

Fallstudie: Kommunikation vor der Neat-Eröffnung

Das Wallis hat in Zürich eine «Antenne»

Das Instrument dazu ist die «Antenne Zürich», die in enger Zusammenarbeit mit ihren Trägern von der Klaus J. Stöhlker AG in Zollikon wahrgenommen wird und für die realistische Wahrnehmung des Alpenkantons in der wirtschaftlich stärksten Region der Schweiz verantwortlich zeigt.

Image untersucht

Die Eröffnung der Neat durch den Lötschberg im Dezember dieses Jahres lässt das Wallis um eine Bahnstunde näher an das wirtschaftliche Zentrum der Schweiz – die Greater Zurich Area – heranrücken. Diese neue Situation bietet dem Randkanton neue Chancen. Um diese nutzen zu können, musste zuerst eine Frage geklärt werden: Welches Image hat das Wallis im Raum Zürich? Dazu liess man im Herbst 2006 vom Lausanner Institut M.I.S. Trend eine Image-Studie durchführen. Das Resultat erstaunt nicht: Die meisten Menschen verbinden den Kanton mit Ferien und Landwirtschaft. Die Berge mit dem Matterhorn, der Wein und der Käse sind dominierend für das Image des Wallis in Zürich. Natur und Sonne sind Attraktionen, die das Wallis von anderen Kantonen positiv unterscheiden. Zermatt ist in Zürich mit Abstand der bekannteste Ferienort des Wallis. Was sich den Zürchern jedoch entzieht, ist die Bedeutung der Industrie und des modernen Dienst-

leistungsstandorts. Wer denkt zum Beispiel im Zusammenhang mit Hightech und Innovation an den Chemie-Standort Wallis, der nach Basel der zweitwichtigste im Land ist? Oder dass der Alpenkanton der grösste Produzent von Hydroelektrizität im Land ist?

Kernbotschaften kommunizieren

Tatsache ist: Klischees haben mit der Wirklichkeit oft wenig zu tun, beeinflussen aber die wirtschaftliche, soziale und politische Wahrnehmung eines Kantons stark. Aus diesem Grund hat der Kanton Wallis bereits im zweiten aufeinander folgenden Jahr eine «Antenne Zürich» eingerichtet, die als Frühwarnsystem und Sensorium für politische und wirtschaftliche Entwicklungen und Trends in der wirtschaftlich stärksten Region der Schweiz dient. Ins Leben gerufen und getragen wird die «Antenne» von der Walliser Regierung in Zusammenarbeit mit der Industrie- und Handelskammer, Wallis Tourismus, der Landwirtschaftskammer und der kantonalen Dienststelle für Wirtschaftsentwicklung.

Zu kommunizieren, dass der Kanton Wallis heute auch für wirtschaftliche Dynamik, Hightech-Orientierung, industrielle Leistungsfähigkeit und tiefe Steuern steht, ist eine der Aufgaben der «Antenne». Um den Kanton im Raum Zürich langfristig erfolgreich zu positionieren,

Klischees haben meist wenig zu tun mit der Realität. Eine Image-Studie des Wallis zeigt: Der Kanton wird in Zürich heute vor allem als ländlich-touristischer Kanton wahrgenommen. Dies im Hinblick auf die Eröffnung der Neat Ende 2007 zu ändern, wurde unter Führung des Kantons und der Informationsstelle Wallis beschlossen.

Philippe Welti

werden diese Kernbotschaften mit Geschichten und Botschaften belebt und glaubwürdig gestaltet. Heute ist die «Antenne Zürich» die erste Anlaufstelle für die Medien in der wirtschaftlich stärksten Region der Schweiz, wenn es um das Wallis geht. Sie positioniert die Walliser Regierung und leitet Kontakte zu Wirtschaft, Gemeinden und Institutionen im Wallis ein. Im Jahr 2006 hat auf Grund ihrer Tätigkeit die Berichterstattung in den Medien der Deutschschweiz erkennbar zugenommen. Als Auftakt zur Kommunikation der schnelleren Erreichbarkeit per Bahn wurde im Mai 2006 in Zürich eine viel beachtete Medienkonferenz mit Lokomotivtaufe im Bahnhof Zürich durchgeführt.

Beziehungen vertiefen

Zu den Aufgaben der «Antenne» gehört auch das Schaffen von Kontakten zwischen wirtschaftlichen und politischen Entscheidern des Wallis und dem Grossraum Zürich. Dazu wurden vergangenes Jahr mehrere Veranstaltungen durchgeführt. Die Walliser Land- und Weinwirtschaft präsentierte sich, angeführt von Staatsrat Jean-Michel Cina und Pierre-Yves Felley, Direktor der kantonalen Landwirtschaftskammer, vor einer Hundertschaft fachkundiger Gäste aus Gastronomie und Handel, anlässlich des in Zürich erstmals vorgestellten exklusiven Herbstgerichts «Brisolée Royale». Das

Wallis trat darin mit Trauben, Marroni, AOC-Roggenbrot sowie verschiedenen Walliser Käsen und Weinen auf. Staatsrat Jean-Michel Cina sagte, ganz Werber in eigener Sache: «Dank dieser Ernährung leben wir Walliser gesund und werden 100-jährig.»

Die Botschaft kam bei den Gästen an, wichtige Kontakte konnten neu geschlossen oder vertieft werden.


