

Medienmitteilung

Medienkontakt

media@vaud-promotion.ch

+41 21 613 26 16

WAADTLAND: EINE DESTINATION MIT ANZIEHUNGSKRAFT UND NEUEM SELBSTBEWUSSTSEIN

Es ist ein ambitioniertes Versprechen, das der Kanton Waadt macht: Es gibt auf der Welt keinen besseren Ort, um zu reisen, zu leben, sich zu bilden und sich zu vergnügen. Die Organisation Vaud Promotion vermarktet im Auftrag der Waadtländer Regierung diesen einzigartigen Ort. Nun gibt Vaud Promotion die neue Strategie bekannt. Eine klare Positionierung, die Weiterentwicklung zu einer Ganzjahresdestination und eine verstärkte Zusammenarbeit mit den Vertretern der wichtigsten Branchen sind dabei zentral.

Lausanne, 14. September 2023 – Die im Jahr 2021 von der Waadtländer Regierung ins Leben gerufene Organisation Vaud Promotion ist innovativ und branchenübergreifend aufgestellt. Ihre Aufgabe: den Bekanntheitsgrad des Kantons Waadt zu erhöhen, dessen Wertschöpfung zu stärken und seine vielen Vorzüge in den Vordergrund zu rücken. Dabei vereint Vaud Promotion mit der Wirtschaft, dem Tourismus, dem Hochschulwesen, der Kultur, der Weinproduktion sowie dem Sport nicht nur alle relevanten Branchen, die Organisation schafft auch ein gemeinsames Verständnis für die Werte des Waadtlands.

Nach einer Phase des Aufbaus gibt Vaud Promotion nun die neue Strategie bekannt. Die zwei Hauptziele sind: die Bekanntheit und die Attraktivität des Kantons weiter zu steigern und die touristische Wertschöpfung mit mehr Besucherinnen und Besuchern zu stärken. Letzteres insbesondere dank einer längeren durchschnittlichen Aufenthaltsdauer (derzeit bei weniger als zwei Tagen). Vaud Promotion lanciert deshalb demnächst eine digitale Kampagne, die die Angebote der 13 Tourismusregionen und weiterer Destinationen bewirbt.

«Das Zusammenspiel der verschiedenen Partner im Rahmen der Kampagne ist für die einheitliche und wirkungsvolle Vermarktung entscheidend», betont Staatsrätin Isabelle Moret, Vorsteherin des Departements für Wirtschaft, Innovation, Arbeit und Kulturerbe. «Unsere Unterstützung der Angebotsinitiativen und des Ausbaus der Infrastruktur steht im Einklang mit der angestrebten Entwicklung des Kantons zu einer Ganzjahresdestination.»

Valérie Dittli, Staatsrätin zuständig für Finanzen und Landwirtschaft, zeigt sich begeistert: *«Das Waadtland mit seinen Weinbergen und seinen Landwirten, Produzenten und Handwerkern, die vielfältige Produkte hervorbringen, ist eine unvergleichliche Feinschmeckerregion. 1600 Produkte und 160 Produzenten tragen das Label VAUD CERTIFIE D'ICI, was das Waadtländer Savoir-faire und unser Bekenntnis zu kurzen Wegen und nachhaltigem Konsum bezeugt.»*

Um Talente, Studierende, Touristen, Besucherinnen und Besucher, Sportlerinnen und Sportler sowie Kultur- und Naturfans anzuziehen, setzt Vaud Promotion nicht zuletzt auf die wachsende Gruppe VAUD AMBASSADEUR. Diese Botschafter, allesamt bekannte Namen aus allen Regionen des Kantons, sollen Gäste zu längeren Aufenthalten animieren, die Bekanntheit des Kantons steigern und den Absatz lokaler Produkte ankurbeln.

Was verspricht das Waadtland der Welt?

Nicht weniger als einer der besten Orte der Welt zu sein! Und zwar um zu reisen, zu leben, zu essen, zu arbeiten, zu verweilen, um Kultur zu geniessen, Sport zu treiben, sich weiterzubilden. Und: um über die beeindruckende Landschaft zwischen Seen und Bergen mit fast 3000 Metern Höhenunterschied zu staunen.

