



Olivier Imboden ist vielseitig unterwegs: Als Bauunternehmer, als Schauspieler und als Kommunikationsspezialist für das Open Air Gampel.

Olivier Imboden, Bauunternehmer und Krimiseriendarsteller

«Die Leute schätzen es, wenn man selbstironisch ist»

Der Walliser Olivier Imboden spielt in der Krimiparodie «Tschugger» den Bauunternehmer Rinaldo Fricker. Er ist auch in seinem Leben abseits der Kamera ein Bauunternehmer. Kommunikation sei der Schlüssel für gelungenes Wirtschaften. Davon ist Imboden überzeugt. Der Erfolg seines Unternehmens gibt ihm Recht.

Von Simone Matthieu

Der zwielichtige Bauunternehmer Rinaldo Fricker, der mit Sonnenbrille und offenem Bademantel seine protzige Villa mit Poollandschaft genießt, ist eine der Hauptfiguren in der TV-Krimiparodie «Tschugger». Mit der Rolle ging für Olivier Imboden ein Traum in Erfüllung, auch wenn er zuerst zögerte, sie zu übernehmen. «Da ich im realen Leben ein seriöser Bauunternehmer bin, dachte ich, das liesse sich nicht vereinbaren», erklärt der Walliser dem Baublatt. Doch dann sagte er sich: «Wenn jemand nicht differenzieren kann zwischen Fiktion und meinem echten Ich, ist das halt Pech.»

«Tschugger» entpuppte sich als Volltreffer. Die Serie ist schweizweit nicht nur bei den Zuschauern beliebt, sondern auch für Imboden zu einem «Door opener» geworden, wie er sagt. «Wenn ich mit Auftraggebern oder Geschäftspartnern – gerade aus der Deutschschweiz – rede, ist das oft Thema. Die Leute schätzen es, wenn man selbstironisch ist und über sich lachen kann. Aber ich melde mich am Telefon schon nicht mit Fricker», sagt er lachend. Die Schauspielerei ist nur eines von vielen Hobbies des CEO der Ulrich Imboden AG. Lange stand dem gebürtigen Visper nicht der Sinn nach dem Bau. Den heute 53-Jährigen reizte die Medienbranche. Nach seinem Studium der Wirtschafts- und Medienwissenschaften in Bern arbeitete er als Redaktor und Moderator bei Radio Rottu und Radio Saas sowie als Kommunikationschef des Open Air Gampel.

2001 war ein Jahr der Veränderungen: Imboden wollte eigentlich doktorieren, ausserdem war die Familienplanung mit Astrid, die er 1998 geheiratet hatte, in vollem Gang. Nach Diskussionen mit seinem Vater Remo entschied er, in das von seinem Grossvater Ulrich 1935 gegründete Bauunternehmen einzusteigen. «Ich übernahm das Qualitätsmanagement», erzählt

«Ich sagte meinem Vater: Ich habe keine Ahnung vom Bau, aber von Finanzen schon, schliesslich habe ich Wirtschaft studiert.»

Olivier Imboden

Olivier Imboden, «etwas, das sonst niemand machen wollte.» Der Job gestaltete sich anfangs schwierig. An seinem ersten Arbeitstag habe man ihm ein Büro zugewiesen, in dem nichts, ausser einem Tisch und einem Telefon standen. «Nicht mal ein Stuhl!», meint er augenzwinkernd.

Sprung ins kalte Wasser

Der Berufseinsteiger wurde ins kalte Wasser geworfen. «Mein Vater war ein richtiger Patron, der keine Widerrede duldete. Wenn er sagte, die Rhone fliesse aufwärts, dann war das so.» Der Firmenboss hatte keine Lust, seinen Sohn einzuführen. «Er machte einfach sein Ding weiter, und ich musste selbst schauen, was ich tun soll. Das war sehr unbefriedigend.» Schon nach einem Jahr verliess Olivier Imboden den Betrieb wieder. Erst, als 2003 der kaufmännische Leiter das Bauunternehmen verliess, sah er eine Möglichkeit, zurückzukehren: «Ich sagte meinem Vater: Ich habe keine Ahnung vom Bau, aber von Finanzen schon, schliesslich habe ich Wirtschaft studiert.» Remo Imboden machte seinen Sohn etwas widerwillig zum CFO, denn eigentlich hatte er den Posten für den firmeninternen Buchhalter vorgesehen. «Mein Vater hatte wenig Flair für Buchhaltung. Er liess sich zwar von mir beraten, holte jedoch immer die Zweitmeinung des Buchhalters ein.»

Es war ein zäher Prozess für Vater und Sohn Imboden, einander zu vertrauen. Der

Übergabeprozess zog sich dahin: «Vater fiel gesundheitsbedingt immer öfter aus. Während seiner Abwesenheiten führte ich gemeinsam mit meinen Cousins Georges und Jean-Pierre die Firma. War er gesund, kehrte er zurück und übernahm das Zeppter wieder.» Erst gegen Lebensende sei der Vater feinfühlig und nahbarer geworden, sinniert Olivier Imboden. «Wir fanden uns gegenseitig und konnten uns akzeptieren.»

Lehrlinge auf Social Media rekrutieren

2016 übernahm Olivier Imboden definitiv die operative Leitung der Ulrich Imboden AG. Eine Zeit, in der es zusehends schwierig wurde, Lehrlinge für Bauberufe zu begeistern. Der findige neue CEO wusste sich zu helfen. Als Journalist und Kommunikationschef des Open Air Gampel ist ihm bewusst, wie wichtig Kommunikation ist. «Die Unternehmer jammern gern. Doch man muss halt auch mal wagen, etwas anders zu machen, neu zu denken.» Olivier



Für die Suche nach Lehrlingen ging Olivier Imboden ungewöhnliche Wege.

