

Walliser Bote
☆☆
gegründet 1840

mengis
DRUCK UND VERLAG AG 3930 VISP

Unabhängige Tageszeitung

Herausgeber und Verlagsleiter
Ferdinand Mengis (F. M.)
E-Mail: f.mengis@walliserbote.ch

Verlagsmanager: Jörg Salzmann
E-Mail: j.salzmann@walliserbote.ch
Terbingerstrasse 2, 3930 Visp
Tel. 027 948 30 30, Fax 027 948 30 31

Mengis Druck und Verlag AG
Terbingerstrasse 2, 3930 Visp

Redaktion
Furkastrasse 21, Postfach 720,
3900 Brig
Tel. 027 922 99 88, Fax 027 922 99 89
E-Mail: info@walliserbote.ch

Chefredaktor: Pius Rieder (pr)

Stv. Chefredaktor: Luzius Theler (lth)

Blattmacher/WB-Online
Mathias Forny (fom)

Ausland/Inland: Stefan Egger (seg)
E-Mail: ausland@walliserbote.ch

Regionales: Thomas Rieder (tr),
Franz Mayr (fm), Herold Bieler (hbi),
Karl Salzmann (sak), Marcel Vogel (mav),
Roger Brunner (rob), Werner Kodler (wek),
Sebastian Glenz (gse)
E-Mail: lokal@walliserbote.ch

Kultur: Lothar Berchtold (blo)
E-Mail: kultur@walliserbote.ch

Sport: Hans-Peter Berchtold (bhp),
Roman Lareida (rlr), Alban Albrecht (alb)
E-Mail: sport@walliserbote.ch

Redaktion Unterwallis
Stéphane Anderegg (and)
S. anderegg@walliserbote.ch
Tel. 027 455 77 10, Fax 027 455 77 04

Ständige Mitarbeiter
Georges Tscherrig (gtg), Hildegard
Stucky (hs), Dr. Alois Grichting (ag)

Leserbriefe
Der Entscheid über Veröffentlichung, den
Umfang und Zeitpunkt der Leserbriefe
liegt ausschliesslich bei der Redaktion.

Nachrufe
Die Nekrologe erscheinen unter dem
Titel «Nachrufe», gesammelt auf einer
WB-Seite.

Abonentendienst
Terbingerstr. 2, 3930 Visp
Tel. 027 948 30 50; Fax 027 948 30 41
E-Mail: abodienst@walliserbote.ch

Auflage
27 127 Expl. (beglaubt WEMF),
jeden Donnerstag Grossauflage

Jahresabonnement
Fr. 299.– (inkl. 2,4% MWST.)
Einzelverkaufspreis: Fr. 2,20
(inkl. 2,4% MWST.)

Annahmeschluss Todesanzeigen
21.00 Uhr, Telefon 027 922 99 88
E-Mail: mettag@walliserbote.ch

Inseratenverwaltung
Mengis Annoncen
Administration und Disposition:
Terbingerstrasse 2, 3930 Visp
Tel. 027 948 30 40; Fax 027 948 30 41
PC 19-290-6
E-Mail: inserate@walliserbote.ch

Inseratenannahmestellen
3900 Brig, Furkastrasse 21
3930 Visp, Terbingerstrasse 2
3920 Zermatt, Mengis Druckzentrum,
Tempelareal

Technische Angaben
Satzspiegel: 282 x 440 mm
Inserate: 10-spaltig, 25 mm
Reklame: 6-spaltig, 43 mm

Anzeigenpreise
Grundtarif: Annoncen-mm Fr. 1,04
(Donnerstag Fr. 1,10)
Kleinanzeigen bis 150 mm Fr. 1,14
(Donnerstag Fr. 1,21)
Rubrikanzeigen: Automarkt,
Immobilien, Stellenmarkt Fr. 1,14
(Donnerstag Fr. 1,21)
Reklame-mm Fr. 4,16
(Donnerstag Fr. 4,41)
Textabschluss Fr. 1,35
(Donnerstag Fr. 1,43)
Alle Preise exkl. 7,6% MWST.

