

FOKUS Oberwallis

Infomagazin der Region Oberwallis | Mai 2013



Denn das Gute liegt so nah

(Un)eingeschränktes Potenzial der Regionalvermarktung | 7

Per Velo dem Rotten entlang

Nr. 1 von Veloland Schweiz mit Potenzialen | 10

Logische Konsequenz im Oberen Goms

Fusionsbericht gestartet | 13

Zukunft gestalten

Projekt RAUM+ | 3

Impressum

FOKUS Oberwallis | Infomagazin der Region Oberwallis
 erscheint zwei Mal jährlich
 3. Jahrgang | Mai 2013 | Auflage 38'800 Ex.
 Verteilung an alle Oberwalliser Haushalte



RW Oberwallis

Regions- und Wirtschaftszentrum Oberwallis AG

Herausgeber RW Oberwallis AG
 Redaktion Mitarbeitende und Partner der RW Oberwallis AG
 Koordination Sabrina Arnold
 Kontakt RW Oberwallis AG | Kehrstrasse 12
 3904 Naters | info@rw-oberwallis.ch
 Tel. 027 921 18 88
 Titelbild Monika Gerold-Rohner
 Gestaltung werbstatt Sara Meier | Brig-Glis
 Druck Mengis Druck und Verlag AG | Visp

Gilbert Loretan
 Präsident Verein
 Region Oberwallis



Der Sommer steht vor der Tür. Und weil der vergangene Winter so lang war, verspürt wohl jeder von uns eine gewisse Vorfreude. Die Erwartungen hingegen sind unterschiedlich. Nicht zuletzt, weil auch die Voraussetzungen, die Pläne – wie verbringe ich meinen Sommer – für jeden anders sind.

Das Oberwallis ist eine Region. Und wohl jeder von uns verspürt eine gewisse Verbundenheit mit dem Oberwallis. Allerdings sind die Erwartungen in und an die Region, aber auch die Voraussetzungen – im ländlichen Raum und im Berggebiet, in den Tourismuszentren oder der Agglomeration – unterschiedlich.

*Das Ziel sollte aus meiner Sicht für das gesamte Oberwallis das gleiche sein: Auch in Zukunft attraktiv und wettbewerbsfähig bleiben! Wichtige Herausforderungen in den kommenden Jahren sehe ich dabei in den Bereichen Raumplanung, Tourismus und Energie. Gemeinsam mit der RW Oberwallis AG haben wir Projekte mit diesen Schwerpunkten aufgegleist. Dazu zählt das Projekt Raum+, über das wir in der vorliegenden Ausgabe des **FOKUS** Oberwallis informieren. Dass der Lebens- und Wirtschaftsraum Oberwallis in Bewegung ist, unterstreichen auch der Fusionsprozess im Oberen Goms oder das Projekt Regionale Produkte.*

Viel Vergnügen bei der Lektüre. Geniessen Sie den Sommer!

Inhaltsübersicht

	Seite
Zukunft gestalten	
Projekt Raum+	3
Über Gemeindegrenzen hinweg	
Neue Mitglieder in der AKO	6
Neue Gesichter im Vorstand	
Verein Region Oberwallis	6
Denn das Gute liegt so nah	
(Un)eingeschränktes Potenzial der Regionalvermarktung	7
Der Rote Hahn als letzter Schrei	
Erfolgreiche Regionalvermarktung im Südtirol	8
Per Velo dem Rotten entlang	
Nr. 1 von Veloland Schweiz mit Potenzialen	10
Büffeln im öffentlichen Interesse	
Aus- und Weiterbildung für Gemeinden	12
Logische Konsequenz im Oberen Goms	
Fusionsbericht gestartet	13
Im Dienst der Innovationsförderung	
Neue Geschäftsleitung bei der CimArk AG	15
Projektlandkarte	
Ein aktueller Überblick	16

In eigener Sache
 Neue Aktienaufteilung

Die RW Oberwallis AG steht täglich in Kontakt mit der regionalen Wirtschaft. Drei Vertreter aus der Wirtschaft hatten bereits seit der Gründung Einsitz im Verwaltungsrat. Die neue Aktienaufteilung macht die Oberwalliser Unternehmen jetzt offiziell zum Teil der RW Oberwallis AG. Die beiden bisherigen Aktionäre – der Verein Region Oberwallis und der Kanton Wallis – traten einen Drittel der Aktien an den Verein Wirtschaftsforum Oberwallis ab, der aus 80 regionalen Unternehmen und Institutionen besteht. Damit sind neu 33% der Aktien im Besitz der Wirtschaft, 33% im Besitz des Kantons und 34% im Besitz des Vereins Region Oberwallis.

Zukunft gestalten

Projekt Raum+



Die Zukunft in Eigenverantwortung selbst bestimmen und nicht auf Verordnungen anderer warten – diese Möglichkeit bietet das Projekt Raum+.

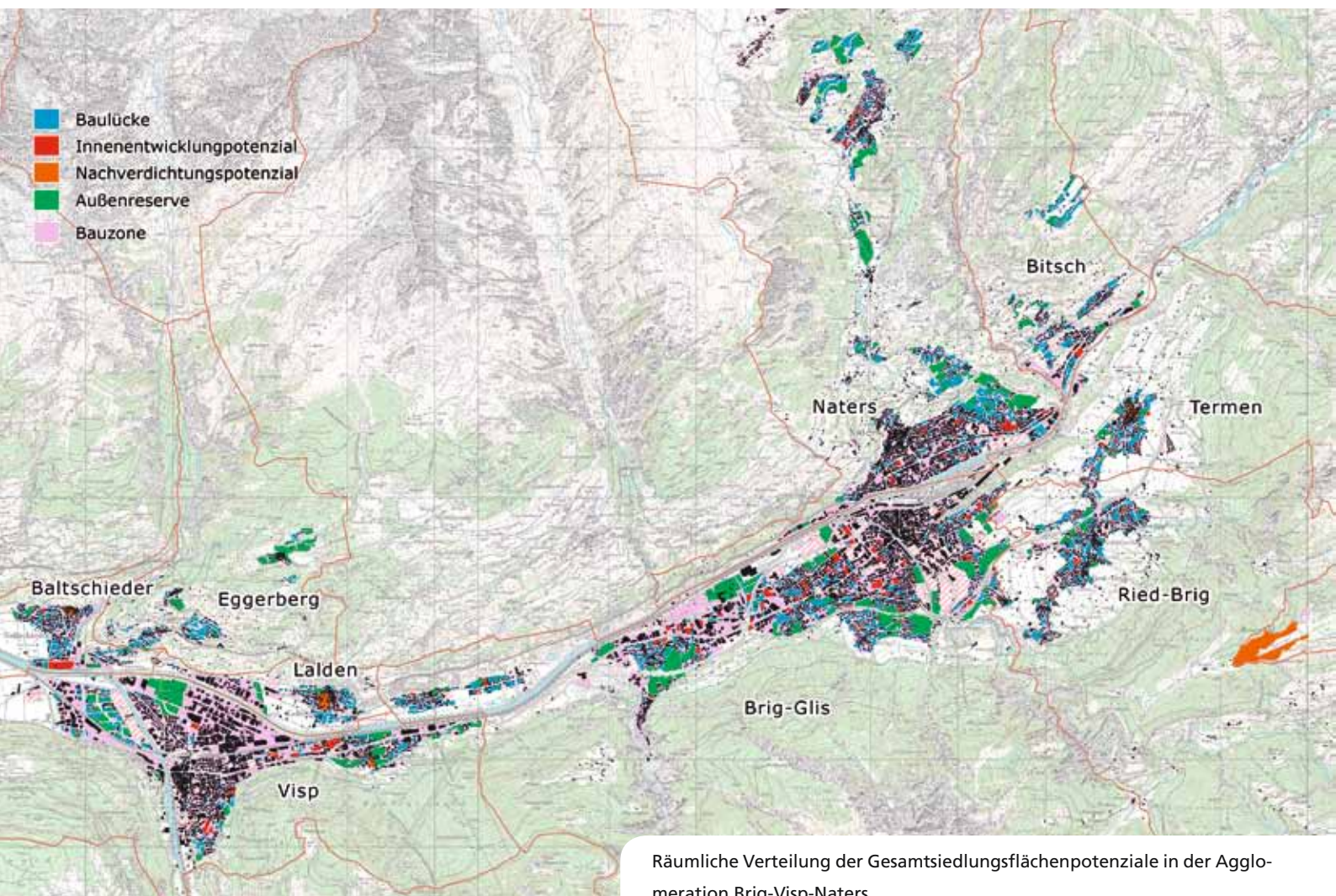
Spätestens seit der Annahme der Zweitwohnungsinitiative und der Revision des Raumplanungsgesetzes sind in der Raumplanung neue Ansätze gefragt. Die Agglomeration Brig-Visp-Naters hat mit Raum+ bereits frühzeitig ein Projekt lanciert, das neue Chancen für eine nachhaltige Siedlungsentwicklung eröffnet.

