

OTTO'S 40 JAHRE ANS ANNI

12 e mezzo Negroamaro di Puglia IGP
Jahrgang 2017*
- Traubensorte: Negroamaro

4,95 Preis-Hit

29,70 Preis-Hit

6 x 75 cl

Auch online erhältlich: ottos.ch

Fanta oder Sprite
Fanta Orange, Exotic, Himbeer/Passionsfrucht, Lemon oder Sprite

je 24 x 33 cl

11,95 Preis-Hit

Alprose
Prestige Schokolade, assortiert, 40 x 100 g

25,- Preis-Hit

40 Tafeln

Auch online erhältlich: ottos.ch

Barilla
z.B. Selezione Oro Chef Orecchiette oder Trofie Liguri

1 kg

2,95 Konkurrenzvergleich 5,-

Auch online erhältlich: ottos.ch

Ariel
Pods, flüssig oder Pulver

je 80 WG

22,95 statt 54,95

14,95 statt 35,95

Auch online erhältlich: ottos.ch

KRUPS Kaffee-Vollautomat Arabica EA81 Fully Auto
LCD-Display, Temperatur-/Mahlgrad-einstellung, Dampf-düse

329,- statt 599,-

Auch online erhältlich: ottos.ch

ARIEL

je 130 WG

27,95 statt 71,95

Auch online erhältlich: ottos.ch

Hugo Boss
Bottled Homme EdT Vapo 100 ml

49,90 Konkurrenzvergleich 92,90

Auch online erhältlich: ottos.ch

Kappa Life
Herren-Poloshirt, Gr. M-2XL, 100% BW, div. Farben

14,90 Konkurrenzvergleich 39,90

Kappa

Damen-Unterhemd
Gr. S-2XL, 100% BW, div. Farben

5,90 Preis-Hit

Velobekleidung
Gr. S-XL, div. Farben, schwarz oder pink

je 29,90

mit Sitzpolster

Wickergarnitur Orlando
Kunststoff graphit, Kissen Stoff (Polyester) grau, Sessel: 65 x 75 x 65 cm, Bank: 126 x 75 x 65 cm, Beistelltisch: 75 x 43 x 59 cm

298,-

Auch online erhältlich: ottos.ch

Filialen in Ihrer Nähe:
• Gamsen • Sierre

Nachgefragt | Damian Constantin, neuer Präsident von AlpNet

«Dem Wallis wird grosser Respekt gezollt»

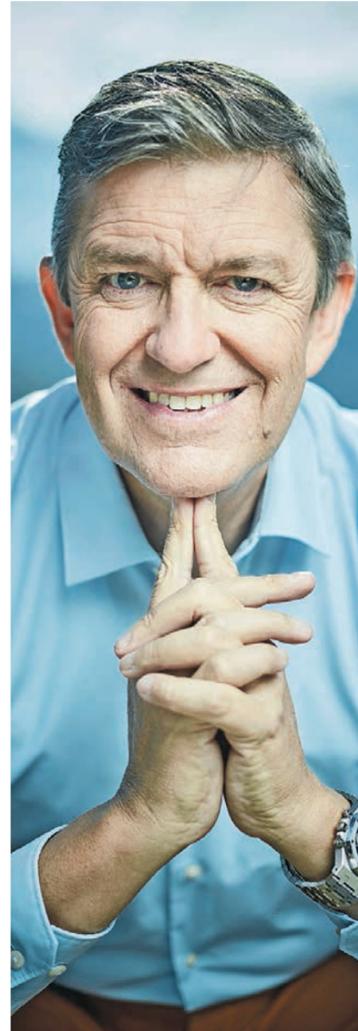
SITTEN | Zehn führende Tourismusorganisationen gehören dem Verein AlpNet an. Das Netzwerk will den Tourismus im Alpenraum stärken. Damian Constantin, Direktor von Valais/Wallis Promotion, ist seit Anfang des Jahres der neue Präsident von AlpNet. Was bringt so ein Netzwerk? Und wie wird das Wallis in den anderen Alpreregionen wahrgenommen?

Damian Constantin, weshalb braucht es ein alpenweites Tourismusnetzwerk wie AlpNet überhaupt?
«Wir alle stehen im Alpenraum vor ähnlichen Herausforderungen. Wir müssen uns dem globalen Wettbewerb stellen. Durch AlpNet können wir uns aktiv austauschen und voneinander profitieren. Gemeinsam können wir Themen definieren, die wir im Alpenraum angehen müssen.»

Inwiefern profitiert das Wallis von AlpNet?
«Durch diesen alpinen Austausch profitiert das Wallis von den Erfahrungen der anderen Regionen. Was funktioniert und was nicht? Dasselbe gilt auch umgekehrt. Die intersektorielle Promotion beispielsweise ist sehr spezifisch für das Wallis. Seit Anfang 2019 geht nun auch Tirol diesen Weg. Es zeigt sich also: Der Austausch führt zu neuen Ideen, die natürlich jede Region für sich interpretiert und entsprechend umsetzt.»

Kurz nach Ihrer Wahl zum AlpNet-Präsidenten haben Sie betont, dass die Regionen kooperieren müssen, um die alpinen Herausforderungen zu meistern. Welche Kooperationen meinen Sie damit?
«Ein Beispiel ist die Marktforschung. In diesem Bereich arbeiten wir bereits jetzt sehr eng zusammen. Stehen für den Alpenraum wichtige Themen an und wir haben noch zu wenig Informationen zur Hand, lancieren wir gemeinsam eine länderübergreifende Marktforschung. So können wir die Kosten teilen und gewinnen eine grössere Fülle an Informationen.»

