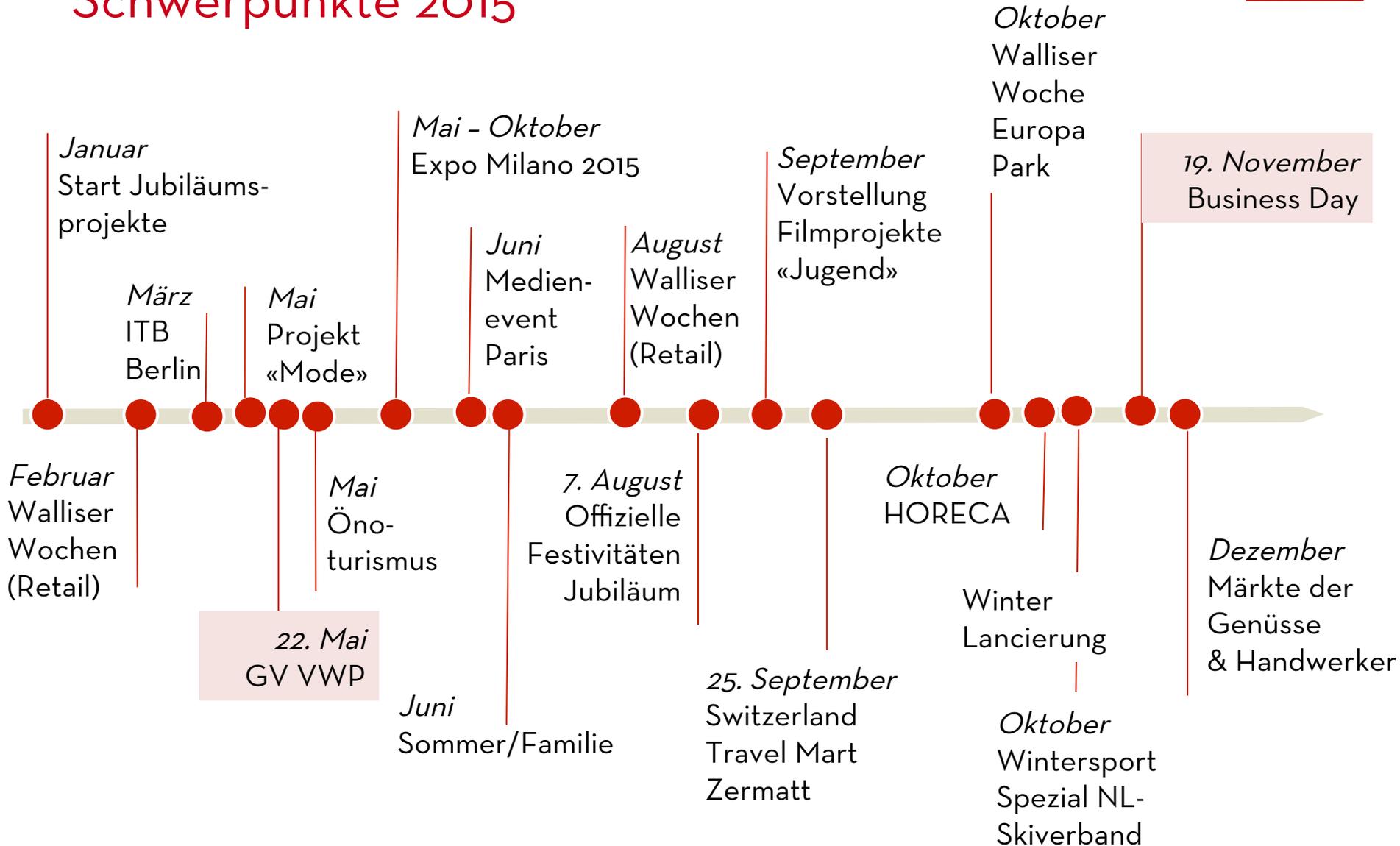
AKTIVITÄTEN IN DEN  
MÄRKTEEN...