Die Agglomeration Brig-Visp-Naters mit den 3 Kern- und den 6 Umlandgemeinden hat die Ausarbeitung eines Siedlungsflächenmanagements im Jahr 2007 als Massnahme im Agglomerationsprogramm aufgenommen. Mit der Lancierung des Projekts Raum+ im vergangenen Herbst hat die Agglomerationskonferenz (AKO) ihr Bestreben nach einer nachhaltigen Raumentwicklung unterstrichen. Es handelt sich um eine anerkannte Methode der ETH Zürich, die die ungebauten Flächen Quartier

für Quartier auf Stufe Gemeinde erhebt, nach ihrer Qualität beurteilt und Lösungsvorschläge erarbeitet. Auf diesen Grundlagen können Handlungsräume gezielt gefördert und Regulierungsräume eingeschränkt werden (siehe Kasten Seite 5).

Wichtige Entscheidungsgrundlage

Projektleiter Ivo Nanzer betont, dass es sich um Lösungsvorschläge und keinesfalls um Vorgaben handelt. «Raum+ dient den Gemeinden als Entscheidungsgrundlage für die Siedlungsentwicklung und gibt ihnen die Möglichkeit, auf die veränderte Situation zielgerichtet zu agieren. Es ist wichtig, die Zukunft selbstbestimmend zu gestalten, anstatt auf die Verordnungen anderer zu warten.»



Räumliche Verteilung der Gesamtsiedlungsflächenpotenziale in der Agglomeration Brig-Visp-Naters

Die Methode wurde vor zwei Jahren bereits in den Gemeinden im Oberen Goms angewandt und ist auch in den Kantonen Basel-Landschaft, Schwyz, Uri, Tessin, St. Gallen, Graubünden, Thurgau und Schaffhausen erprobt. Der Kanton Wallis unterstützt Raum+ fachlich und finanziell. Für Damian Jerjen, Chef der Dienststelle für Raumentwicklung, ist die wichtige Rolle der Agglomerationen in der Raumplanung unbestritten: «Wo viele Menschen arbeiten und leben, entsteht Druck auf den Raum. Das ergibt die wesentlichen Herausforderungen für die Raumplanung. Wir können bei Raum+ die kantonale und nationale Sicht einbringen und erhalten andererseits Rückmeldungen aus der Agglomeration.»

Wertvolle Ortskenntnisse

Dr. Hany Elgendy von ProRaum Consult führt das Projekt Raum+, das aus zwei Teilen besteht, in Zusammenarbeit mit Vertretern

der Gemeinden und des Kantons durch. In einem ersten Teil wurde zu Beginn eine Übersicht über das vorhandene Siedlungsflächenpotenzial jeder einzelnen Agglomerationsgemeinde erhoben. Im Anschluss wurde dieses Potenzial nach Lage, Quantität und Qualität ausgewertet. Nach Angaben von Dr. Elgendy war die Einschätzung der lokalen Vertreter bei dieser Erhebung sehr wertvoll: «In jeder Agglomerationsgemeinde haben wir ein Erhebungsgespräch durchgeführt. Dabei wurden die im Vorfeld ermittelten Flächen besprochen. Wir haben zusätzliche Erkenntnisse über jede Fläche gewonnen, die schlicht nur durch Ortskenntnisse ausfindig gemacht werden können.»

Dadurch konnten die thematischen und räumlichen Schwerpunkte festgelegt und die sogenannten Mobilisierungshindernisse erkannt werden. Ein Mobilisierungshindernis kann beispielsweise sein, wenn eine Parzelle nicht mit dem öffentlichen Verkehr erschlossen ist oder die Topografie eine Bebauung nicht oder nur erschwert zulässt. Auf der Grundlage des erhobenen Siedlungsflächenpotenzials wurde schliesslich die Einwohner-

kapazität abgeschätzt und dem prognostizierten Wohnbaulandbedarf gegenübergestellt.

Qualität im Vordergrund

Dr. Elgandy betont, dass bei Raum+ die Qualität der Flächen im Vordergrund steht: «Es geht nicht darum, aufbauend auf den hohen Baulandreserven Lösungen zu finden, sondern diese auf deren Qualität hin zu beurteilen und entsprechende Lösungsvorschläge zu erarbeiten.»

Der zweite Teil fasst also in einer Lagebeurteilung die Auswertungen und Erkenntnisse aus den Erhebungen zusammen und formuliert die wesentlichen Probleme. Daraus ergeben sich wiederum Ansätze zur Begrenzung des Siedlungswachstums. Diese Ansätze wurden in einem Aktionsplan der «Siedlungsentwicklung in der Agglomeration» räumlich konkretisiert und mit Massnahmen für die Umsetzung ergänzt. Damit steht den Agglomerationsgemeinden ein neues Instrument zur Verfügung, das die wesentlichen Aktivitäten zur Mobilisierung und Regulierung der Siedlungsentwicklung vorschlägt.