Und was geschieht mit diesen gesammelten Informationen?
«Wir definieren gemeinsam einen Schwerpunkt. In diesem Jahr liegt unser Fokus auf der Gastronomie und den lokalen Produkten im Alpenbogen. Zusammen diskutieren wir, wie wir diese Themen inszenieren und vermarkten können. Der Austausch findet aber nicht nur auf Direktionsstufe statt. Ist eine Region in einem bestimmten The-



Neue Aufgabe. Damian Constantin.
FOTO SEDRIK NEMETH

endlich bleiben die Regionen Konkurrenten.
«Die Konkurrenten des Wallis sind nicht hauptsächlich die anderen Regionen aus dem Alpenbogen. Die Konkurrenz ist global und in ganz anderen Bereichen. Vereinfacht gesagt müssen wir uns gegen das Meer oder die Kreuzfahrtschiffe behaupten. Aus diesem Grund finden wir in unserem Netzwerk auch einen gemeinsamen Nenner. Der Austausch ist sehr transparent und kollegial.»

Einen gemeinsamen Nenner wie den Schneesport beispielsweise?
«Genau. Beim Thema Schneesport haben die alpinen Regionen grundsätzlich alle dasselbe Interesse. Wir alle möchten möglichst viele Menschen für den Schneesport oder das Erlebnis Berge begeistern. Wir stehen alle vor denselben Herausforderungen. Ob wir Menschen in der Schweiz, in Österreich oder in Italien für den Schneesport begeistern können, spielt an und für sich keine zentrale Rolle. Im Endeffekt profitieren alle.»

AlpNet vereint zehn führende alpine Tourismusorganisationen. Wie wird das Wallis wahrgenommen?
«Das Bild vom Wallis ist sehr positiv. Einerseits wird das Wallis als Region geschätzt, mit seinen Bergen und Produkten. Andererseits wird uns grosser Respekt dafür gezollt, dass wir vor Jahren den Mut aufgebracht haben, konsequent den Weg der intersektoriellen Promotion einzuschlagen.»

Zwei renommierte Tourismusprofessoren der Uni St. Gallen haben kürzlich das Auslandsmarketing der Tourismusorganisationen kritisiert. Es werde viel Geld investiert, mehr Gäste kämen dadurch allerdings nicht. Grund: Die meisten Organisationen seien selber keine touristischen Anbieter und würden keine eigenen Produkte verkaufen. Was sagen Sie dazu?
«Marketing ist immer ganzheitlich. Das beste Marketing ist das Produkt. Valais/Wallis Promotion setzt konsequent auf die Wertschöpfungskette. Das heisst: Das Produkt muss qualitativ hochstehend sein. Dessen Inszenierung muss inspirieren und informieren. Die Entwicklung eines Produktes allein genügt jedoch nicht. Auch die Kommerzialisierung spielt eine wichtige Rolle. Denn das Produkt muss schlussendlich auch gekauft werden können. Erst dann wird Mehrwert für das gesamte System generiert.»

«Die Konkurrenten des Wallis sind nicht hauptsächlich die anderen Regionen aus dem Alpenbogen. Die Konkurrenz ist global und in ganz anderen Bereichen»

ma weiter als eine andere, können wir über unser Netzwerk auch die jeweiligen Mitarbeitenden miteinander in Kontakt bringen.»

Eine Zusammenarbeit kann befruchtend sein. Aber schluss-

Interview: Matthias Summermatter

Bildung | Für neugierige Kinder Kinder-Uni lockt

BRIG-GLIS | Neugierigen Kindern wirtschaftliche oder musische Themen näherbringen – die Kinder-Uni macht's.

Nach den Sportferien werden sich Lehrpersonen des Briger Kollegium Spiritus Sanctus und wissensbegierige Kinder während rund einer Stunde solchen Themen widmen. Die Veranstaltungen werden von der Mediathek Wallis in Brig organisiert.

Die Kinder-Uni steht allen Kindern im Alter zwischen acht und zwölf Jahren offen und kann kostenlos besucht werden. Aufgrund der grossen Nachfrage ist die Teilnahme auf zwei Anlässe pro Kind beschränkt.

«Darf man mit einem Kunstwerk spielen?» – auf diese Frage gibt es am 13. März bei Hansruedi Frey Antworten. Mit Petra Fankhauser Mengis lässt es sich am 27. März künstlerisch betätigen und herausfinden, ob man mit Schraubenziehern Bilder herstellen kann. Am 3. April machen sich Manuela Lochmatter-Vogel und Christof Perrig mit den Kindern Gedanken über Geld und andere Zahlungsmittel. Die Frage lautet hier, ob es Geld braucht. «Wie wird ein Hit zum Hit?» überlegen sich Paul Locher und Stefan Ruppen am 10. April, dabei dürfen die Kinder gleich selbst zu einem Instrument greifen. Anne-Ruth Margelist und Adrian Zenhäusern gehen am 24. April der spannenden Frage nach, wie viel Musik in einer PET-Flasche steckt.



Spannend. Etwas ausprobieren – dies macht Kindern Spass.
FOTO ZVG