

«Was wir anbieten, leben wir selbst. So schaffen wir Identität.»



Janine Imesch will demnächst selbst das Matterhorn erklimmen. Die Täscherin wuchs mit dem Tourismus auf, hat den Gast stets im Fokus und reist sehr gerne auch in andere Länder.
Bild: pomona.media/Alain Amherd

Interview: Daniel Zumoberhaus Bild: Alain Amherd

Wer sind wir? Was ist unsere Identität? Diese Fragen besprechen wir in einer Serie mit den unterschiedlichsten Menschen. Janine Imesch, Marketingleiterin von Zermatt Tourismus, hält sich für eine typische Oberwalliserin. Sie sagt im Interview, weshalb Zermatt ein besonderes Flair versprüht und wie sich die Gäste abhängig von ihrer Herkunft unterscheiden.

Janine Imesch, Sie stammen aus Täsch und sind seit dem 1. November 2015 Marketingleiterin von Zermatt Tourismus. Wir wollen unter anderem über Identitäten sprechen, über typische Merkmale von uns. Sehen Sie sich als typische Oberwalliserin?

Was heisst da typisch? Ich reise gern, besuche gern andere Länder und unbekannte Orte, kehre aber genauso gern wieder heim.

Die typische Oberwalliserin verlässt also möglichst oft ihre Heimat?

Sie kommt gerne zurück, zurück in ihre Heimat, zu ihrer Familie, zu den Wurzeln. Das habe ich beispielsweise gemerkt, als meine Walliser Kollegen, die in St. Gallen oder Zürich studierten, immer gerne am Wochenende zurück ins Wallis kamen. Sie tun das heute noch; auch wenn sie ausserhalb des Wallis verheiratet sind, bleibt für sie das Wallis ein wichtiger Lebensmittelpunkt.

Was macht die Oberwalliserin sonst noch aus?

Sie hält sich gerne in den Bergen auf. Die Berge haben etwas Magisches, etwas Urtümliches und gleichzeitig Majestätisches, diesem besonderen Reiz kann sich eine Oberwalliserin nicht entziehen. Und im Ausgang eine Runde zu bezahlen, ist auch sehr typisch... **(lacht)**

Wer nicht gerne eine Runde ausgibt, ist atypisch?

Es ist nicht so, eine Runde ausgeben zu müssen. Dies ist ein freiwilliger Akt des Wollens, ein Dürfen in geselliger Runde. Ich bin auch ein Familienmensch, bin gerne mit Freunden zusammen, das ist den Menschen hier generell wichtig.

Also es gibt sie, die unverkennbare Oberwalliserin?

Ich glaube schon, wobei ich das nicht zu eng fassen möchte. Aber Heimat, Familie, Berge und eine gewisse Grosszügigkeit sind sicher Eigenschaften, die zur Identität passen.

Was ist an Ihrem Verhalten eher atypisch?

Ich bin sehr offen und nicht grundsätzlich skeptisch gegenüber allem Neuen. Das bringt sicher auch meine Arbeit mit sich.

Ist Neid charakteristisch? Es heisst ja, dass er gemeinsam mit dem Föhn am längsten im Wallis zu Hause ist.

Neid schaue ich als Kompliment an, Neid muss man sich erarbeiten. Wer beneidet wird, hat sehr oft etwas erreicht, was sein Gegenüber auch gern möchte. Es geht uns allen sehr gut, da braucht es grundsätzlich keinen Neid.

Sind Sie selbst neidisch?

Nein, ich bin sehr zufrieden mit meiner Situation und Position. Ich lasse jedem seinen Raum, um zu leben und sich zu verwirklichen. Wenn es meinem Umfeld gut geht, geht es mir über kurz oder lang auch gut. Wer neidisch ist, sollte einen Schritt zurückmachen und seine Lage neu beurteilen und erkennen, was er oder sie für Fähigkeiten, Möglichkeiten und Chancen in der Hand hat.

Gibt es in Ihrer Funktion als Marketingleiterin von Zermatt Tourismus ein typisches Verhalten beim Buchen, beispielsweise zwischen Gästen aus dem Ober- und dem Unterwallis?

Was im Tourismusbüro sicher auffällt, ist, dass Gäste aus dem Unterwallis sprachsensibel sind. Es ist ihnen sehr wichtig, dass wir sie als Gast in ihrer eigenen Sprache abholen. Die Unterwalliser oder Romands allgemein erleben Deutsch oft als etwas befremdlich, vom Oberwalliser Dialekt ganz zu schweigen.

Wie offen erleben Sie den Gast aus der Region?

Als sehr offen, er will etwas erleben, er sucht den Austausch. Er kennt bereits vieles und verlangt nach Insiderwissen. Spezielles ist gefragt. Grundsätzlich weilt jeder Gast, der bei uns ist, in den Ferien. Er will abschalten von zu Hause, sich eine Auszeit nehmen,

das andere Flair genießen. Was den Gast aus der Region unterscheidet: Er hat eine weniger lange Anreise. (lacht) Aber jeder Gast sucht nach Erlebnissen, nach dem Besonderen beim Biken, Wandern, Essen oder Einkaufen.