Begriffserklärung in Kürze – Agglomeration und Raumplanung

Die **Agglomeration Brig-Visp-Naters** umfasst die Gemeinden Baltschieder, Bitsch, Brig-Glis, Eggerberg, Lalden, Naters, Ried-Brig, Termen und Visp. Die Agglomerationskonferenz (AKO) setzt sich aus den Präsidenten dieser neun Gemeinden, den Schreibern der Zentrumsgemeinden Brig-Glis, Visp und Naters sowie dem Chef der kantonalen Dienststelle für Raumentwicklung zusammen.

Siedlungsflächenmanagement wird in diesem Zusammenhang als ein Prozess zur nachhaltigen Siedlungsentwicklung verstanden. Dazu wird eine Übersicht über die Siedlungsflächenpotenziale geschaffen, regelmässig eine Lagebeurteilung erarbeitet und darauf aufbauend eine räumliche Entwicklungsstrategie abgeleitet. Diese enthält die Schwerpunkte und spezifische Massnahmen, um die Flächenpotenziale zu mobilisieren und zu beobachten (Monitoring).

Handlungsraum ist ein Gebiet, das aufgrund der guten Lage, der guten Anbindung an den ÖV und der Vielzahl an Sied-

Instrument der Zukunftsgestaltung

Niklaus Furger, Gemeindepräsident von Visp, schätzt das Projekt für die Agglomeration durchaus als förderlich ein: «Die Probleme des Siedlungsmanagements können fundierter betrachtet werden. Es ist wichtig, dass wir uns mit der Materie befassen, darüber diskutieren. Nicht nur jede Gemeinde für sich, sondern gemeinsam innerhalb der Agglomeration.»

Die Agglomeration wird das weitere Vorgehen und den Umgang mit den Informationen aus dem Projekt Raum+ bis im Sommer diskutieren. Getreu der Fragestellung des Schweizer Schriftstellers Max Frisch: «Die Zukunft ist unvermeidlich, wie also wollt ihr sie gestalten?»

www.rw-oberwallis.ch/raumplus

www.raumplus.ethz.ch

www.vs.ch/raumentwicklung

Kontakt

Ivo Nanzer

ivo.nanzer@rw-oberwallis.ch

Tel. 027 921 18 84

lungsflächenpotenzialen sehr bedeutsam für die Siedlungsentwicklung in den Gemeinden ist. Mit diesen Handlungsräumen sollen sich die Gemeinden vorrangig beschäftigen.

Regulierungsraum definiert ein Gebiet, das meist abgelegen, nicht oder nicht vollständig erschlossen ist, keine Anbindung an den ÖV hat und als Bauland nicht sehr gefragt ist. Dazu erschweren Hindernisse wie das mangelnde Interesse des Eigentümers in vielen Fällen eine Entwicklung oder Mobilisierung. Daher liegt die Priorität bei Regulierungsräumen auf einer genauen Überprüfung in Bezug auf eine bauliche Nutzung.

Schutzraum bezieht sich auf einen Freiraum zwischen den Orten und Siedlungsbereichen. Mit der Festlegung der Schutzräume soll das Wachstum nach aussen begrenzt werden, um zusammenhängende Landschafts- und Naturräume zu schützen, die Landwirtschaft zu sichern sowie eine Zersiedelung des Raumes zu verhindern.

Über Gemeindegrenzen hinweg

Neue Mitglieder in der AKO



AGGLOMERATION
BRIG - VISP - NATERS

Mit Reto Zimmermann, Louis Ursprung und Urban Eyer hat die Agglomerationskonferenz (AKO) seit dem 1. Januar 2013 drei neue Mitglieder. Ihrer Meinung nach hat die Zusammenarbeit über die Gemeindegrenzen hinweg an Bedeutung gewonnen.

Gemäss Reto Zimmermann, Präsident von Eggerberg, hat seine Gemeinde in den letzten Jahren positive Erfahrungen gesammelt. «Wir unterstützen die interkommunale Zusammenarbeit und sehen darin die Chance, ohne Fusion regionale Synergien zu nutzen.» So gehört Eggerberg seit 2005 zur Zivilschutzorganisation der Region Visp. «Einerseits kann die Gemeinde von der professionellen Organisation profitieren und andererseits werden die Ausgaben entlastet.» Gleiches gilt in Eggerberg seit Anfang 2013 auch für die Feuerwehr, die sich der Feuerwehrregion Visp angeschlossen hat. Urban Eyer, Präsident von Ried-Brig, sieht in

einer gut funktionierenden Zusammenarbeit einen Erfolgsfaktor für die Beteiligten. «Aufgrund der Lage bilden die Gemeinden am Brigerberg, Termen und Ried-Brig, eine geografische Einheit. So hat während den letzten Jahren bei verschiedenen Vereinen eine vorgängig erfolgreich gelebte Zusammenarbeit zu einem Zusammenschluss geführt.» Durch die hohen Anforderungen an die Gemeinden werde die interkommunale Zusammenarbeit immer wichtiger. Zu den funktionierenden Beispielen zählt Eyer die Realisierung des Alters- und Pflegeheims Santa Rita oder gegenwärtig die Schaffung einer gemeinsamen Trinkwasserversorgung der Gemeinden Brig-Glis, Termen und Ried-Brig. «Ich bin überzeugt, dass wir in den nächsten Jahren noch in weiteren Bereichen die interkommunale Zusammenarbeit suchen bzw. realisieren werden. Dies immer im Sinne einer Optimierung der Dienstleistungsqualität und dem bestmöglichen Nutzen für die Einwohner.»

Neue Gesichter im Vorstand

Verein Region Oberwallis

Die Delegierten des Vereins Region Oberwallis haben im April mit Irmina Imesch-Studer, Reinhard Imboden, Louis Ursprung und Reto Zimmermann vier neue Gesichter in den Vorstand gewählt und Gilbert Loretan als Präsidenten bestätigt.

Mit Viola Amherd (Brig-Glis), Beat Ritz (Grensiols), Herbert Schmidhalter (Ried-Brig) und Daniel Troger (Raron) waren gleich vier Vorstandsmitglieder bei den Gemeinderatswahlen im vergangenen Herbst nicht mehr angetreten. Sie scheiden damit beim Verein Region Oberwallis automatisch aus dem Vorstand. Die Statuten regeln, dass im 9-köpfigen Vereinsvorstand vier Mitglieder aus den Agglomerationsgemeinden und fünf Mitglieder aus den übrigen Gemeinden vertreten sind. Neben den amtierenden Niklaus Furger (Visp), Egon Furrer (Stalden), Manfred Holzer (Naters), Christian Imsand (Obergoms) und Gilbert Loretan (Varen) wurden neu Irmina Imesch-Studer (Mörel-Filet), Reinhard Imboden (Raron), Louis Ursprung (Brig-Glis) sowie Reto Zimmer-



Der neue Vorstand des Vereins Region Oberwallis (von links): Niklaus Furger, Egon Furrer, Reinhard Imboden, Manfred Holzer, Louis Ursprung, Gilbert Loretan, Irmina Imesch-Studer und Reto Zimmermann (es fehlt Christian Imsand).

mann (Eggerberg) zur Wahl vorgeschlagen. Die Delegierten bestätigten diese Wahl per Akklamation und wählten anschliessend Gilbert Loretan für weitere vier Jahre an die Vereinsspitze. Der Verein umfasst alle 68 Oberwalliser Gemeinden und ist verantwortlich für politische Prozesse, Vernehmlassungen und Stellungnahmen sowie die Verabschiedung des Leitbilds und des Umsetzungsprogramms der Region Oberwallis.