Zentrale Frühverteilung
Alois Seematter
E-Mail: verteil@walliserbote.ch

Regelmässige Beilage
Alle 14 Tage erscheint das «WB extra»
als Gratisbeilage zum «Walliser Boten».
Inserate, die im «Walliser Boten»
abgedruckt sind, dürfen von nicht
autorisierten Dritten weder ganz noch
teilweise kopiert, bearbeitet oder
anderweitig verwendet werden.

Insbesondere ist es untersagt,
Inserate – auch in bearbeiteter Form –
in Online-Dienste einzuspeisen.
Jeder Verstoß gegen dieses Verbot wird
gerichtlich verfolgt.

ISSN: 1660-0657

Publikationsorgan CVPO

Nachhaltige Qualitätssteigerung

Bei Halbzeit ist das Projekt Enjoy Switzerland Leukerbad auf der Erfolgsstrasse

Leukerbad. – Nachhaltige Steigerung der Gastfreundschaft sowie der Angebotsqualität sind die Projektziele von Enjoy Switzerland Leukerbad. Es sei vorweggenommen: Enjoy Switzerland ist auf gutem Wege. Dies ist auch die Meinung des Projektleiters Andreas Zenhäusern. Verschiedene Arbeitsgruppen haben Projekte ausgearbeitet, welche inzwischen teils in Umsetzung sind. «Enjoy Switzerland Leukerbad soll in Folgeschritten sichtbar werden», ist auch Tourismusdirektor Richard Hug zuversichtlich.

Seit Januar 2007 gehört die Destination Leukerbad zur zweiten Generation von Enjoy Switzerland. Das Projekt will einen Prozess in Gang setzen und Ressourcen schaffen, um gemeinsam mit allen Partnern Aufgaben anzupacken, welche neben dem hektischen Tagesgeschäft oft auf der Strecke bleiben. Freilegung innovativer Ideen mit der notwendigen Schaffenskraft, Verbesserung der Konkurrenzfähigkeit im harten Wettbewerb, vermehrte Professionalität bezüglich touristischen Angeboten und vermehrte Festigung der Zusammenarbeit zwischen den touristischen Leistungsträgern sind die wesentlichen Ziele. Diese Ziele können aber nur erreicht werden, wenn alle am selben Strick ziehen und wenn die Bevölkerung und die Jugend für die Anliegen des Tourismus sensibilisiert werden können. Das Projekt Enjoy Switzerland Leukerbad erstreckt sich über zwei Jahre. Grund genug also, bei Halbzeit eine Bilanz der geleisteten Arbeit zu ziehen und einen Blick in die geplanten Projekte zu werfen.

Ein Tourismusprojekt für die ganze Region

Unter der Leitung von Andreas Zenhäusern setzt sich das Projektteam aus Vertretern der verschiedenen Leistungsträger von Leukerbad und der Region zusammen. Damit die Projektziele einerseits in der Bevölkerung verankert und andererseits möglichst schnell umgesetzt werden, sind verschiedene Arbeitsgruppen wie Tourismussensibilisierung, Unterhaltung, Kultur, Gästekarte, Familienangebote oder Regionalisierung gebildet worden. Diese konzentrieren sich nicht allein auf Leukerbad. Es gibt nämlich Themen, welche die Gesamtregion betreffen. Dies wird vor allem durch die Arbeitsgruppe Regionalisierung zum Ausdruck gebracht. Das gemeinsame Vorgehen wird der gesamten Region von Nutzen sein, so dass von einem Tourismusprojekt für die ganze Region gesprochen werden kann. Der Projektleiter zur Arbeitsweise: «Eine gründliche Situationsanalyse, die sich auf Befragungen von Gästen, Leistungsträgern und Leuten aus der Bevölkerung stützt, hat Bereiche aufgezeigt, bei denen Handlungsbedarf besteht. Das Projektteam ist sich aber bewusst, dass nicht alle Ideen sofort umgesetzt werden können. Uns ist es wichtig, in den beiden Jahren der Projektphase einerseits Weichen für die Zukunft stellen, andererseits aber auch Projekte umsetzen zu können.»