Die Grundidee des Gasts ist Ihrer Ansicht nach identisch, ganz unabhängig von seiner Herkunft?

Ja, sei es der lokale, der nationale oder internationale Gast, alle wollen mit anderen Leuten zusammentreffen. Mit dem Wirt sprechen, sich mit dem Hotelier austauschen. Das macht doch das Reisen aus, diese Gespräche zu führen, neugierig zu sein und zu den gewünschten Informationen zu kommen.

Was macht Zermatt besonders, welches Flair versprüht der Weltkurort?

Beispielsweise die Internationalität, die der Gast antrifft, macht Zermatt ganz besonders. Wenn Sie durch die Bahnhofstrasse laufen, sind Sie zwar in der Region, vom Mix der Gäste her könnten Sie aber theoretisch überall auf der Welt sein. Sie können hier neue Leute antreffen mit neuen Einstellungen, anderen Lebensweisen.

Was sucht der Gast sonst noch, ausser dieser netten Ambiance in der Bahnhofstrasse und dem Blick aufs Matterhorn?

Der Gast sucht natürlich das Erlebnis in den Bergen, aber auch die Angebotsvielfalt in den vielen Restaurants. Der Gast will Ausflüge unternehmen. Viele Walliser, die hier übernachten und ihre Ferien verbringen, kommen im Winter vor allem fürs Skifahren, im Sommer eher fürs Wandern und Biken.

Zermatt setzt seit Jahren zunehmend auf gesellige Anlässe wie etwa das Sommer-Stechfest, das nach einem coronabedingten Jahr Pause Anfang dieses Monats stattgefunden hat. Diese Anlässe erreichen ein breites Publikum, sie scheinen wie auf den Gast zugeschnitten.

Es ist so, dass sich in den letzten Jahren noch vor Corona verschiedene Anlässe bestens etabliert haben. Denken Sie nur ans Zermatt Unplugged oder eben auch ans Schäfer- oder Stechfest. Der Gast, egal woher er stammt, sucht und will Abwechslung.

Wechselt Ihr eigenes Verhalten, je nachdem, ob Sie bei der Arbeit sind oder mit guten Kolleginnen im Ausgang?

Ich bin mit Gästen im Tourismus aufgewachsen, für mich ist der Umgang mit dem Gast etwas völlig Normales. Von dem her unterscheidet mich nicht, ob ich mit Gästen bin oder mit meinen Kolleginnen.

Dank des Tourismus konnten viele Familien in und um Zermatt über all die Jahre überleben oder sehr gut leben. Das ist sicher ein Mit- oder gar Hauptgrund, weshalb junge und ambitionierte Menschen bereit sind, im Tourismus zu arbeiten und für die Gäste da zu sein.

Genau, ich habe mich bewusst für diesen Beruf im Tourismus entschieden. Ich kann als Touristikerin einen Service bieten, zu dem ich voll und ganz Ja sagen kann, der mir

Freude bereitet. Ich bin auch privat viel in der Destination unterwegs, esse gerne fein in einem Restaurant, bin am Wandern, Biken oder Skifahren.

Wie verkaufen Sie Ihre Heimat und deren Werte, ohne sich selbst oder diese Heimat zu verraten?

Ich verkaufe die Heimat nicht. Wir vermieten sie höchstens als Produkt, als besonderes Erlebnis. Wir lassen den Gast möglichst teilhaben an unserer reichhaltigen Kultur hier im Oberwallis, an unseren vielen Traditionen. Dies während einer begrenzten Zeit in unserer Heimat, bei der der Gast bei uns zu Besuch ist. Der Gast nimmt seine ganz eigenen Erlebnisse mit, ein neuer Gast kommt und kann wiederum seine Erlebnisse machen.

Welche Werte punkten beim Gast besonders?

Primär sicher die Authentizität, die Natur, die Menschen mit ihren Traditionen. Das gilt aber nicht nur für den Gast, sondern auch für die Einheimischen. Was wir anbieten, leben wir selbst, so schaffen wir Identität.

Was zeichnet für Sie ganz persönlich eine gute Touristikerin oder eine gute Marketingleiterin aus?

Stets den Gast im Fokus zu haben und die eigenen Interessen hintanzustellen. Als Touristikerin musst du Menschen gern haben, gleichzeitig ein Bild für die Gesamtheit mitbringen. Es gilt mit den Gästen und allen Leistungspartnern zu kommunizieren, sich auszutauschen. Es ist zudem sehr vorteilhaft, wenn man selbst begeisterungsfähig und vom eigenen Produkt begeistert ist. Offen für Inputs sollte eine Touristikerin ebenfalls sein. Und Trends erkennen und Inputs liefern, um diese in der Destination umzusetzen.

Da müssen Sie ganz viele Kompetenzen unter einen Hut bringen. Was fasziniert Sie an Ihrem Beruf ganz besonders?