Imboden entwickelte mit dem Oberwalliser Werbeunternehmen Schnyder eine Rekrutierungsstrategie, die vor allem auf Social Media gross aufgezogen wurde. In der Image-Kampagne «Wir sind Helden» feiert die Ulrich Imboden AG ihre rund 420 Arbeiter im Stil eines US-Action-Films.

«Es gibt keinen Fachkräftemangel, es gibt nur schlecht darauf vorbereitete Firmen», meint der CEO und Kommunikationschef der Ulrich Imboden AG. Eine weitere Massnahme, mit der er gegen das Problem vorgeht, ist die «Imboden Academy»: «Wir erstellen hier am Hauptstandort in Visp eine neue Halle. Sie wird hauptsächlich von Handlangern gebaut, bei denen wir das Potenzial zur Fachkraft sehen. Wir bilden diese Leute on the job selbst aus.»

Kommunikation und damit Image ist alles, sagt Imboden nachdrücklich. «In einer Zeit, in der jeder ein Handy im Hosensack trägt, kann jeder kleine Fehler publik werden und sich sofort negativ auf das Ansehen auswirken.» Der neuste Coup zur Imagepflege ist der Imboden-Weihnachts-Truck, der mit im Firmenrestaurant gebackenen Guetsli und Glühwein während den Feiertagen im Oberwallis unterwegs ist. «Heute muss man anders führen», betont Imboden. «70 Prozent meines Tagesgeschäfts ist interne und externe Kommunikation. Meine Tür ist immer offen. Man darf den Kontakt zu den Mitarbeitern nicht verlieren, sie sind die Botschafter der Firma und leben unsere Firmenphilosophie.» Dazu gehört auch, dass die Crew Inhalte für die Social Media-Kanäle der Ulrich Imboden AG erstellt: «Wir haben

«**70 Prozent meiner Arbeit ist interne und externe Kommunikation. Meine Tür ist immer offen. Man darf den Kontakt zu den Mitarbeitern nicht verlieren. Sie sind die Botschafter der Firma.**»

Olivier Imboden

den Imboden-Reporter geschaffen. Mitarbeiter lernten in einem Workshop, was eine Geschichte ist, und wie man sie erzählt.» Zudem gab es Unterricht im Schneiden und Bearbeiten von Handyfilmen.

Ein Wolf fürs Open Air Gampel

Neben seinem Vollzeitjob als Bauunternehmer lässt es sich das Firmenoberhaupt nicht nehmen, seine Liebe zur Musik als Mitglied der Organisationstruppe des Open Air Gampel auszuleben. Hier zeigte der gewiefte Kommunikator, dass man aus einer Niederlage gestärkt hervorgehen kann: Bei einer geplanten Logoänderung – vom Steinbock zum Wolf – gab es eine grosse öffentlichen Entrüstung, einen veritablen Shitstorm. Ein Wolf im Logo ist gerade im Wallis halt nicht die beste Idee. Man musste gegensteuern: «Wir lancierten eine Videokampagne, in der wir mit Witz und Selbstironie auf die Polemik antworteten.»

Für die Youtube-Serie «Mitsch dri» konnte das Musikfestival sogar Campino,

Sänger der Toten Hosen, gewinnen. «Wir waren damit plötzlich wieder cool, nachdem man uns lange nicht mehr ernst genommen und ständig an unserem Programm gemäkelt hatte», sagt Imboden zufrieden. Die Webserie wurde unter der Regie von David Constantin gedreht – dem Macher von «Tschugger», der Imboden später für seinen TV-Hit an Bord holte. Obwohl das Open Air zeitweise grossen Stress mit sich bringe und er sich manchmal frage, warum er das nach 25 Jahren immer noch mache, will Imboden nicht aufhören. «Es ist unser Baby und eines der grösseren Open Airs der Schweiz.»

Olivier Imboden ist stets auf der Suche nach Herausforderungen. «Ich weiss nicht, woher das kommt. Ich bin keiner, der sich Ziele steckt, ich tue, was gerade passt, gehe mit offenen Augen durchs Leben und ergreife Chancen.» Der Kitzel, zu scheitern, treibe ihn ebenfalls an. «Wenn man Neues wagt, ist immer auch eine gewisse Gefahr dabei.» Scheitern tut Imboden allerdings selten. Eine neue Leidenschaft ist die Politik. Seit zweieinhalb Jahren sitzt er im Grossrat für Die Mitte Oberwallis, verpasste 2023 nur knapp den Einzug in den Nationalrat. Obwohl er gar nicht mit einer Wahl gerechnet hat, ist er von den neuen Perspektiven angetan. Der Vater von zwei Töchtern (18 und 21 Jahre alt) liebäugelt mit einer frühzeitigen Pensionierung. Für die Zeit danach kann er sich eine zweite Karriere in der Politik durchaus vorstellen.

Das nach wie vor anhaltende Medienfieber kuriert der Bauunternehmer mit seinem Podcast «Dick im Gscheft». Zudem plant er einen eigenen TV-Talk. ■



SikaRoof® Anchor

EINZIGARTIG – OHNE RANDBEFESTIGUNG BEI TERRASSEN

Die SikaRoof® AT Abdichtung kann auf Terrassen, Balkonen und Loggias ohne Randbefestigung verlegt werden – BEYOND THE EXPECTED



- Erste Hybrid-FPO-Abdichtung ohne Randbefestigung bei Terrassen
- Geringe Wärme-Kälte-Kontraktionen
- Kleiner Kraftaufbau
- Erfahrungen aus Praxisbeispielen
- Enorme Zeitersparnis
- Kostenreduktion



www.sika.ch

BUILDING TRUST



Das Areal der Ulrich Imboden AG.