Eine breit angelegte Sensibilisierung

«Eine der wichtigsten Aufgaben von Enjoy Switzerland Leukerbad liegt in der Sensibilisierung der Bevölkerung sowie der Mitarbeiter der touristischen Leistungsträger. Generationen haben den wirtschaftlichen Wert der Thermalquellen sowie die Schönheit der Region



Der Projektleiter Andreas Zenhäusern zieht Halbzeitbilanz. Foto wb

erkannt und entsprechende Aufbauarbeit geleistet. Den Wert dieser Güter den jetzigen Leistungsträgern, vor allem aber auch der jüngeren Generation bewusst zu machen, ist ein wichtiger Bestandteil des Projekts», streicht Andreas Zenhäusern hervor. Im September und Oktober haben Weiterbildungskurse für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der verschiedenen Leistungsträger stattgefunden. Mehr als 100 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen haben von diesen Angeboten profitiert. Aber auch die Schulen werden in dieses Konzept integriert. So nehmen Schülerinnen und Schüler der OS Leukerbad vom 14. bis 18. Januar 2008 an einer Projektwoche «Tourismus» teil. Neben der OS Leukerbad haben auch die Schüler/innen der 2. Klassen der OS Leuk am 15. Januar 2008 die Gelegenheit, während eines Ateliertages verschiedene Berufe im Bereich des Tourismus näher kennenzulernen. Sie haben aus einem Angebot von über 100 Berufen ausgewählt und sich mittels eines Bewerbungs- und Motivationsschreibens für einen dieser Berufe einschreiben können. Der Ateliertag ermöglicht, während eines Tages in einem Tourismusbetrieb zu arbeiten, diesen zu erkunden und Erfahrungen für die Zukunft zu sammeln. Am 24./25. Januar führt die OS Leuk zudem die diesjährigen Schneesporthage auf Torrent durch. Es geht dabei nicht nur um Wintersportfreuden, sondern auch um wichtige Informationen in den Bereichen Bergrettung, Lawinendienst, Kunstschnee, Bergbahnen und Tourismus allgemein.



Die Ausstellung im alten St. Lorenzbad «Leukerbad im Wandel der Zeit» ist bis Ende März täglich geöffnet. Foto zvg

Blick durchs Fenster und Wandel der Zeit

Leukerbad zeigt sich in den nächsten Wochen von seiner schönsten Seite. So verschönern attraktive Schaufenster das Dorfbild. Unter dem Motto «Leukerbad blickt durchs Fenster» läuft während des Winters ein Schaufensterwettbewerb. Er will Leukerbad noch mehr beleben und vor allem leere Schaufenster vermeiden. Der Erfolg darf sich sehen lassen. Nicht weniger als 37 Schaufenster, welche speziell gekennzeichnet sind, gibt es gegenwärtig im Bädlerdorf zu bewundern. Ab dem Stephans-tag kann im alten St. Lorenzbad täglich von 15.00 bis 18.00 Uhr die Ausstellung «Leukerbad im Wandel der Zeit» besichtigt werden. Es geht dabei um das Bewusstmachen, aber auch um den Erhalt des vorhandenen Kulturgutes der Destination sowie der Region. Das alte St. Lorenzbad soll in den kommenden Wochen für Einheimische wie für Gäste zu einem Treff werden, an welchem über die Vergangenheit, aber auch über die Zukunftsmöglichkeiten der Destination diskutiert werden kann. Nach Auskunft des Projektleiters ist auch die Realisierung eines Büchleins über die Quellen von Leukerbad vorgesehen. Zudem wird ein Wanderführer zum Kapellenweg erstellt, welcher Interessierten eine kulturelle und sinnliche Wanderung ermöglicht. Neben Informationen zu den einzelnen Kapellen finden die Gäste auch etwas, was sie selber aktiv erleben oder tun können.