Denn das Gute liegt so nah

(Un)eingeschränktes Potenzial der Regionalvermarktung

Die Vermarktung von regionalen Produkten ist eine mögliche Strategie, den Herausforderungen durch die aktuellen agrarpolitischen Entwicklungen in der Landwirtschaft zu begegnen. Experten sind sich einig, dass die Möglichkeiten in der Regionalvermarktung vielseitig sind und das Potenzial bei Weitem nicht ausgeschöpft ist.

Der Trend der Regionalvermarktung etabliert sich anhaltend und die Reaktionen sind entlang der gesamten Wertschöpfungskette erkennbar: Landwirtschaftliche Produzenten steigen in die Direktvermarktung ein, regionale Produzentengruppierungen investieren in Verarbeitungskapazitäten, überregionale Organisationen bieten ein umfassendes Marketingangebot, Dorfläden führen Produkte direkt ab Hof, grosse Detaillisten lancieren eigene Regionalmarken und der Konsument verlangt zunehmend nach einheimischen Produkten.

Lebensstil Individualismus

Im Konsumverhalten sind heute gleichzeitig gegensätzliche Trends zu beobachten: Während der Preiskampf regiert und Billigmarken steigenden Erfolg verbuchen, sind Premiumprodukte

Projekt Regionale Produkte

Im Oberwallis fehlt bislang eine professionelle, koordinierte Vermarktung von Regionalprodukten. Eine Vorstudie zur Situationsanalyse der landwirtschaftlichen Wertschöpfung hat gezeigt, dass im Oberwallis in der Regionalvermarktung viel ungenutztes Potenzial vorliegt. Im Auftrag der Oberwalliser Landwirtschaftskammer (OLK) arbeitet die RW Oberwallis AG mit dem Vorstand deshalb ein Vorprojekt Regionale Produkte aus. In einer ersten Phase geht es darum, die Ansprüche und Möglichkeiten für die Vermarktung von regionalen Produkten im Oberwallis aufzuzeigen, um die geeignete Vermarktungsstrategie zu bestimmen. Ziel ist es, die Wertschöpfungsketten regionaler Produkte zu stärken, den Produzenten Zugang zu einem professionellen, einheitlichen Marketing zu ermöglichen und vorhandene Synergien zu nutzen. Das Projekt schafft die nötigen Voraussetzungen für eine entsprechende Plattform.



Das Oberwallis hat noch ungenutztes Potenzial bei Regionalprodukten. Foto ©Valais/Wallis Promotion, Christian Perret

im Hochpreissegment ein fester Bestandteil im Lebensmittelsortiment. Die Nahrungsaufnahme muss heute – speziell im immer wichtiger werdenden Ausserhauskonsum – oft einfach und schnell geschehen, im Gegenzug sucht der Konsument das nachhaltige, bewusste Genusserlebnis und sieht sich als differenziertes Individuum. Im Gegensatz zur hoch prozessierten und technologisierten Markenwelt entsteht der Bedarf nach traditionellen Werten und dem Weg zurück zum Ursprung.

Diese Konsumtrends bieten vielversprechende Voraussetzungen für die Vermarktung von regionalen Produkten. Das unterschiedliche Konsumentenverhalten weist aber darauf hin, dass die Zielgruppe bewusst ausgesucht und die Positionierung eines Produktes entsprechend angepasst werden muss. Kann ein Produkt die Bedürfnisse des Kunden befriedigen, ist die Zahlungsbereitschaft aber sehr hoch.

Regionalprodukt ist nicht gleich Regionalprodukt

Aber was ist überhaupt ein Regionalprodukt und wie gross ist das Marktpotenzial tatsächlich? Während der ausländische Tourist eine Bündner Spezialität als Regionalprodukt empfindet, will der einheimische Konsument, dass die Rohstoffe und die Verarbeitung aus einem eng begrenzten Umkreis stammen. Eine Orientierungshilfe bieten hier verschiedene Labels und Dachmarken, die mit ihren Pflichtenheften die Anforderungen an ein Regionalprodukt klar festhalten und damit von herkömmlichen Produkten abheben. Dennoch ist es schwierig, das Marktpotenzial für Regionalprodukte gesamthaft zu erfassen, ohne die klare Abgrenzung zwischen einem regionalen Label-Rüebli

aus der Region Mittelland und einem hausgemachten Zucchini-Chutney vom Bauernhof.

Auf der Datenbasis aller über ein Label oder eine Marke erfassten Regionalprodukte in der Agglomeration Zürich wurde eine Schätzung des Marktpotenzials durchgeführt. Demnach liegt das Mindestpotenzial für regionale Milch- und Fleischprodukte in der betrachteten Region bei jährlich rund 40 Mio. Franken. Bei diesem Ergebnis ist zu berücksichtigen, dass zusätzlich über privat verkaufte Regionalprodukte Umsatz generiert wird. Zudem profitiert die betrachtete Region von einer besonders zahlungskräftigen Zielkundschaft und stark frequentierten Lage durch die Pendlerströme. Zusammen mit der steigenden Nachfrage, dem hohen Bekanntheitsgrad der Grossverteiler oder dem grossen Kundenvertrauen bezüglich der Herkunft und Qualität bei kleinen Detaillisten bietet diese Region eine differenzierte Auswahl an Absatzkanälen.

Angepasste Strategie als Erfolgsfaktor

Die erfolgreiche strategische Positionierung hängt wesentlich von den Produktions- und Standortbedingungen ab, denen der Pro-

duzent ausgesetzt ist und die entscheidend sind für den Marktzugang und -auftritt. Ein grosser Ackerbaubetrieb in Stadtnähe hat die Möglichkeit, Frischgemüse im Detailhandel abzusetzen, ein gemischter Betrieb an einer gut frequentierten Landstrasse kann ein kleines Sortiment im eigenen Hofladen anbieten und der Bergbetrieb produziert einzelne Spezialitäten für den Wandertouristen. Trotz der unterschiedlichen Bedingungen ist das Engagement der Produzenten, die qualitativ einwandfreie, authentische Produkte mit Überzeugung an den Kunden bringen, nach wie vor die wichtigste Voraussetzung für eine erfolgreiche Regionalvermarktung.

Diese Erkenntnisse unterstreichen die verbreitete Ansicht, dass in der Regionalvermarktung viel Potenzial vorhanden ist. Um das gesamte Potenzial zu erschliessen und die grösstmögliche Wertschöpfung zu realisieren, muss aber die Vermarktung entlang der gesamten Vermarktungskette koordiniert werden.

berggebiete.ch hat diesen Artikel zur Regionalvermarktung von Christine Mühlemann im Februar 2013 unter der Rubrik Kolumnen veröffentlicht.