Der Kontakt mit Gästen und Leistungspartnern ist mir ganz wichtig. Ich kann dem Gast die Möglichkeit oder die Möglichkeiten aufzeigen, wie er die schönste Zeit des Jahres bei uns verbringen kann. Ich habe das Glück, mit diesen Menschen zusammenzuarbeiten. Mit speziellen Erlebnissen können wir Emotionen wecken.

Wie haben Frauen Ihrer Meinung nach die Branche geprägt oder ganz allgemein verändert?

Ob Frau oder Mann, im Tourismus ist es wichtig mitzuwirken, 300 Prozent zu geben und zu handeln. Wo ich eingesetzt werde, nehme ich primär eine Funktion wahr und packe an. Das Geschlecht spielt dabei keine Rolle. Inwiefern Frauen die Branche prägten, ist deshalb schwierig zu sagen. Auch weil Frauen in meinem Alter schon immer im Tourismus gearbeitet haben. Sich gegenseitig zu motivieren und zu fordern, ist wichtiger als das Geschlecht des Mitarbeiters.

Was wünschen Sie sich für den lokalen Tourismus, damit er sich weiterentwickelt und die Gäste weiterhin zu uns ins Oberwallis und speziell nach Zermatt kommen?

Wir müssen als Ort und Region innovativ bleiben. Wir müssen uns klar positionieren und mutig sein. Unsere Vorfahren waren ja Pioniere, sie gingen Wagnisse und Risiken ein. Das wünsche ich mir weiterhin, auch gemeinsam mit unseren Partnern. Beispielsweise die Digitalisierung ist eine Chance, die wir bereits nutzen und weiter nutzen wollen.

Pionierinnen wie Alpinistin Lucy Walker waren mutig, sind Sie es?

Ich denke schon. Ich habe schon verschiedene Sachen ausprobiert und umgesetzt.

Zermatt gibt sich als Ort von Welt. Zwischen Weihnachten und Neujahr sind bis zu 30000 Gäste im Ort bei rund 6000 Einwohnern. Zermatt wird dann zur temporären Stadt in den Bergen. Inwiefern spürt oder erlebt man als Einheimische diesen Hauch von Welt?

Dank der internationalen Gäste, man hört überall verschiedene Sprachen. Das bringt viel Leben ins Dorf oder in die Destination. Mit der anderen Sprache und Kultur kehrt auch eine andere Sichtweise ein. Jeder, der zu uns kommt, bringt seine ganz spezielle Sichtweise mit. Man vergisst seine Herkunft und seine Werte nicht, auch nicht in den Ferien.

Als Marketingleiterin haben Sie täglich «ds Horu» zu vermarkten. Waren Sie selbst schon auf dem Matterhorn?

Nein, bisher noch nicht. Ich habe im vergangenen Jahr zwei 4000er gemacht und mit Klettern begonnen. Erreiche ich in den nächsten Jahren gemeinsam mit einem Bergführer den Gipfel, so wäre das sicher sehr schön.

Bis zu 3000 Besteigungen zählt das Matterhorn pro Jahr, seit der Erstbesteigung im Jahr 1865 gab es rund 600 Tote. Haben Sie manchmal genug vom «Horu» und all den Schlagzeilen?

Nein, mit seiner speziellen Magie gibt es einem immer wieder Kraft. Ich kann mich am Matterhorn nicht sattsehen.

Hat das Interesse des lokalen Gasts fürs «Horu» während der Pandemie nachgelassen oder hat es sich verstärkt?

Sicher nicht nachgelassen. Es hat sich gezeigt, dass auch viele Gäste mehrmals wiederkommen, um den Berg zu sehen. Es ist das Gesamtpaket, das zählt. Deshalb zieht es die Gäste unabhängig von ihrer Herkunft nach Zermatt.

Welche besondere Gabe oder Fähigkeit würden Sie gern haben, wenn Sie wählen könnten?

Ich würde gern alle Sprachen dieser Welt sprechen. Es wäre schön, alle zu verstehen und mit allen sprechen zu können. Kommunikation ist das A und O. Das macht den Menschen aus, können wir nicht kommunizieren, vereinsamen wir. Dafür ist der Mensch nicht gemacht.

Sie haben die Matura mit Schwerpunktfach Spanisch gemacht, sprechen nebst Deutsch auch fließend Französisch, Italienisch und Englisch. Wie gehts mit Ihrem Chinesisch voran?

Ich habe an der Schule Kurse besucht. Chinesisch ist recht schwierig und kompliziert. Es ist eher ein Zeichnen statt ein Schreiben, hilft aber gut zum besseren Verstehen der Kultur, weshalb ein Wort welches Zeichen hat und wie es umgesetzt wird. Ich bleibe dran.

«Mit der anderen Sprache und Kultur der Gäste in Zermatt kehrt auch eine andere Sichtweise ein.»

Janine Imesch

Marketingleiterin Zermatt Tourismus