Der Tourismusdirektor von Leukerbad, Richard Hug, lobt die Zusammenarbeit und das Vertrauen ins Projekt selber. Foto wb



Für einen Wasserspielplatz wurde ein Konzept ausgearbeitet. Foto zvg

Wasserspielplatz und Erlebniskonzept

Nach einer Ortsbegehung in Leukerbad wurde ein Erlebniskonzept erstellt. Ortsbegehungen haben auch in Susten, Leuk, Albinen und Varen mit anschliessenden Workshops stattgefunden, in welchen jeweils Prioritäten festgelegt wurden. Gegenwärtig wird ein Erlebniskonzept mit möglichen Massnahmenfeldern erstellt. Seit einem Jahr ist die Destination Leukerbad im Besitz des Labels «Familien willkommen». Dazu sollen bestehende Angebote noch erweitert werden. So beschäftigt sich eine Arbeitsgruppe mit Familienangeboten, insbesondere in Zusammenhang mit Wasser. Andreas Zenhäusern führt aus: «Leukerbad soll mit dem Wassertropfen ein Maskottchen erhalten. Bereits sind erste Prototypen erstellt. Das bestehende Kinderangebot soll zudem durch einen Wasserspielplatz ergänzt werden. Dabei soll jedoch nicht irgendein Konzept kopiert werden. Den Eigenheiten der Destination Leukerbad wird Rechnung getragen.» Interessant ist das Pilotprojekt «Gästekarte» in Zusammenarbeit mit dem Kanton. Dabei soll in einem ersten Schritt ein einheitliches elektronisches Meldewesen eingeführt werden. Darauf basierend ist eine Gästekarte z.B. in Form eines Zutritts- und Bonus-systems geplant.

Gemeinsam die Zukunft gestalten

Für Richard Hug, Tourismusdirektor von Leukerbad, hat das Projekt viele Vorzüge: «Die Partner vor Ort und in der Region lernen, projektbezogen zu-

sammenzuarbeiten und sich an einen Tisch zu setzen. So wird nicht nur die Zusammenarbeit gefördert, sondern auch das Vertrauen in das Projekt selber aufgebaut. Mit der Umsetzung erfolgt nun ein wichtiger Teil im Rahmen von Sensibilisierung, Schulung und Weiterbildung.» Er ist auch zuversichtlich, was die Umsetzung anbelangt und blickt in die Zeit nach dem Projekt ablauf: «Wichtig sind die Folgeschritte, welche Enjoy Switzerland Leukerbad sichtbar gemacht hat. Ich denke da etwa an die Realisierung des Wasserspielplatzes oder an die Regionalisierung des Informationssystemsystems mit Terminals auf dem Bahnhof Leuk, in Albinen, Varen und Leukerbad. Wird noch die ausgezeichnete Zusammenarbeit mit Pfyng-Finges in Betracht gezogen, so zielt all das in Richtung Destinationsbildung im Rahmen der künftigen Tourismuspolitik.» Auch Projektleiter Andreas Zenhäusern sieht nach Halbzeit das Projekt auf gutem Wege. Den Erfolg sieht er in der Zusammenarbeit und in der Investition in die Zukunft. Aus zeitlichen und finanziellen Gründen können Korrekturen von Schwachpunkten wie auch Veränderungen nicht von heute auf morgen erfolgen. Es sei wichtig, dass sich alle bewusst werden, dass nur gemeinsame Vorwärtsstrategien aller Verantwortlichen der Destination Leukerbad sowie der Region Leuk einen längerfristigen touristischen Erfolg garantieren würden. «In diesem Zusammengehen liegen die Stärke wie die Schwäche des Projekts Enjoy Switzerland Leukerbad», meint der Projektleiter Andreas Zenhäusern. mav



Der Schaufensterwettbewerb ist zu Freude von Annelies Heim, Arbeitsgruppe, und Andreas Zenhäusern ein Grosse Erfolg. Foto wb