

Qualität wird matchentscheidend

Mit dem Projekt Enjoy Switzerland Leukerbad wurde eine Basis für die touristische Zukunft gelegt

Leukerbad. – Gastfreundschaft und Angebotsqualität in einem fairen Preis-Leistungs-Verhältnis werden in den nächsten Jahren den Erfolg von Ferienorten auf dem Tourismusmarkt positiv beeinflussen. Dahingehend zielt das Projekt Enjoy Switzerland von Schweiz Tourismus. Die Destination Leukerbad gehört zur zweiten Generation und hat in den letzten zwei Jahren eine Basis für die Zukunft gelegt. Das positive Fazit: Enjoy Switzerland Leukerbad soll, wenn auch in einem anderen Rahmen, fortgesetzt werden.

Leukerbad gehört der zweiten Generation von Enjoy Switzerland an. Das zweijährige Projekt, ausgedehnt auf die Region, geht in die Endphase. Grund genug für die Verantwortlichen, allen voran Projektleiter Andreas Zenhäusern, Bilanz zu ziehen. Als Plattform diente eine Abschlussveranstaltung am Donnerstagabend im Theatersaal des Schulhauses von Leukerbad. Der Aufmarsch, rund 250 Personen, an Interessierten aus Leukerbad und den involvierten Gemeinden war entsprechend gross. Ein Indiz dafür, dass die Bevölkerung an einer gesicherten touristischen Zukunft interessiert ist, aber auch ein klarer Auftrag an Leistungsträger und Tourismusverantwortliche.

«Das Projekt soll und wird weitergehen»

«Die Messlatte ist von Beginn an hoch angelegt worden. Auch wenn nicht alle Ziele erreicht worden sind, so hat Enjoy Switzerland Leukerbad verschiedene Projekte realisieren und Wege für die Zukunft aufzeigen können», bilanzierte An-



Tourismusdirektor Richard Hug, Yvonne Vogel, Enjoy Switzerland, Martin Nydegger, Schweiz Tourismus, und Projektleiter Andreas Zenhäusern, von links, ziehen alle in die gleiche Richtung. Sie sprachen sich für die Weiterführung des Projekts aus. Foto wb

dreas Zenhäusern. Dabei liess er Geschichte und Arbeit (siehe unten) Revue passieren. Stellt sich nun die Frage, ob und wie das Projekt weitergehen soll. Dazu Tourismusdirektor Richard Hug unmissverständlich: «Das Projekt soll und wird, wenn auch in einem anderen Rahmen, weitergeführt werden.» So wird neu eine 50-Prozent-Stelle dafür geschaffen. Die

restlichen Stellenprozent werden aufgefüllt durch die bestehenden Event-, Marketing- und Qualitätssicherungsabteilungen von Leukerbad Tourismus. Richard Hug bezeichnete das Highlight des Projekts: «Die Bevölkerung von Leukerbad und der Region ist sich nähergekommen und hat damit die Basis für die Zukunft gelegt.» Wie er weiter ausführte, sollen neben den fünf

involvierten Gemeinden Leukerbad, Inden, Varen, Albinen und Leuk-Susten jene von Espace Leuk eingefügt werden. Mit einem Entscheid dürfe im Juni 2009 und mit der Umsetzung ab November 2009 gerechnet werden, führte er weiter aus.

«Qualität ist und bleibt das beste Marketing»
Martin Nydegger, Mitglied der

Geschäftsleitung von Schweiz Tourismus, lobte: «In Leukerbad wurde intensiv und mit viel Enthusiasmus gearbeitet.» Bei dieser Gelegenheit stellte er Prognosen nach dem absoluten Rekordjahr an. Zudem gab er Empfehlungen zum Verhalten in der bevorstehenden Krisenzeit ab. Dabei berief er sich auf signifikante Erfolgsfaktoren wie den Währungseffekt,

die Wirtschaft und das Wetter. Als nicht krisenresistent bezeichnete er die Ferienmärkte und den urbanen Tourismus, seiner Meinung nach werden die Alpen weniger betroffen sein. Dabei rief er auf: «Ein neuer Zeitgeist wird nötig sein, ohne vor der Krise zu flüchten. Überreaktionen sind ebenso wenig am Platz wie Kürzungen im Marketing oder gar Preisdumping. Vielmehr ist besonnenes Handeln am Platz.» Die Krise könne durch spezifisches Reagieren überwunden werden. Dabei sei die Qualität wichtig und damit Enjoy Switzerland auf dem richtigen Weg. «Qualität ist das beste Marketing», rief er auf.

«Weniger Politik – mehr Management»

Auch die Projektleiterin von Schweiz Tourismus, Yvonne Vogel, äusserte sich zum Projektstand von Leukerbad: Ihre Erkenntnis: «Harzigen Prozessen wurde getrotzt, das Bekenntnis zum Thermalwasser, die Weiterentwicklung der Regionalisierung und die neuen Kooperationsformen wurden ersichtlich.» Nun gelte es klare Verantwortlichkeiten zu definieren, Projekte weiterzuführen. Ein etabliertes Qualitätsprogramm und Nachhaltigkeit seien im Sinne von Schweiz Tourismus gefordert, empfahl sie. Dabei rief sie auf: «Weniger Politik und mehr Management sind gefragt.» Damit spielte sie den Ball, die Herausforderung weiterzuführen, den künftigen Verantwortlichen zu. Dabei gilt es zu bedenken: Auseinandersetzungen mit einer fairen Streitkultur müssen geführt werden, ohne das gemeinsame Ziel in irgendeiner Phase jemals aus den Augen zu verlieren. **max**

Projekt ist ein grosser Erfolg

Gemeinsame Interessen – Konkrete Massnahmen

Leukerbad. – Bei jedem Projekt stellt sich die Gretchenfrage nach der Umsetzung. Diese konnte im Rahmen von Enjoy Switzerland Leukerbad am Abschlussabend eindrücklich aufgezeigt werden. Kurzum: Es konnte einiges bewegt werden und einiges wird noch bewegt werden.

