

# Mit anderen Augen angeschaut

**Z1** Harry John ist Oberwalliser, Tourismusdirektor in Montreux-Vevey, Präsident der Swiss Citys und seit zwanzig Jahren Gast in Zermatt. Kurdirektor Daniel Luggen traf John im Aparthotel Firefly und wollte wissen, was einem Tourismus-Profi in Zermatt gefällt und nicht gefällt.

**Du kommst ursprünglich aus Leukerbad. Ist es nicht naheliegender, dass du, wenn du in die Berge fährst, dorthin gehst?**  
Meine Heimat ist und bleibt Leukerbad, das ist klar. Ich gehe oft dorthin zum Wellnes-

sen, auch Skifahren, aber Zermatt ist vom Skifahren, vom alpinen Charakter her etwas Spezielles. Ich fühle mich quasi heimisch wohl. Es kommt mir ein bisschen vor wie Chamonix. Es hat die Tradition, den Alpinismus, der

Charakter ist erhalten. Es ist natürlich sehr gross geworden, aber für mich ist es absolut top.

**Was hat dich in den letzten zwei Jahren bewegt, regelmässiger zu kommen?**

Ich pflege persönliche Freundschaften. Aber das Skierlebnis steht schon im Mittelpunkt. Die Bergbahnen in Zermatt haben einen Quantensprung gemacht seit der Fusion. Jedes Jahr gibt es

neue Anlagen, es wird immer bequemer. Und das Panorama ist einfach spektakulär. Man kann sehr hoch Ski fahren, man hat das Gletschererlebnis, und besonders faszinierend finde ich Italien nebenan. Die liebste Beschäftigung ist Ski fahren kombiniert mit Gastronomie – und dem Ausgang. Die Gastronomie auf der Piste ist sensationell. Das habe ich so noch nie erlebt, auch nicht in St. Moritz. Schon gar nicht in anderen Orten im Unterwallis oder in der Westschweiz. Und in den letzten 15 Jahren hat sich die Hotellerie extrem entwickelt. Jedes Mal, wenn ich hier war, ist etwas gemacht worden oder ist ein neues Hotel aufgegangen. Der Standard, besonders von der 4\*-Kategorie, ist sensationell. Der Charakter, Spirit, Esprit – das ist das Spezielle an Zermatt.

**Wie nimmst du Zermatt als Touristiker wahr? Wie vermarktet sich die Destination?**

Was mir imponiert, ist die Umsetzung vom Branding, von der Marke, vom neuen Geist der Marke, dem Logo, das überall sichtbar ist. Sensationell durchgezogen. Das ist natürlich einfacher, wenn du eine Destination hast, eine Gemeinde mit verschiedenen Leistungsträgern. Im alpinen Sektor seid ihr in Europa in der Champions League, mit Davos, St. Moritz, Kitzbühel, Chamonix, die Best of the Alps, da macht ihr sehr aktiv mit, das finde ich positiv. Im Sommer kann man wahrscheinlich noch einiges bewirken.

**Lässt du dich hier inspirieren?**

Die Markenumsetzung, die Vielfalt der Gastronomie, nicht nur im Zentrum, sondern auch ausserhalb, das finde ich super. Und es ist ein tolles Beispiel für Schweizer Hotellerie. Optimal ist auch das Verhältnis zwischen Hotellerie und Parahotellerie.

**Was findest du nicht so gut?**

Längerfristig ist es wichtig, die Wertschöpfung zu erhalten, aber gleichzeitig auch den Charakter des Dorfes. Zermatt wird langsam gross und die Baustellen in der Zwischensaison sind weniger attraktiv. Das ist eine schwierige Gratwanderung. Das andere ist die Polemik zum Winter, über die Strasse – da ist in der Kommunikation so einiges nicht optimal gelaufen. Der Wintergast erwartet etwas anderes. Das wird nächstes Jahr sicher anders geregelt. Am Schlecht-Wetterprogramm könnte man noch feilen. Aber das Produkt ist alles in allem sehr abgerundet.

**Wie nimmst du die Rolle von einem Direktor und seinem Team wahr?**

Wir sind Coaches, wir sind Trainer. Die leidige Wahrheit ist: Wenn es gut läuft, sind die Bahnen, Hoteliers und anderen Leistungsträger verantwortlich, wenn es schlecht läuft, ist es der Tourismusdirektor. Ich bin gespannt, wie es in den nächsten zwei Jahren weitergeht. Zermatt Tourismus hat eine Leaderfunktion und übernimmt sie auch. Wichtig ist, dass jeder Leistungsträger homogen und stark vertreten ist, sodass man auch mal Budgets zusammen-

legen kann, um etwas zu machen. Sonst empfinde ich die Rolle proaktiv. Die strategische Umsetzung der touristischen Strategie: Das ist Job und Aufgabe der Tourismusorganisation. Das proaktive Coaching ist Aufgabe des Tourismusdirektors.

**Du weisst, dass es in Zermatt einige visionäre Projekte gibt. Gibt es Projekte, die du fragwürdig findest?**

Die Fusion von den Bergbahnen finde ich sehr gut. Und ich finde es gut, wenn man Visionen für die nächsten 20, 30 Jahre hat, sprich, das Projekt auf dem Kleinen Matterhorn, das nimmt man in den Medien wahr. Auch wenn es Auseinandersetzungen gibt zwischen Investoren, touristischen Bedürfnissen und Umweltschutzkreisen. Ich würde es persönlich begrüßen, wenn man so etwas machen könnte. Es soll ein Gegenstück zu anderen Destinationen sein. Dubai nimmt man wahr, seitdem es das Burj Al Arab Hotel gibt. Das Projekt auf dem Kleinen Matterhorn wäre ein Quantensprung zur Konkurrenz – in Bezug auf bestimmte Märkte in Asien. Es geht um einen Landmark für den Sommer und die Zwischensaison. Ich finde es auch sehr positiv, dass man das Terminal Täsch umgesetzt hat. Das gilt auch für das neue Rollmaterial.

**Was beeindruckt dich noch?**

Die Freundlichkeit und Herzlichkeit der Zermatter. Und der Mut im Matterhorndorf, die Zukunft anzupacken. Weiter so!



Ihn beeindrucken die Freundlichkeit, Offenheit und Herzlichkeit der Zermatter. Tourismus-Direktor von Montreux-Vevey, Harry John.