# Beispiel: Switzerland Travel Mart

- 21. - 25. September in Zermatt
- 500 Top-Reiseveranstalter aus der ganzen Welt
- Organisierte Programme im Wallis für die teilnehmenden Reiseveranstalter
- Kulinarische Entdeckungen der regionalen Produkte
- Konzeption neuer Angebote für Wallis Besucher



# Schwerpunkte 2015

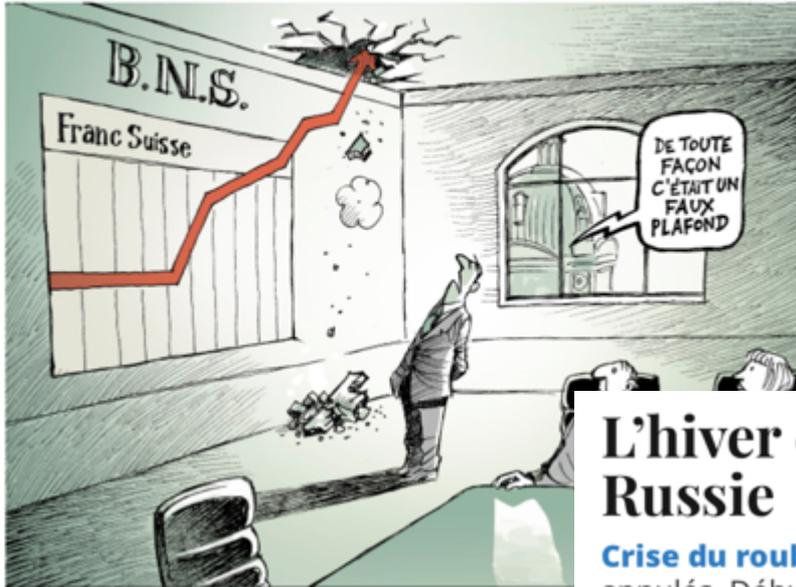


HERAUSFORDERUNGEN

# Zahlreiche Herausforderungen

DESSIN

## Le franc suisse hors contrôle



Local Abonnieren Immo Job Weiterbildung Marktplatz Trauer SonntagsZeitung Suche

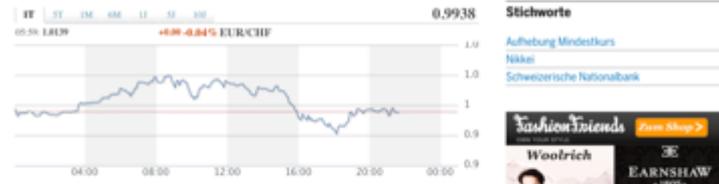
TagesAnzeiger

Front Zürich Schweiz International **Wirtschaft** Börse Sport Kultur Leben Wissen Auto Blogs Panorama Mehr

Unternehmen Konjunktur Geld Karriere Sozial&Sicher Vorbörse Weiterbildung Bildstreifen

## Walliser Dorf spielt Nationalbank

**Nachrichten-Ticker** Der Tag nach dem SNB-Entscheid: Den Banken gehen die Euros aus, der Eurokurs fiel unter 98 Rappen und die SBB verstärken die Züge nach Konstanz. Nur in Grächen in Wallis kostet der Euro noch 1,35 Franken.



