

Medienmitteilung: Weindorf Varen

Das Weindorf Varen blickt in die Zukunft

Mit einer Vorwärtsstrategie stellt sich das Weindorf Varen der Krise: Eine klare Positionierung auf dem Markt soll die Bekanntheit der Varner Qualitätsweine in der Schweizer Weinlandschaft steigern. Eine Massnahme um gegen die rückläufige Nachfrage nach Schweizer und im Speziellen nach Walliser Wein entgegenzuwirken. Der starke Franken und der damit verbundene Rückgang im Tourismus sowie die vollen Lagerbestände der Weinproduzenten setzen die Walliser Weinbranche vermehrt unter Druck. Ein neues Erscheinungsbild, eine klare Positionierung und die vermehrte Marktpräsenz sollen die Weichen für eine positive Entwicklung stellen.

Anfang der neunziger Jahre beschlossen die Varnerinnen und Varner im Weinbau neue Wege zu gehen. Sie verschrieben sich dem umweltschonenden Weinbau und der naturnahen Weinbereitung. Um diesen Weg konsequent und nachhaltig begehen zu können, gründeten die Varner Weinbauern und Kellermeister die Genossenschaft «Pro Varen». Die Genossenschaft Pro Varen bezweckt die Zusammenarbeit sowie die Förderung der Qualität und des guten Image von Varner Produkten und Dienstleistungen sowie des Tourismus. Heute zählt die Genossenschaft über 100 Mitglieder, darunter zehn Weinkellereien. Damit die Genossenschaft Pro Varen ihre Ziele unter den schwierigen Umständen – mit dem starken Schweizer Franken, dem Rückgang bei den Logiernächten von ausländischen Gästen und der Senkung der Abgabemenge und des Richtpreises für die beiden Rebsorten Pinot Noir und Gamay – weiterhin verfolgen kann, wurde anfangs 2012 eine neue Vorwärtsstrategie bzw. ein Marketing-Konzept erarbeitet.

Die Weininsel im Wallis

Die Weinkellereien der Genossenschaft Pro Varen bündeln jährlich jeweils einen finanziellen Beitrag zur Erzielung eines gemeinsamen Werbeeffektes. Mit dem erarbeiteten Marketing-Konzept steht hier in naher und ferner Zukunft die Bekanntheitssteigerung der Varner Qualitätsweine in der Schweizer Weinlandschaft im Vordergrund. Weiter wird das Ziel verfolgt, sich auf dem Markt zielgerichtet, innovativ und hochwertig zu positionieren. Schlussendlich werden diese primären Zielsetzungen in den Rahmen eines neuen Erscheinungsbildes der Pro Varen (sowie der Gemeinde Varen) gesetzt, das ebenfalls Teil der Vorwärtsstrategie ist. Als Basis der neuen Corporate Identity/Corporate Design (CI/CD) bleibt weiterhin der Pfyfoltru als klar erkennbare Marke bestehen. Mit dem Slogan „Weininsel im Wallis“ wollen sich die Genossenschaft und das Weindorf von seinen Mitstreitern abheben – der Slogan verleitet zum Nachdenken.

Zu Gast in Kreuzlingen und Basel

Ein weiteres Ziel der Genossenschaft ist, die Zusammenarbeit mit Leukerbad, dem grössten Thermalbade- und Wellnessferienort der Alpen, zu intensivieren, damit sowohl Leukerbad wie auch Varen von dem sich ergänzenden Angebot profitieren können. Von Mittwoch, 24. bis Samstag, 27. Oktober ist die Ferienregion Leukerbad zusammen mit der Genossenschaft



Pro Varen zu Gast an der Schweizerreise in Kreuzlingen. Im Einkaufszentrum Karussell wird den Gästen während drei Tagen Walliser Raclette und Varner Wein serviert. Ein erstes Ergebnis des neuen Marketing-Konzeptes wird im Rahmen der Basler Weinmesse von Samstag, 27. Oktober bis Sonntag, 04. November präsentiert: Eine hochwertige Broschüre mit Inhalten zu den regionalen Rebsorten, Weinkellereien der Genossenschaft, sowie weiteren touristischen Angeboten aus Varen. Das Weindorf Varen ist für die diesjährige Ausgabe Gastregion. An der Basler Weinmesse werden sieben der zehn Weinkellereien der Genossenschaft Pro Varen vertreten sein und den Weininteressierten aus der Schweiz und dem nahen Ausland das facettenreiche Sortiment von Qualitätsweinen aus Varen näherbringen.

Für weitere Informationen steht Ihnen Jonas Walker gerne zur Verfügung:

Leukerbad Tourismus
Jonas Walker
Event- & Marketingmanager
CH-3954 Leukerbad
jonas.walker@leukerbad.ch
www.leukerbad.ch
Tel. +41 (0)27 472 71 71
Fax. +41 (0)27 472 71 51

Leukerbad, 23. Oktober 2012