Zur Umsetzung von Projekten aus Enjoy Switzerland Leukerbad hat der «Walliser Bote» laufend berichtet. Der Abschlussabend bot Gelegenheit, gemeinsame Interessen und getroffene Massnahmen sowie Folgeprojekte aufzuzeigen.

Ein Film, zwei Bücher und ein Kapellenweg

Nach einem Rückblick in die Entwicklung des Gesamtprojektes von Andreas Zenhäusern

präsentierte dieser die umgesetzten Projekte. Dazu gehören die Ausstellung «Leukerbad im Wandel der Zeit» und der Kapellenweg, der von Pfarrer Jean-Marie Perrig initiiert worden war. Der Film «Leukerbad einst» wurde von Dolf Griching produziert und an der Veranstaltung erstmals gezeigt. Ein Thermalquellenbuch ist derzeit in Ausarbeitung und das Kinderbuch «Tschüss Leukerbad» von Bernadette Brunner-Griching wird an einer Vernissage am 30. Januar vorgestellt. Umgesetzt worden ist auch die Tourismussensibilisierung von Bevölkerung, Mitarbeitern der Leistungsträger und Schulen im Rahmen von Workshops und Ateliertagen. Hinzu kommen eine eigene Mineralwasserflasche, der Schaufensterwettbewerb vom letzten Winter und der Blumenwettbewerb in Leukerbad, Inden und Varen vom Sommer. Die Sieger wurden an den Veranstaltungen ausgezeichnet. Während die Ausstellungsplattform beim Kehr zurückgestellt wurde, ist denkbar, dass die Sensibilisierungskampagnen und Erlebnisszenierungen in den Dörfern fortgesetzt werden. Auch die Elektronische Gästekarte als Pilotprojekt vom Kanton Wallis wird weiterverfolgt.

Wassertropfen «Thermi» und Wasserspielplatz

Der Wasserspielplatz galt anfänglich als eine Vision, wird aber nun Realität. Die Frage ist nur, wann und wo. Vorgesehen ist, dass er in fünf bis acht Modulen gestaltet wird. Tatsache hingegen ist der Wassertropfen «Thermi» als Maskottchen von

Leukerbad. Er wurde am Abschlussabend vorgestellt, wobei die Kinder, welche den rechten Namen getippt hatten, ausgezeichnet wurden. Mit dem eigens kreierte «Thermi»-Song, vorgetragen von Michel Villa, gelang am Abschlussabend eine grosse Überraschung. Als weiterer Überraschungsgast galt Bauchredner Ronald Schmid mit «Tina», der einerseits Geschehnisse aus dem Projekt Enjoy Switzerland gekonnt auf humorvolle Art und Weise wiedergab, und andererseits das Geheimnis um den Auftritt vom «lebenden Thermi» im Theatersaal löfnete. Ob der Bauchredner auch «Thermi» Sprachgewandtheit einhauchen wird, ist derzeit noch offen. Alles in allem repräsentierte der Abend das, was das Projekt in zwei Jahren bewegt und ausgelöst hat und noch auslösen kann. **max**

Emotionen geweckt

Mister Enjoy, Andreas Zenhäusern

max) Tourismus lebt von Emotionen. Und solche hat das Projekt Enjoy Switzerland Leukerbad geweckt. Das geschah spätestens am Abschlussabend, als Projektleiter Andreas Zenhäusern in seiner Bilanz und eindrücklichen Ansprache eigene Emotionen ins Spiel brachte.

«Kritisches Hinterfragen ist nicht jedermanns Sache, zumindest nicht am Anfang eines Prozesses. Abwarten sowie gelegentlicher Widerstand sind Begleiter dieses Projekts gewesen. Aber gerade dieses Wissen motiviert, jedes Teilprojekt, ob gross oder klein, mit Elan anzugehen und es möglichst erfolgreich zu Ende zu führen», sagte ein sichtlich tief bewegter Andreas Zenhäusern. Mit viel Herzblut hat er sei-

nen Leistungsauftrag erfüllt. Die Identifikation mit dem Produkt, für das er gearbeitet hat, war dabei massgebend. Während der beiden Jahre ist er ein Stück von Leukerbad geworden. In dieser Zeit hat ihn der Ferienort als Touristiker geprägt. Mit einem lachenden und einem weinenden Auge stellte er die berechnete Frage: «Was wäre wenn...?» Der Applaus für den unermüdeten Arbeiter war entsprechend gross. «Er hat die Herzen der Badner erobert. Ich bin seit 15 Jahren in Leukerbad. Das ist noch nicht vielen gelungen», erhielt er ein Kompliment eines Anwesenden. Andreas Zenhäusern gilt als kompetenter Ansprechpartner für alle Altersschichten. Nicht umsonst nannten ihn die Schulkinder wie es sich gehört liebevoll Mister Enjoy.



André Kofnehl hat «Thermi» gezeichnet und die Kinder haben dessen Namen in einem Wettbewerb erraten.



Bauchredner Ronald Schmid sorgte mit seiner Puppe Tina für einen stimmungsvollen Abschlussabend. Fotos wb



Andreas Zenhäusern bei seiner Abschlussrede. Foto wb