Im Oktober führte der «Ordre de la Channe», die bedeutendste Walliser Weinbruderschaft, sein jährliches Chapitre erstmals in der Stadt Zürich durch. In Anwesenheit prominenter Gäste wurde im grossen Saal des Zürcher Rathauses die Zürcher Regierungsrätin Rita Fuhrer, der Zürcher Stadtrat Gerold Lauber und die Präsidentin der FDP des Kantons Zürich, Doris Fiala, zu Ehrenrittern geschlagen. Anlässlich des Forums zur Regio-

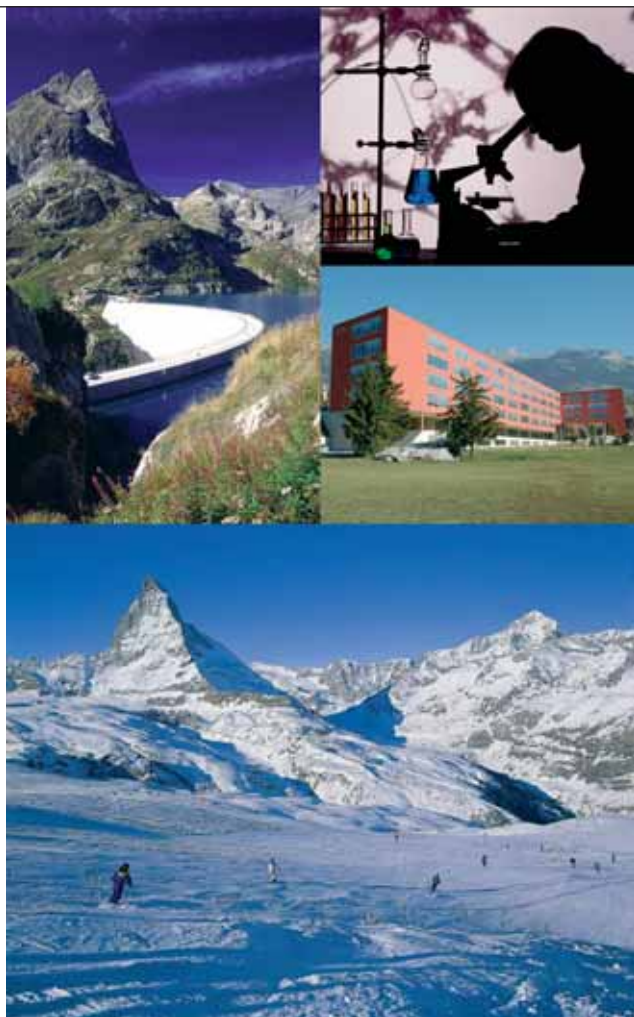
nalpolitik an der ETH Zürich sicherten Willi Meier, CEO der Greater Zurich Area, und Stephan Kux, Leiter Standortförderung des Kantons Zürich, ihren Walliser Kollegen ihre Unterstützung zu.

Messbare Resultate

Die Walliser Regierung schätzt den Nutzen der «Antenne Zürich». Erste messbare Resultate der Arbeit sind die guten Image-Umfrageresultate. Urs Zenhäusern, Direktor von Wallis Tourismus und Präsident der Informationsstelle Wallis, sagt: «Die «Antenne» zahlt sich für uns aus.» Absehbar sei, dass man dank dem guten touristischen Image im Hinblick auf die neue Bahnanbindung Marktanteile gewinnen werde. Werner Schnyder, Projektleiter der Dienststelle für Wirtschaftsentwicklung, sieht die Gründe dafür nicht zuletzt auch darin, dass das Wal-

lis in den vergangenen Monaten insbesondere im Raum Zürich in der Öffentlichkeit deutlich an Präsenz und Glaubwürdigkeit gewonnen hat. In Graubünden – traditionell ein touristischer Zufluchtsort der Zürcher – sieht man die Bestrebungen des Wallis, dem Herausforderer Nummer eins auf dem Platz Zürich, mit Besorgnis.

Nach Eröffnung der Neat am 8./9. Dezember 2007 erwartet man im Wallis viele neue Besucher, die sich ein eigenes Bild des Wallis zwischen Moderne und Tradition machen werden. 



◀ Zwischen Moderne und Tradition: Das Wallis vereint Naturparadies, Wintersport-Eldorado und Hightech-Standort – unter anderem.

Porträt

Philippe Welti ist Spezialist für Unternehmenskommunikation, Public Affairs/Lobbying, Politberatung und Coaching. Nach Abschluss des Studiums von Geografie, Tourismus und Medienwissenschaften an der Uni Bern war Philippe Welti vorerst in der Raum- und Umweltplanung tätig, später unter anderem als Werbetexter und Hotel-Manager in Ost-Jerusalem. Bevor er im Februar 2002 als Berater zur Klaus J. Stöhlker AG wechselte, war er während Jahren im Journalismus tätig. Dort machte er sich unter anderem bei namhaften schweizerischen Tageszeitungen, Magazinen und TV-Sendungen im Politik- und Wirtschaftsbereich einen Namen.

Kontakt

Philippe Welti

Lic. phil., Senior Consultant



Klaus J. Stöhlker AG
Zollikerstrasse 114
8702 Zollikon
Tel. 044 396 48 81
philippe.welti@stoehlker.ch
www.stoehlker.ch