

EINE GEMEINSAME VISION FÜR DIE VERMARKTUNG

Im Kanton Wallis bündeln mehrere regionale Partner ihre Kompetenzen, um potentielle Touristen aus Asien und Nordamerika gezielter anzusprechen.

Damian Constantin, Direktor Valais/Wallis Promotion

Um nachhaltig Wertschöpfung zu generieren und so eine positive Entwicklung einer ganzen Region voranzutreiben, braucht es ein Systemverständnis. Alle Akteure – nicht nur aus dem touristischen Sektor –, die untereinander verbunden und voneinander abhängig sind, müssen eine gemeinsame Vision entwickeln und die daraus abgeleiteten Verantwortlichkeiten definieren. Denn die Gäste erwarten letztendlich ein ganzheitliches und über alle Dienstleistungen hinweg stimmiges Erlebnis.

Die Bündelung der Kompetenzen unterschiedlicher Partner innerhalb einer Organisation ist denn auch das zentrale Element der Matterhorn Region AG (MRAG). Die MRAG ist eine Marketing- und Verkaufsorganisation mit dem Ziel, gemeinsam die Fernmärkte Asien und Nordamerika zu bearbeiten. Am Anfang der Initiative stand eine Geschäftsreise nach Nordamerika, die zeigte, dass das bisherige, rein promotionelle Vorgehen in diesen Märkten nicht effizient genug der Wertschöpfung diene.

PANORAMA

Pluspunkt

Neben der Bündelung der Mittel verspricht die neue Organisation MRAG eine optimale Nutzung der Kernkompetenzen der Partner sowie der Synergien zwischen ihnen.

Kontakt

Matterhorn Region AG
027 327 35 65
damian.constantin@valais.ch
www.matterhornregion.ch



Die Matterhorn Region AG zielt vor allem auf die Fernmärkte Nordamerika und Asien.

Zusammen mit der Matterhorn Gotthard Bahn (MGBahn), die sowohl über ein Produkt als auch über eine bestehende Verkaufsstruktur in den Fernmärkten verfügte, wurde in der Folge ein Business Plan erarbeitet, der eine Zusammenführung der Promotionskompetenz von Valais/Wallis Promotion (VWP) mit der Verkaufskompetenz der MGBahn beabsichtigte. Bedingung für eine erfolgreiche Umsetzung des Business Plans war das Engagement von genügend Walliser Destinationen. Als zentrales Element müssen sie die Produktverfügbarkeit und die passenden Preise garantieren.

EIN VIELVERSPECHENDER ANSATZ

Die MRAG wurde schliesslich im 2017 gegründet, ohne dabei eine zusätzliche Struktur aufzubauen. Die verschiedenen Kompetenzen der insgesamt acht Partner wurden im Rahmen von Leistungsvereinbarungen gebündelt und auf die Bearbeitung der Fernmärkte ausgerichtet. Die grösste Herausforderung während der Entstehungsphase lag darin, die potenziellen Partner für die Vision zu begeistern und vertraglich zu verpflichten. Während der Realisierungsphase stellte besonders die Produktverfügbarkeit eine Schwierigkeit dar. Das verkaufsorientierte Pro-

duktmanagement unterscheidet sich wesentlich vom klassischen promotionellen Ansatz, nach dem in vielen Destinationen gearbeitet wird.

Das vorläufige Resultat ist vielversprechend: Etwas mehr als 1,5 Jahre nach Aufnahme des Betriebs erzielte die MRAG einen Umsatz von 1,12 Millionen Franken. Nicht zuletzt dank der Einführung des digitalen Wallis-Marktplatzes für den B2B-Bereich, der von Innotour unterstützt wurde, dürfte die MRAG auch das Jahresziel 2019 von 2 Millionen Franken Umsatz problemlos erreichen.



DIE KOMPETENZEN VON ACHT PARTNERN WURDEN GEBÜNDELT UND AUF DIE BEARBEITUNG DER FERNMÄRKTE AUSGERICHTET.

Damian Constantin
Direktor Valais/Wallis Promotion