## L'hiver est sibérien pour les affaires avec la Russie

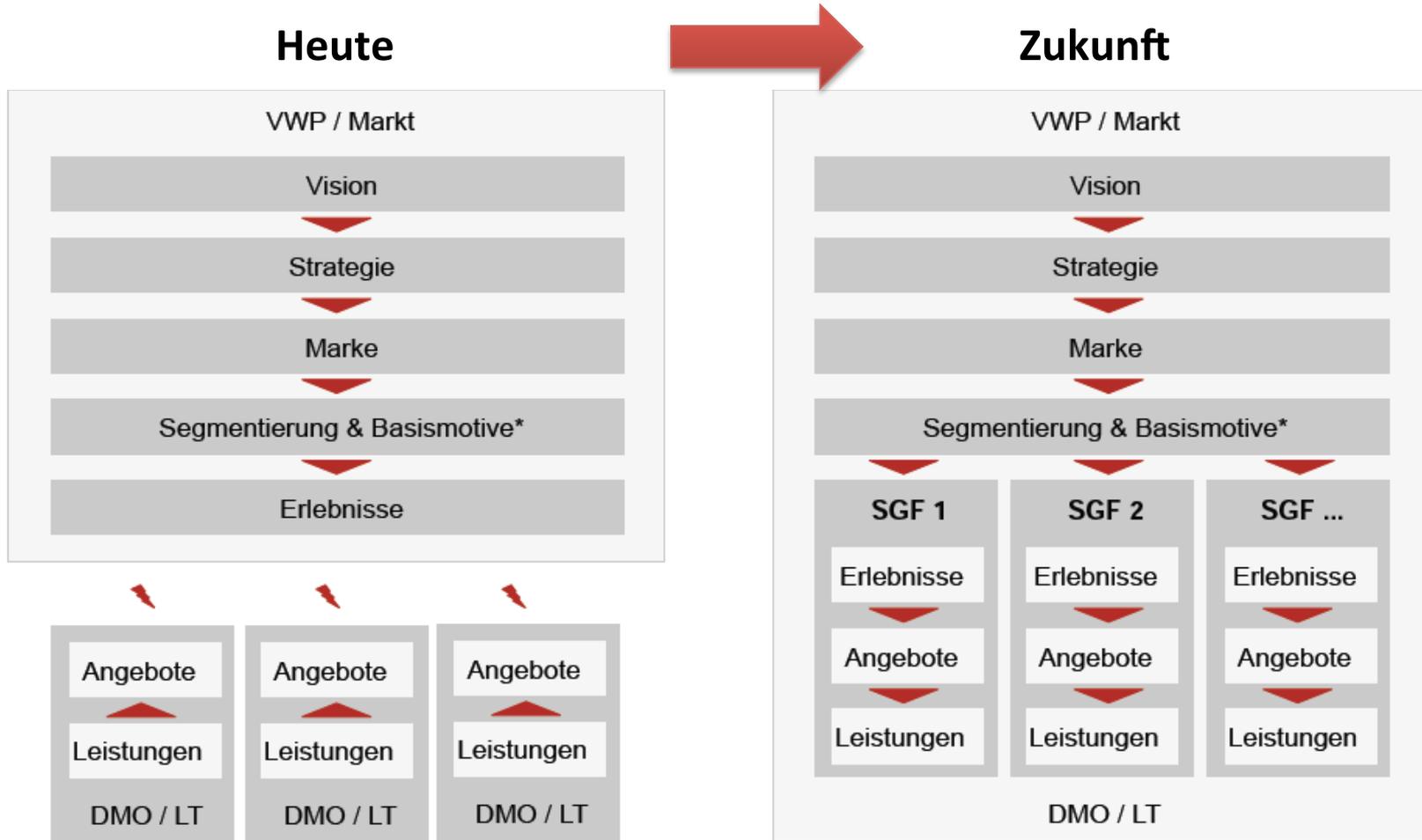
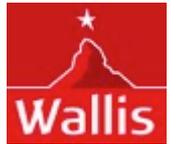
**Crise du rouble** Report de spectacle Béjart, «problèmes» pour Swatch, séjours annulés. Début 2015 s'avérera difficile pour ceux au service de la clientèle russe



Herausforderung 1:

SYSTEMANSATZ WALLISER  
TOURISMUS

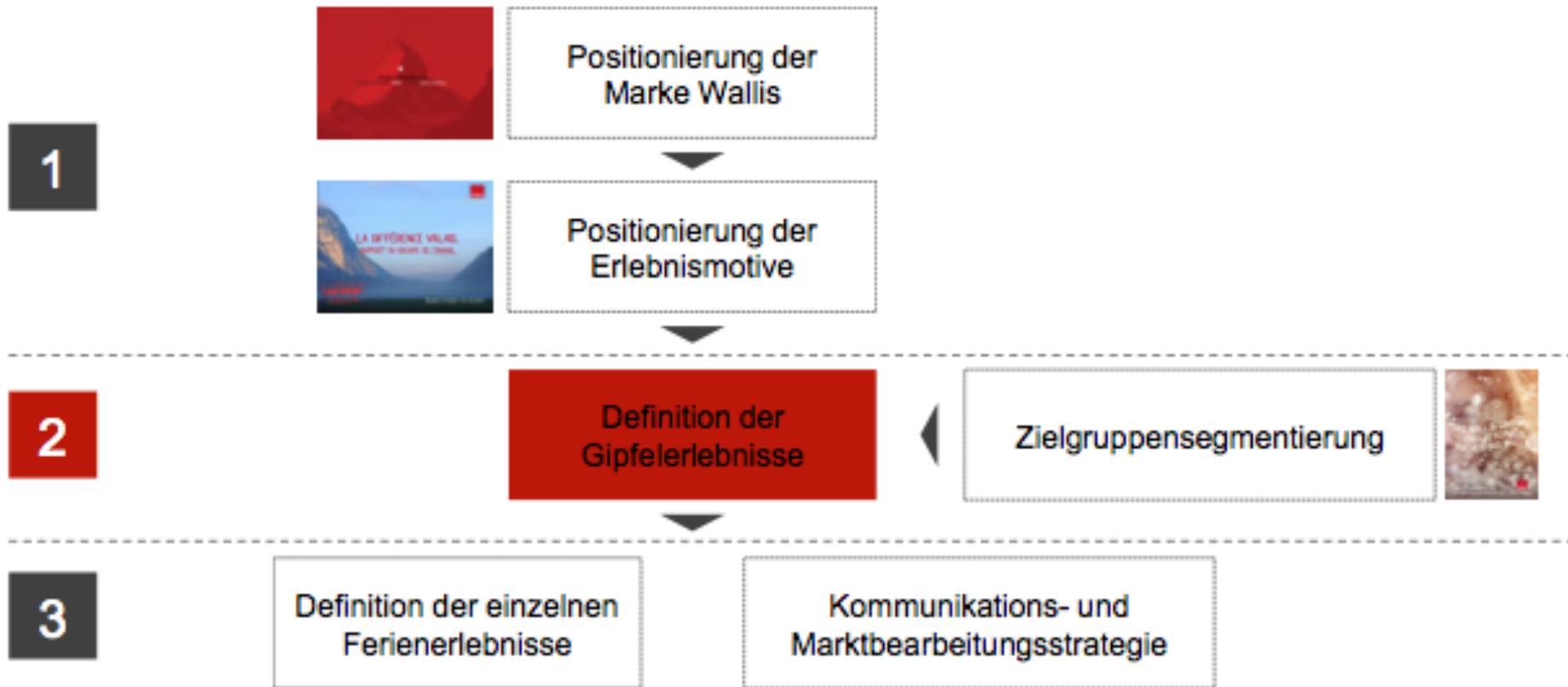
# Systemansatz Walliser Tourismus



Herausforderung 2:

KUNDE IM ZENTRUM -  
ERLEBNISSE VS. PRODUKTE

# Der Kunde im Zentrum: Erlebnisentwicklung



➔ Aus den Gipfelerlebnissen lassen sich einzelne Ferienerlebnisse/Angebote sowie die zukünftige Marktbearbeitungsstrategie ableiten.

# Der Kunde im Zentrum: 14 Gipfelerlebnisse Wallis



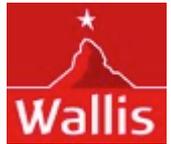
Einzigartige Erlebnis- Höhepunkte, welche das Wallis seinen Besuchern bietet.  
Vermarktungsschwerpunkte, mit denen VWP das Wallis im Wettbewerbsumfeld positioniert.



Herausforderung 3:

KOMMERZIALISIERUNG

# Businessmodell



Herausforderung 4:

FINANZIERUNG

# Mandate: Das Wallis verfügt im Vergleich zu anderen Regionen über weniger Budget

	Valais/Wallis Promotion	Schweiz Tourismus	Graubünden	Südtirol	Tirol (TW)
Budget (Mio CHF)	13.7	95	11.1	18.5	27.6
Subvention (Mio CHF)	10	52.1	7.5	14.7	11
Mitarbeiter	32	242	32	61	90
Tätigkeitsbereiche	Tourismus Landwirtschaft Industrie & Handel & 200 Jahrfeier Kanton Wallis	Tourismus	Tourismus	Tourismus	Tourismus

➔ Damit das Wallis noch konkurrenzfähiger wird, müssen wir vermehrt noch Synergien nutzen und Ressourcen bündeln.

Herausforderung 5:

ERWARTUNGEN UNSERER  
PARTNER - WALLISER/INNEN

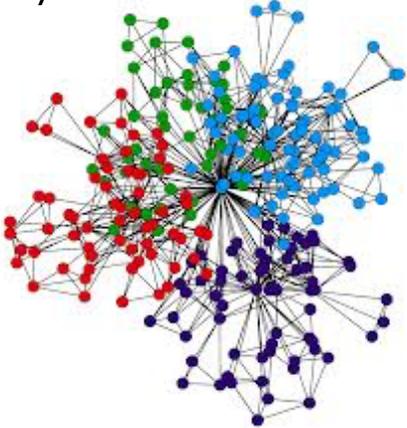
# Kompetenzen: Überblick

- **Kunden- und Marktverständnis**
  - Segmentierung, Reisemotive, Gipfelerlebnisse
- **Marketing & Kommunikation**
  - 360° Kommunikation, Einbindung der Partner, Intersektorialität
- **Event Management**
  - Organisation, Koordination, Kontrolle
- **Medienarbeit**
  - Kontakt mit Medien, Netzwerk
- **Marktbearbeitung**
  - Analysen, Überwachung, Media Betreuung, KAM, Promotionen

SCHLUSSWORT

# Schlusswort

Systemansatz Tourismus



Erlebnisse vs. Produkte



Kommerzialisierung



Die Finanzierung



Die Erwartungen





GRAVÉ DANS MON CŒUR

HERZLICHEN DANK FÜR  
IHRE AUFMERKSAMKEIT!