Michel Rochat, Präsident von Vaud Promotion, schwärmt: *«Welche andere Region wartet mit einer solchen Lebensqualität und Wirtschaftskraft auf? Das CHUV ist eines der besten Krankenhäuser der Welt. Die ETH Lausanne, die Hotelfachschule und die Uni Lausanne sowie das Managementinstitut IMD sind weltweit renommierte Bildungsinstitutionen. Das Montreux-Jazz-Festival, das Paléo in Nyon und das Lausanner Museumsviertel Plateforme 10 gelten als aussergewöhnliche kulturelle Angebote. Das sind weltweit bekannte Marken! Dazu kommen hochgelobte Weine, die ausgezeichnete Gastronomie und Hotellerie, der Status als olympische Hauptstadt und nicht zuletzt unsere Tourismusdestinationen mit ganz unterschiedlichen Reizen.»*

Florence Renggli, Geschäftsführerin von Vaud Promotion, bestätigt: *«Es gibt weder in der Schweiz noch auf der Welt eine vergleichbare Region. Das Waadtland ist ein einzigartiges Schweizer Juwel, die Essenz dessen, was die Schweiz ausmacht. Was für uns Waadtländerinnen und Waadtländer selbstverständliche Realität ist, wollen wir nun mit einem neuen Selbstbewusstsein verstärkt nach aussen tragen.»*

Auch für die Schweiz ein Trumpf

Um auch die Waadtländerinnen und Waadtländer einzubinden und den Stolz auf ihre Heimat zu fördern, startet zunächst vor Ort eine weitere Kampagne mit dem Slogan «Ça commence ici». Diese Kampagne wird im Anschluss in den touristischen Schlüsselmärkten (Schweiz, Frankreich, Italien, Deutschland, Benelux, Grossbritannien, Nordamerika und Mittlerer Osten) zu sehen sein.

Viele Gesichter und viele Orte werden demnach die Vielfalt des Kantons Waadt international, national und kantonal repräsentieren. Sie stehen damit für die landschaftliche Einzigartigkeit und Exzellenz eines Kantons und gleichzeitig für die Schweiz als Ganzes.

Der Aktionsplan der Strategie von Vaud Promotion:

- Enge Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus zur Stärkung der Visibilität der Destinationen und der 13 Tourismusregionen in der Schweiz und weltweit.
- Verlängerung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer (aktuell weniger als zwei Nächte) dank Angebotsinitiativen.
- Klare Positionierung des Kantons als nachhaltiges Reiseziel mit entsprechenden Angeboten und Einsatz des Labels «Swisstainable».
- Ausbau des Ganzjahrestourismus mittels facettenreicher Angebote (Outdoor, Kultur, Gastronomie).
- Verstärkung der digitalen Präsenz mit gross angelegten Kampagnen und einer neuen Plattform.
- Bessere Datenerhebung- und Dateninterpretation.
- Lancierung von mehrwertbringenden Kollaborationen mit den Partnern und Verbänden (Office des vins vaudois, Gastrovaud, ARH, Innovaud, Tourismusorganisationen, Kultur, Bildungsinstitutionen und Hochschulen).
- Aufbau der Gemeinschaft der «Fans des Kantons Waadt».
- Einsatz der Marke VAUD mit einem klaren Markenversprechen sowie der Labels VAUD CERTIFIE D'ICI und VAUD AMBASSADEUR.
- Erhöhung des Bekanntheitsgrads der 1600 Produkte und 160 Produzenten des Labels VAUD CERTIFIE D'ICI.
- Steigerung der Anzahl der VAUD AMBASSADEUR und Erweiterung um Unternehmen und Institutionen, die 23 Kriterien geographischer, organisatorischer, nachhaltiger, kommerzieller und ethischer Natur erfüllen.

Der Kanton Waadt in Zahlen:

- 2,2 Millionen Übernachtungen pro Jahr (**plus 14% im ersten Halbjahr 2023**).
- 14 Hochschulen mit knapp 40'000 Studierenden.
- ETH Lausanne als eine der 10 besten Hochschulen der Welt mit einer Wertschöpfung von CHF 4 Milliarden für den Kanton.
- CHUV (Universitätsspital des Kantons Waadt) als eines der 15 besten Spitäler der Welt.
- Über 5000 Technologieunternehmen.
- Waadtländer Start-ups.
- Rund 30 Ansiedlungen von ausländischen Unternehmen pro Jahr.
- Kulturbranche umfasst 5900 Unternehmen/Organisationen (4% der Arbeitsplätze) und 100 Museen.
- 1 Million Festivalbesucher jährlich an den verschiedenen Festivals des Kantons.
- 100 Gault-et-Millau-Restaurants und mehr als 10 Sternerestaurants.
- Zweitgrösstes Weinbaugebiet der Schweiz und häufig prämierte Weine.
- Lausanne, olympische Hauptstadt, als einer der 52 «places to go» der New York Times.
- 19 internationale Organisationen und 39 Sportverbände mit Sitz in Lausanne.