Kontakt
Christine Mühlemann
christine.muehlemann@rw-oberwallis.ch
Tel. 027 921 18 86

Der Rote Hahn als letzter Schrei

Erfolgreiche Regionalvermarktung im Südtirol



Foto ©Roter Hahn

Menschen ein Stück näher an die bäuerliche Südtiroler Lebensart führen. Dieser Mission hat sich der Südtiroler Bauernbund verschrieben, als er im Jahr 1998 die Marke Roter Hahn gegründet hat. Roter Hahn deshalb, da das frühmorgens krähende Tier das verbindende Merkmal aller Bauernbetriebe ist – ob Viehwirtschaft, Obstbau oder Weinbau. Als Symbol strahlt es Selbstvertrauen aus und stellt somit ein lautes und kraftvolles Sprachrohr für alle Bauernbetriebe dar. Ursprünglich angedacht für die «Urlaub auf dem Bauernhof»-Betriebe, steht die Marke inzwischen auch für zwei weitere Angebote: Bäuerliche Schankbetriebe und Qualitätsprodukte vom Bauern. Dr. Hans Josef Kienzl von der Marketingabteilung des Südtiroler Bauernbunds erklärt im Interview, wie die Dachmarke für die Direktvermarktung bäuerlicher Produkte aufgebaut wurde.

www.roterhahn.it

Interview mit ...

Dr. Hans Josef Kienzl
Marketingabteilung
Südtiroler Bauernbund



Wie ist die Marke Roter Hahn entstanden?

Die Marke Roter Hahn ist aus einer Notsituation entstanden. Die Landwirtschaft hat sich in den letzten Jahrzehnten stark verändert. Mit den ortsüblichen kleinen Strukturen des Südtirols konnte auf den Bauernbetrieben kein ausreichendes Einkommen mehr erwirtschaftet werden und die Landwirte waren zunehmend gefordert, einen Zuerwerb aufzunehmen. Bereits seit Mitte 19. Jahrhundert hat sich die Sommerfrische, die Abkühlung in den umliegenden Bergdörfern, etabliert und daraus ist das Angebot «Urlaub auf dem Bauernhof» entstanden. So wurde im Jahr 1998 eine eigene Abteilung Roter Hahn ins Leben gerufen, die diesen Betriebszweig und die Diversifizierung unterstützen und fördern sollte.

Warum wurde die Marke auf regionale Produkte und Schankbetriebe erweitert?

Nach dem grossen Erfolg und dem starken Zuwachs an Übernachtungen bei «Urlaub auf dem Bauernhof» wurde beschlossen, dass zusätzlich auch Schankbetriebe und Direktvermarkter unterstützt werden. Es war naheliegend, dafür eine gemeinsame Marke zu verwenden. Und unter dem Leitbild «Wir bringen Menschen ein Stück bäuerliche Südtiroler Lebensart näher!» lassen sich alle drei Bereiche mit ihren Angeboten vereinen.

Was sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren für Roter-Hahn-Produkte?

Das ist ganz eindeutig die ausserordentliche Qualität der bäuerlichen Produkte und die Positionierung auf dem Markt. Die Authentizität weckt Emotionen und Bilder in den Köpfen der Konsumenten und durch die laufende Kontrolle der Qualität gewinnen wir nachhaltiges Vertrauen. Das ist die einzige Chance, uns auf dem Markt abzuheben. Durch die effiziente Bewerbung erreichten wir Bekanntheit und durch die Qualität die Begehrlichkeit beim Konsumenten.

Wie ist die Organisation zwischen der Marke und den Produzenten aufgebaut?

Roter Hahn verkauft selber kein einziges Produkt, son-

dern bietet lediglich eine Bühne und ein Sprachrohr für die Südtiroler Landwirtschaft. Die Marke steckt ihre ganze Energie in die Produktentwicklung und Weiterbildung der Produzenten. Dadurch, dass die Landwirte selber für das Angebot von Produkten und Dienstleistungen verantwortlich sind, arbeiten sie unentwegt an ihrem Hof und ihren Produkten und entwickeln eine unheimliche Dynamik und Kraft. Durch den Zuerwerb am Hof kann viel Wertschöpfung erreicht werden. Jedoch ist sie kein Allheilmittel. Die Begeisterung des Bauern ist das A und O, von unserer Seite erhält er lediglich die Unterstützung, damit er auch zum Geschäftsmann und Vermarkter wird.

Wie findet der Kunde zu den Roter-Hahn-Produkten?

Jeder Produzent organisiert seinen Vertrieb selber und hat sich je nach Angebot und Standort spezialisiert. Viele bieten ihre Produkte direkt ab Hof an und arbeiten mit professionellen Vertriebspartnern und den lokalen Geschäften zusammen. Wir sind in über 60 Lebensmittelgeschäften und der regionalen Gastronomie vertreten. Dass einige Mitglieder ihre Produkte sogar ins nahe Ausland liefern können, ist natürlich eine besonders schöne Bestätigung für unsere Marke.

Wie sieht die Zukunftsvision der Regionalvermarktung im Südtirol aus?

Ein nächster Schritt bei Roter Hahn wird die Erweiterung des Sortiments auf Honig- und Fleischprodukte sein. Die Entwicklung des Konsumtrends hin zu Halbfertig-Produkten wird sich auch in der Direktvermarktung niederschlagen. Produzenten werden ihre Rohstoffe vor Ort weiterverarbeiten und beispielsweise anstatt nur Kartoffeln noch Kartoffelnockerln anbieten. Ein besonderer Wunsch von mir wäre generell, dass die Bauernmärkte an Durchlässigkeit gewinnen und in Zukunft auch zentrumsferne Kleinanbieter ihre Produkte auf den Markt bringen können. Dadurch würden die Märkte stark an Lebendigkeit und Abwechslung gewinnen.

Per Velo dem Rotten entlang

Nr. 1 von Veloland Schweiz mit Potenzialen

Die 1998 eröffnete nationale Rhone-Route von Veloland Schweiz erfreut sich wachsender Beliebtheit: Die automatische Zählanlage bei Sitten steht im Sommer bei gut 15'000 Velos pro Monat und im Jahr 2012 war die Rhone-Route die Nr. 4 aller buchbaren Angebote von Schweiz Mobil. Dieser Erfolg ist Bestätigung und Verpflichtung zugleich: In den kommenden Jahren soll die Rhone-Route infrastrukturell schrittweise verbessert werden. Dies nicht zuletzt aufgrund teils massiver Investitionen in vergleichbare Konkurrenzangebote im Ausland.

