

Rotary-Forum Oberwallis | Gibt es eine Art Wallisness?

Walliser Identität im Wandel

BRIG-GLIS | Was halten Markenspezialist Cary Steinmann und Sängerin Sina von der Identität des Wallis und dessen Vermarktung? Im Rotary-Forum liessen sie ihren Gedanken freien Lauf – zu einem abschliessenden Urteil kam es nicht.

Wenn Wallisern, in diesem Fall den Mitgliedern der vier Oberwalliser Rotary Clubs und dem Inner Wheel Club Oberwallis, der Spiegel vorgehalten wird, wirds in der Regel aufschlussreich. Für diese Wahrnehmung sorgten am Montagabend im Gliser Zeughaus Kultur Professor Dr. Cary Steinmann, ein Spezialist für Marketing und Markenführung von der Uni Bern mit dem Dozenten-Schwerpunkt «Branding», sowie Sängerin und Songwriterin Sina. Sie äusserten sich unter der lebhaften Gesprächsleitung von Olivier Imboden zum Thema Wallis und dessen Identität, die sich im Wandel befindet zwischen tiefen Traditionen und den heute überall verfügbaren Datenaufnahmen.

Authentizität pflegen

Steinmann sprach dem Wallis eine sehr hohe Authentizität zu, die es zur Pflege der Marke unbedingt zu erhalten gelte. Das mitunter knorrige Verhalten sei fester Teil der Walliser Eigenheit und damit auch der «Marke Wallis». Ein solches Profil lasse sich sehr gut vermarkten, im Gegensatz etwa zum Aargau, der flach und langweilig sei, womit Steinmann nicht nur die Topografie dieses Kantons anspricht. Der Marketing-spezialist geht davon aus, dass die einmalige Landschaft unseres Kantons auch unsere Charaktere prägt.

«Einfach sein, klar sein», sagt Steinmann. Je weniger Begriffe es für die Definition einer



Philosophieren zum Thema Wallis. Gesprächsleiter Olivier Imboden (links) mit Sängerin Sina und Marketingspezialist Prof. Dr. Cary Steinmann.

FOTO WB

Marke braucht, umso grösser sind ihre Erfolgschancen. Wie man diese Begriffe findet, erklärte Steinmann so: «Eine Markenanalyse ist vergleichbar mit einem Einkauf. Bevor man in den Laden geht, muss man in den Kühlschrank schauen. Tut man dies nicht, kauft man vorab das, was man gerne isst – selbst wenn es schon vorhanden ist.» Mit anderen Worten: Man muss zuerst klären, wo man steht. Und dann, wo man hinwill. Steinmann nannte dies das ganze Geheimnis eines erfolgreichen Marketings respektive Markenführung mit dem nochmaligen Hinweis, dass «einfach sein kompliziert ist».

Fakt sei, dass eine Marke nur erfolgreich sei, wenn das Markenversprechen den Wünschen und Bedürfnissen des Verbrauchers gerecht werde. Das Wallis habe da mit seinen Eigenheiten beste Chancen – trotz oder gerade auch wegen Themen wie Wolf und Rappaz. «Wenn Ihr überzeugt seid, der Wolf müsse weg, dann erschiene ihn auch», so Steinmann.

Traditionelles und Modernes nutzen

Auf dem Weg zwischen Tradition und Moderne kokettiert genau mit diesen Begriffen auch Sina. In ihrer künstlerischen Arbeit nutzt sie beispielsweise so

archaische Begriffe wie die Löt-schentaler Tschägäätä (oder bezieht sich im Refrain-Text des Liedes «Fiirovog») auf ein uraltes Neujahrslied) ebenso wie die Technologie von Super-8-Filmen in experimentellen Projekten zusammen mit Erika Stucki, die bewusst aufrütteln wollen und dabei auch auf Unverständnis stossen. Dass Sina konsequent im Walliser Dialekt singt, gehört zur gezielten Markenpflege, wie sie Steinmann anlobt. Das über Jahre aufgebaute Image der «Wallis-Botschafterin» ist auch in den schier unerlösen Kommunikationskanälen des Internets zu nutzen, wobei Steinmann hier

überraschenderweise zur Vorsicht neigt. Jeden «Seich» mitmachen müsse man hier nicht, man könne hier sehr wohl zu viel tun und damit dem Eigenwert schaden. Steinmann empfiehlt, das Internet additiv, aber nicht alternativ zu nutzen, wenn es um Imagepflege und Verkaufsfragen geht. Für die Lancierung der neuen Sina-CD («Ich schwör») die im Februar 2011 erscheint, bot Steinmann der Künstlerin seine Erfahrung im Sinne einer Zweitmeinung an. Sina nahm das Angebot dankend an und verabschiedete sich von den rund 150 aufmerksamen Gästen mit zwei ausdrucksstarken Liedern. tr

KOLUMNE

Kunstfehler

Immer mehr häufen sich Klagen über sogenannte Kunstfehler, bei denen Patienten zum Teil erheblich geschädigt werden. Die Ursachen von Behandlungsfehlern sind vielschichtig und zahlreich. Neben allgemein menschlichen Unzulänglichkeiten rücken zunehmend die äusseren Bedingungen in den Blickpunkt, die das Risiko von Behandlungsfehlern erhöhen. Als Faktoren werden etwa angegeben: – Mangelnde «Fehlerkultur». Behandlungsfehler werden tabuisiert und als individuelle Versagen gebrandmarkt, statt sie zu analysieren und über Ursachen und Vermeidungsstrategien zu sprechen.

– Verwechslungsmöglichkeiten, zum Beispiel bei Medikamenten mit ähnlichem Namen und/oder ähnlicher Verpackung, Rechts-Links-Verwechslungen, Verwechslungen von Patienten

– Kommunikationsfehler zwischen den behandelnden Fachkräften

– Arbeitsbelastung

Die Folgen können verheerend sein. So etwa werden in Deutschland mehr Menschen durch Behandlungsfehler geschädigt als etwa durch Verkehrsunfälle (ARD, 18. 11. 2010: Ratgeber: Gesundheit). Nun weiss man aber, dass man viele Behandlungsfehler in Spitälern relativ einfach beheben könnte. Schon einige Jahre fordern Ärzte in Spitälern, sogenannte Checklisten einzuführen. Was sich bei Piloten weltweit und seit vielen

Jahrzehnten ausgezeichnet bewährt hat, könnte ein probates Mittel werden, in der Medizin Fehler zu vermeiden. Vor jeder Operation etwa zählt man mittels Checkliste alle benötigten Utensilien. Nach dem Eingriff wiederholt man die Zählung. Fehlt z. B. eine Klemme oder ein Tupfer, so rettet diese Zählung möglicherweise dem Patienten das Leben. Es ist unverständlich, dass sich so viele Fachleute im Gesundheitswesen immer noch mit fauchschneigen Argumenten weigern, Checklisten einzuführen. Gerade im Operationsaal, wo verschiedene Fachkräfte im Team arbeiten, sind solche Kontrolllisten unverzichtbar.

In der Fliegerei werden alle Unfälle untersucht. Kann man die Ursachen feststellen, so lässt man diese Erkenntnisse in die Trainingsprogramme der Piloten einfließen. Alle Piloten müssen von Zeit zu Zeit solche Tests absolvieren. So können sie aus Fehlern oder unvorhergesehenen Ereignissen lernen.

Solche Simulationsprogramme gibt es auch schon für Operationsteams. Nur wenige Spitälern lassen ihre Angestellten aber an solchen Simulationsprogrammen aus- und weiterbilden. Die Ausreden sind wenig stichhaltig. Die Frage stellt sich, was teurer ist, die Nachbehandlung von Tausenden von Opfern von Kunstfehlern oder die verbesserte Aus- und Weiterbildung von Fachkräften. In die

Josef G. Schmid
schmid.josef@valaiscom.ch



Winter-Opening auf Fiescheralp

FIESCH/FIESCHERALP | Vom 3. bis 5. Dezember trifft man sich auf der Fiescheralp zum Saisonauftakt. Ein abwechslungsreiches Programm erwartet alle Wintersportbegeisterten. Am Freitag- und Samstagabend sorgen in den Hotels «Alpina», «Eggishorn» und «Kühboden» Livekonzerte von Walter Keller, der Party- und Rockband und den FAB4 für Stimmung. Am Sonntag geht die Party an den Schneebars weiter.

Korrigenda

Im gestrigen Abstimmungs-rückblick mit den Parteipräsidenten der vier grössten Oberwalliser Parteien hat sich bei einer Aussage von Valentin Cina, CSPO-Präsident, zur Ausländerpolitik leider ein Fehler eingeschlichen. Cina wurde wie folgt zitiert: «Daran kommt niemand vorbei. Wir sind für Integration, aber tolerieren jeglichen Missbrauch der Gastfreundschaft.» Die CSPO toleriert natürlich nicht jeglichen Missbrauch der Gastfreundschaft. Wir bitten um Kenntnisnahme und entschuldigen uns für den Lapsus.