Die Chancen der Rhone-Route sind insgesamt hervorragend: Im internationalen Vergleich gibt es kaum eine Flussroute mit einer derart imposanten Bergkulisse. In Andermatt beginnend führt sie über den Furkapass vom Goms durch das Rhonetal an den Genfersee durch die Lavaux-Rebberge bis in die Weltstadt Genf. 350 abwechslungsreiche Kilometer, über 80 velofreundliche Beherbergungspartner, diverse buchbare Angebote, zahlreiche Velovermietstationen, mehr als 60 Sehenswürdigkeiten sowie eine umfassende Kommunikation in Web und Print machen die Rhone-Route zu einem der wichtigsten Angebote von Schweiz Mobil, dem offiziellen Netzwerk für den touristischen Langsamverkehr in der Schweiz.

Grundlagen für eine gute Qualität

Attraktive, sichere und zusammenhängende Velorouten sind eine wichtige Voraussetzung dafür, dass das Velo als Verkehrsmittel noch stärker genutzt wird. Touristische Velorouten wie die Rhone-Route dienen vor allem «dem Weg als Ziel», etwa für Mehrtagesreisen, Tagesausflüge oder Trainingsfahrten. Solche Routen wer-

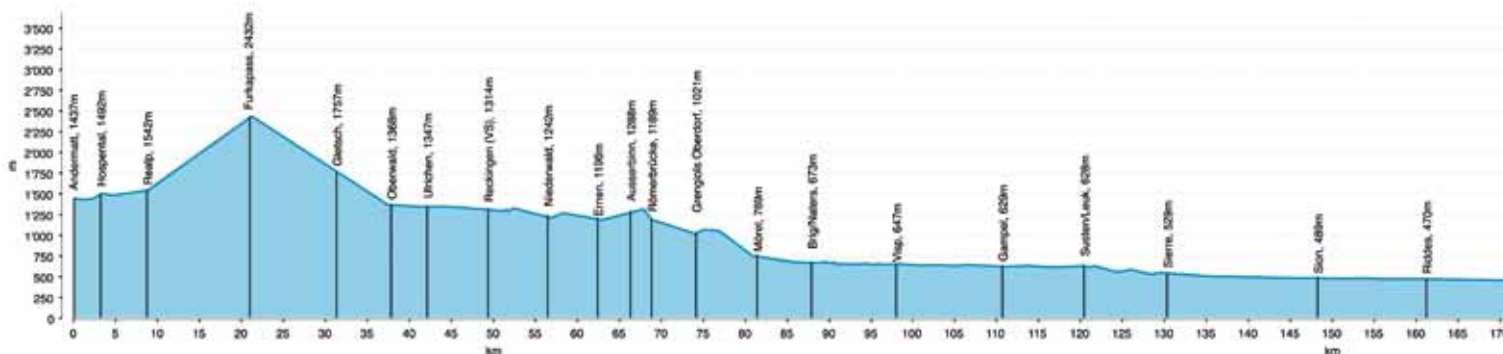
den wo immer möglich in landschaftlich attraktiver und ruhiger Umgebung geführt.

Für den Freizeit- und Tourismusverkehr von Bedeutung sind die Umfeldqualität, Verkehrsregime und -belastung sowie Gefahrenstellen. Positiv auf die Umfeldqualität wirken sich unter anderem eine abwechslungsreiche Umgebung, die Nähe zum Routenthema, intakte Naturlandschaften, Aussichten und Ruhe aus. Im Bereich des Kriteriums Verkehrsregime und -belastung sind vor allem motorfahrzeugfreie bzw. -arme Strassen und Wege bedeutend. Gefahrenstellen wie Strassen mit riskanten Richtungswechseln oder ungeeignete Radverkehrsanlagen sind zu vermeiden bzw. zu sanieren.

Neben der Weginfrastruktur ist eine lückenlose und gut unterhaltene Wegweisung von zentraler Bedeutung. Als weltweit einziges Land verfügt die Schweiz über ein einheitliches Signalisationssystem für alle Velo-, Wander-, Mountainbike- und Skatingrouten. Die Grundlagen sind in der Schweizer Norm SN 640 829a geregelt und somit für alle Behörden – lokal, regional und national – verbindlich.

Veloland 2030: Fitnessprogramm für die Zukunft

Die 1998 eröffneten nationalen Veloland-Routen sind auch heute noch vielerorts attraktiv, sie entsprechen aber nicht mehr überall den Kundenbedürfnissen. Im Vergleich zu Top-Routen in Deutschland, Frankreich oder Tschechien ist das Veloland Schweiz zwar kommunikativ nach wie vor Spitzenreiter, infrastrukturell jedoch einer immer härteren Konkurrenz ausgesetzt. Wird nicht Gegensteuer gegeben, ist der künftige Erfolg ernsthaft bedroht. Diese Ausgangslage hat Schweiz Mobil veranlasst, im Jahr 2011 in Abstimmung mit Bund und Kantonen das nationale Programm





Eine der schönsten Velorouten der Schweiz: die Rhone-Route. Foto ©Schweiz Mobil

Veloland 2030 zu lancieren. Es umfasst schweizweit 430 detailliert aufbereitete Vorschläge für infrastrukturelle Verbesserungsmassnahmen. Für die Rhone-Route wurden zirka 35 Massnahmen vorgeschlagen.

Im Oberwallis zwischen Oberwald und Siders werden verschiedene Verbesserungen angeregt: Im Obergoms liegen die Ursachen meist im Bereich der Belagsqualität, etwa bei den Abschnitten Ulrichen–Münster, Reckingen–Gluringen und Biel–Niederwald. In anderen Gebieten wie Mörel–Bitsch, Visp, Baltschieder und Pfywald sind Optimierungen aufgrund des motorisierten Verkehrs und damit verbundener Gefahrenstellen nötig. Weitere Auslöser für Veloland-2030-Vorschläge liegen in der fehlenden Direktheit, beispielsweise in den Abschnitten Bratsch und Raron–Niedergesteln. Vielfach überlagern sich diese Schwachstellen mit dem Kriterium Umfeldqualität. Die einzelnen Massnahmenvorschläge verstehen sich als erste Anregungen. Verschiedene Stellen und

Ebenen sind in deren Abklärungen einbezogen: Neben der für die Rhone-Route zuständigen Dienststelle für Strassen, Verkehr und Flussbau sind dies die Regionen, Gemeinden sowie fallweise private Grundeigentümer. Die 3. Rhonekorrektur nimmt ebenfalls Einfluss, da deren Perimeter sich oft mit den Korridoren von Veloland 2030 überlagert und somit eine einzigartige Chance für die infrastrukturelle Entwicklung darstellt. Dass ambitionöse und substanzielle Verbesserungen machbar sind, zeigt das Beispiel der Verlegung zwischen Ernen und Mörel (Ausserbinn), die in den Jahren 2006 bis 2008 realisiert wurde.

Ausblick: Rhone-Route und Euro Velo

Der Velotourismus gewinnt in vielen Ländern Europas an Bedeutung. Deshalb werden auch vermehrt transnationale Angebote entwickelt. Im Zusammenhang grenzüberschreitender Kooperationen stellen sich Herausforderungen unter anderem in den Bereichen Organisation, Kommunikation und Signalisation.

Euro Velo hat sich in den letzten Jahren als die einzig relevante und nachhaltige Plattform für internationale Radrouten erwiesen. Die aktuell 14 Euro-Velo-Routen werden vor allem via Internet (www.EuroVelo.com) sowie in Printform mittels einer europaweiten Übersichtskarte kommuniziert.

Die Integration der internationalen Rhone-Route in das Euro-Velo-Netzwerk wird seit kurzem diskutiert. Die ersten Einschätzungen der involvierten Partner in Frankreich und der Schweiz sind positiv. Die Integration der Rhone-Route in Euro Velo würde deren internationale Ausstrahlung und europaweite Kommunikation deutlich verbessern. Dies wiederum würde der weiteren Nachfragesteigerung dienen, was die Rhone-Route mit dem verlockenden Ziel Mittelmeer zweifelsohne verdient hätte.

www.veloland.ch

Autor

Lukas Stadtherr von der Stiftung Schweiz Mobil über die Rhone-Route und ihre Potenziale.





Büffeln im öffentlichen Interesse

Aus- und Weiterbildung für Gemeinden

Seit dem 1. Januar 2013 sind die neuen Gemeinderäte im Amt. Für manche war es der berühmte Sprung ins kalte Wasser. Denn die neue Aufgabe erfordert nicht nur Zeit, sondern auch gewisse Kenntnisse auf bis dahin unbekanntem Terrain. Die Aus- und Weiterbildungsreihe für Gemeinden hilft, Wissenslücken zu schliessen und neue Verbindungen zu knüpfen. Das Angebot wird rege genutzt.

Im Auftrag des Verbands der Walliser Gemeinden (VWG) und des Vereins Region Oberwallis organisiert die RW Oberwallis AG bis in den Herbst hinein insgesamt 17 Kurse. Das Angebot richtet sich nicht einzig an Gemeinderäte, sondern auch an Mitarbeitende in Gemeindeverwaltungen, an Zweckverbände und Bürger-schaften. Das Modul A konzentriert sich auf die verschiedenen Ressorts wie Finanzen, Energie oder Gesundheit. Vertretende der kantonalen Dienststellen und weitere Fachleute führen praxisnah in die Aufgaben der verschiedenen Ressorts ein. Die Teilnehmer können zudem erste Kontakte mit den Ansprechpartnern bei den kantonalen Stellen knüpfen, was gegenseitig durchaus geschätzt wird.

Der Weg als Ziel

Das Modul B befasst sich mit der strategischen Steuerung einer Gemeinde und dem Regionalmanagement, der Kernkompetenz der RW Oberwallis AG. Gemäss Geschäftsleiter Roger Michlig ist bei diesem Modul der viel zitierte Weg das Ziel: «Es geht darum, dass sich die Gemeinden mit ihrer Zukunft auseinandersetzen und die Teilnehmer selber für die strategischen Themen sensibili-

Marianne Müller
Gemeindepräsidentin Inden



Die Gemeinde Inden hat vor rund sieben Jahren eine Gemeindestrategie entwickelt, die auf drei Schlüsselerlebnissen aufbaut. Dieser Kurs hat mir bestätigt, dass wir damit auf dem richtigen Weg sind, dieser aber nicht in Stein gemeisselt ist. Wir können auf dem eingeschlagenen Weg weiterarbeiten, müssen unsere Strategie als Instrument aber auch weiterentwickeln.

Iris Kündig Stössel
Gemeinderätin Zermatt



Im Kurs habe ich gelernt, dass eine Strategie auch im öffentlichen Bereich ein wichtiges Instrument ist und trotzdem Spielraum für Visionen lässt. Das ist wichtig für Zermatt. Natürlich versuche ich, meine Gemeinderatskollegen mit dem gewonnenen Wissen zu bereichern und hoffe, dass ich meinerseits die strategische Denkweise vermehrt einbringen kann.

siert werden. Sie sollen strategisches Denken verstehen und entwickeln und schliesslich hilfreiche Instrumente richtig einzusetzen wissen. Das hilft bei der täglichen Arbeit auf der für Gemeinderäte wichtigen strategischen Ebene.» Im ersten Kurs wurde aufgezeigt, wozu eine Gemeinde überhaupt eine Strategie braucht. Was die Teilnehmer mit auf den Weg genommen haben, zeigen die Aussagen in den Kästen auf. Unabhängig von der Aus- und Weiterbildung für die Gemeinden unterstützt die RW Oberwallis AG Gemeinden bei diesem Strategieprozess. Das Ergebnis einer Strategieerarbeitung gibt schlussendlich die Leitplanken vor, die eine Priorisierung der künftigen Projekte für die Gemeinde erleichtern soll.

Bis zur Sommerpause findet noch ein Kurs der Aus- und Weiterbildungsreihe für Gemeinden statt. Die Kurse sind mit über 200 Einschreibungen und rund 90 Teilnehmern gut angelaufen.

www.rw-oberwallis.ch/weiterbildung

Philipp Matthias Bregy
Gemeinderat Naters



Es ist wichtig, als Gemeinderat den strategischen Blickwinkel zu bewahren. Das wiederum ist nicht einfach, weil uns die Alltagsgeschäfte in unseren verschiedenen Ressorts stark einnehmen. Der Kurs hat mir einmal mehr die Wichtigkeit von mittel- und langfristigen Überlegungen aufgezeigt. Das heisst, nicht nur ans Trottoir links oder rechts denken, sondern überlegen, wo die Fussgänger in 10 Jahren entlang gehen sollen.

Logische Konsequenz im Oberen Goms

Fusionsbericht gestartet

Im Oberen Goms wird das Ziel verfolgt, in dieser Legislaturperiode die Grundlagen zu einer möglichen Fusion der Munizipal- und Burgergemeinden auszuarbeiten. Die Gemeinderäte von Obergoms, Münster-Geschinen, Reckingen-Glurigen, Grafschaft, Blitzingen und Niederwald haben entschieden, einen Fusionsbericht in Auftrag zu geben.

Die sechs Gemeinden im Oberen Goms arbeiten bereits seit Sommer 2011 eng zusammen. In einem sogenannten Leitungsgremium haben die Gemeindepräsidenten seither alle überkommunalen Aufgaben besprochen und gemeinsam Lösungen erarbeitet. Dazu zählen die Sicherstellung der regionalen Ambulanz oder der gemeinsame Leistungsauftrag der Gemeinden an die neu gegründete Obergoms Tourismus AG. «Aus dieser Zusammenarbeit haben sich Entwicklungsperspektiven für den Raum Oberes Goms ergeben, die die Gemeinden in einem regionalen Strategieplan definiert haben», erklärt Tamar Hosennen, Projektleiterin der RW Oberwallis AG. «Diese strukturierte interkommunale Zusammenarbeit ist der Ausgangspunkt und zugleich die logische Konsequenz für den Fusionsbericht.» Die RW Oberwallis AG ist mit der Prozessleitung beauftragt und wird die Gemeinden in der Mandatsausschreibung und im gesamten Verfahren unterstützen.

Inhalt des Grundlagenberichts

Der Fusionsbericht soll die rechtlichen, finanziellen und politischen Folgen einer Fusion und deren Vor- und Nachteile aufzeigen. «Die Aufgaben jeder einzelnen Gemeinde werden immer komplexer. Entsprechend gilt es, in dem Fusionsbericht alle mög-



Die Gemeindepräsidenten des Oberen Goms informieren an einer Medienkonferenz über das geplante, gemeinsame Vorgehen.



Das Obergoms geht mit dem Fusionsbericht nach einer intensiven interkommunalen Zusammenarbeit einen Schritt weiter. Foto ©Valais/Wallis Promotion,

Christian Perret

lichen Blickwinkel zu durchleuchten», erklärt Tamar Hosennen. Dabei werden unter anderem folgende Fragen beantwortet: Wie entwickelt sich die Bevölkerung? Wie kann die Behördenorganisation strukturiert werden? Wie wirkt sich eine Fusion finanziell aus? Wo liegen die Chancen und wo die Gefahren in Bezug auf die Dienstleistungen an die Bevölkerung?

Vorgehen in mehreren Phasen

Gemeinderäte, Burgerräte und leitende Verwaltungsangestellte erhalten im Spätsommer ausführliche Informationen über Ziele, Organisation, gesetzliche Grundlagen und Inhalte des Fusionsberichts. Das eingesetzte Leitungsgremium, bestehend aus den Gemeindepräsidenten und Gemeindeschreibern, organisiert und leitet den Fusionsbericht. Ein Fachbüro erstellt den Bericht bis Anfang 2015 unter Mitwirkung aller Gemeinderäte und Arbeitsgruppen. Anschliessend müssen die Gemeinderäte den Bericht genehmigen, bevor er veröffentlicht wird und in die Vernehmlassung zur kantonalen Vorprüfung geht. Die Bevölkerung kann den Bericht an mehreren Informationsveranstaltungen diskutieren. Aufgrund des Berichts und der Rückmeldungen wird schliesslich die Grundlage (Vertrag, Reglement usw.) erstellt. Ziel ist es, dass die Bevölkerung noch in dieser Legislaturperiode an ausserordentlichen Versammlungen über den Fusionsbericht abstimmt.

Welche Bereiche werden durchleuchtet?

- **Strategische Politikfelder:** Bevölkerungsentwicklung, Raumplanung, Wirtschaft, Finanzen
- **Organisation und Personal:** Behördenorganisation, Verwaltungsorganisation, Personal, Raum, Informatik
- **Dienstleistungen:** Schulen und Bildung, Versorgung und Entsorgung, öffentlicher Verkehr, Erschliessung und Infrastruktur, Dienstleistungen der Verwaltung, Justizdienstleistungen, Sportanlagen/Freizeit und Kultur, Gesundheit und Soziales, Blaulichtorganisationen
- **Gesellschaftspolitik:** politische Organisation/Struktur, Bürgergemeinde, Minderheitenschutz, Identität
- **Gebietskörperschaften:** Pfarreien, Bürgergemeinden, übergeordnete Ebene
- **Zusammenarbeit und gemeinschaftliche Aufgabenerfüllung:** vertragliche Zusammenarbeit zwischen Gemeinden, Gemeinschaftsinstitutionen (Zweckverbände), vertragliche Zusammenarbeit mit Dritten

www.rw-oberwallis.ch/oberes-goms

Kontakt

Tamar Hosennen
tamar.hosennen@rw-oberwallis.ch
Tel. 027 921 18 83

Im Dienst der Innovationsförderung

Neue Geschäftsleitung bei der CimArk AG

Seit Januar 2013 ist Paul-André Vogel neuer Direktor der CimArk AG. Der frühere Vizedirektor hat die Geschäftsleitung von Dominique Perruchoud übernommen, der nun Verwaltungsratspräsident des Unternehmens ist. Seit über 20 Jahren fördert die CimArk AG Innovationen innerhalb und ausserhalb des Wallis. Zu den aktuellen Herausforderungen gehört die Mitarbeit am Aufbau des künftigen Campus der EPFL im Wallis.

Mit dem Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit der Walliser Unternehmen zu erhöhen, wurde im Jahr 1991 der Verein CIMTEC-Wallis mit rund 200 Mitgliedern gegründet. 2004 wurde dann zusammen mit dem Kanton die Stiftung The Ark ins Leben gerufen und der Verein in die CimArk AG überführt. Über all die Jahre hinweg hat sich CimArk als wichtiges Werkzeug der Walliser Wirtschaftsentwicklung etabliert.

Dominique Perruchoud stand seit den Anfängen an der Front im Dienste der Innovationsförderung. Er hat anfangs Januar die Geschäftsleitung an Paul-André Vogel übergeben. Als Ingenieur und Experte der Eidgenössischen Kommission für Technologie und Innovation (KTI) arbeitet Vogel seit vielen Jahren aktiv und in der ganzen Schweiz im Bereich der Innovationsförderung. In der Geschäftsleitung wird er unterstützt durch Sébastien Mabillard und Frédéric Bagnoud.

Mit einem Team von 21 Mitarbeitenden unterstützt CimArk sowohl bestehende Unternehmen als auch junge Unternehmer innerhalb aber auch ausserhalb des Wallis. Die Unterstützung geht von der Entwicklung neuer Produkte und Angebote über die internen Prozesse bis hin zur Erschliessung neuer Märkte. Jungunternehmen, sogenannte Start-ups, machen rund einen Drittel der Aktivitäten von CimArk aus. Ein weiteres Drittel geht zu Gunsten bestehender Unternehmen, sogenannte KMU (kleine und mittlere



Paul-André Vogel, gebürtig aus Unterbäch, ist seit Anfang 2013 Direktor der CimArk AG. Foto ©CimArk AG

Unternehmen). Das letzte Drittel wird für die Zusammenarbeit mit Hochschulen und Forschungsinstituten eingesetzt. In dieser Zusammenarbeit geht es darum, Ergebnisse aus den Arbeiten an den Hochschulen zu verwerten und wenn möglich und sinnvoll den Unternehmen zu Gute kommen zu lassen.

Im Rahmen einer Vereinbarung zwischen dem Kanton Wallis und der ETH Lausanne (EPFL) soll in Sitten, südlich des Bahnhofs, ein Hochschulcampus entstehen. In diesem Campus sollen in Zukunft die Aktivitäten der EPFL im Bereich der Energie sowie in Teilbereichen der Gesundheit mit den Aktivitäten der Fachhochschule Wallis zusammengeführt werden. Zu diesem einzigartigen und für das Wallis zukunftsreichen Konzept gehört auch ein Innovationsquartier, an dessen Aufbau CimArk aktiv mitarbeiten wird.



Foto ©Valais/Wallis Promotion, Céline Ribordy

Projektlandkarte

Ein aktueller Überblick

RW Oberwallis

Regions- und Wirtschaftszentrum Oberwallis AG



Die Projekte der RW Oberwallis AG sind in 3 Schwerpunkte und das Oberwallis in 4 unterschiedliche Raumzuordnungen eingeteilt.

