htr hotel revue

Tourismuspreis Schweiz
Prix du tourisme suisse
Premio del turismo svizzero
Premi dal turissem svizzer

MILESTONE
c/o htr hotel revue
Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24
E-mail: info@htr-milestone.ch
Internet: www.htr-milestone.ch

PRESSESPIEGEL 2008

„MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz“

10. April 2008 – 17. Dezember 2008

„MILESTONE. Prix de tourisme suisse“

10 avril 2008 – 17 décembre 2008

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

STV FST
Schweizer Tourismus-Verband
fédération suisse du tourisme
federazione svizzera del turismo
federaziun svizra dal turissem

Eventpartner:
HOTELA

Inhaltsverzeichnis 17.12.2008

Kunden-Nr.:	37436
Ausschnitte:	127
Gleichartige Ausschnitte (+)	0
Total Ausschnitte	127
Folgeseiten:	137
Total Seitenzahl	264

hotelleriesuisse
Schweizer Hotelier-Verein
Frau Anita Huber
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern

		Auflage	Seite
14.04.2008	Walliser Bote	26'727	1
	Milestone ist lanciert		
18.04.2008	Neue Zuger Zeitung	20'122	2
	«Wir müssen bündeln, was da ist»		
22.04.2008	Expresso / deutsche Ausgabe	20'203	4
	Milestone-Wettbewerb: Die Ausschreibung läuft		
05.05.2008	Walliser Bote	26'727	5
	Bewegte Gemeinden		
08.05.2008	Die Südostschweiz / Graubünden	38'058	8
	Bewerbungsfrist für Milestone-Preis läuft		
13.05.2008	Coop-Zeitung / Gesamtausgabe	1'771'706	9
	Start zur Coop Handy-Safari		
20.05.2008	Expresso / deutsche Ausgabe	20'203	13
	Luxusferien auf dem Bauernhof		
23.05.2008	Novitats	4'949	18
	Jungbürgerfeier mit dem Standespräsidenten		
04.06.2008	Salz & Pfeffer	20'000	21
	Milestone 2008		
21.06.2008	Die Südostschweiz / Glarus	8'072	22
	Zweitauflage der Handy-Safari		
24.06.2008	Pauli Cuisine	8'253	23
	Der letzte klassische Kurdirektor		
26.06.2008	Fridolin	28'729	31
	Start der Coop Handy-Safari in Braunwald		
03.07.2008	Bündner Tagblatt	10'567	33
	Desillusioniert		
08.07.2008	Cooperazione	123'158	35
	Un'avventura urbana		
08.07.2008	La Regione Ticino	33'773	40
	Alla scoperta della città col telefonino		
13.07.2008	Die Südostschweiz am Sonntag / Gaster und See	4'000	41
	Arosa - all-inclusive		
18.07.2008	Tessiner Zeitung	8'583	42
	Handy Safari in Bellinzdna: Wandern wird zum munteren Spi ...		
31.07.2008	Bündner Tagblatt	10'567	46
	«Jeder Tag ist wie eine Wundertüte»		

		Auflage	Seite
02.08.2008	Bündner Tagblatt	10'567	48
	BLATTSCHUSS		
13.08.2008	Der Landbote	36'456	49
	Kulturwege in sieben Kantonen		
16.08.2008	Die Südostschweiz / Graubünden	35'681	51
	«Ich könnte auch Autos verkaufen»		
19.08.2008	Davoser Zeitung	4'713	55
	Amtsantritt des neuen Tourismus-Direktors		
25.08.2008	Bündner Tagblatt	10'567	56
	«Aufzeigen, wovon wir in den Bergen leben»		
25.08.2008	News / Zürich	100'000	58
	Gäste wollen verführt werden		
28.08.2008	Walliser Bote	26'727	61
	«... aber Willy wird mir helfen»		
03.09.2008	Walliser Bote	26'727	63
	Der neue «Mister Grächen»		
06.09.2008	Blick Beilage Extra	240'066	65
	Im Wilden Westen von Luzern		
10.09.2008	Thurgauer Zeitung	39'930	69
	Lebenstraum erfüllt		
23.09.2008	Bündner Tagblatt	10'567	71
	Auszeichnung und Würdigung		
23.09.2008	Bündner Tagblatt	10'567	72
	Schweizer Touristiker buhlen um Auszeichnung		
26.09.2008	Thurgauer Zeitung	39'930	74
	Genossenschaft hat ausgebrüllt		
29.09.2008	La Quotidiana	5'468	77
	Proget da l'ESTSA pel «milestone 2008»		
29.09.2008	La Quotidiana	5'468	78
	Proget exemplaric eir per otras regiuns		
30.09.2008	Coop-Zeitung / Gesamtausgabe	1'771'706	80
	Handy-Safari-Zeit		
30.09.2008	Die Südostschweiz / Graubünden	35'681	83
	18 Bewerber für einen «Milestone»		
30.09.2008	Die Südostschweiz / Graubünden	35'681	84
	Die Schweizer Touristiker buhlen um eine Auszeichnung		
30.09.2008	Engadiner Post / Posta Ladina	8'792	87
	ESTSA voul Milestone 2008		
30.09.2008	Engadiner Post / Posta Ladina	8'792	88
	Proget exemplaric eir per otras regiuns		
01.10.2008	Die Südostschweiz / Glarus	8'072	90
	Der Tourismuspreis Milestone		
01.10.2008	Die Südostschweiz / Glarus	8'072	91
	Glarner Anwärter auf Tourismuspreis		
01.10.2008	Die Südostschweiz / Glarus	8'072	92
	Glarner Projekte buhlen mit um Milestone-Tourismuspreis		
01.10.2008	EWO / Engadiner Wochenzeitung	17'000	94
	Innovationen im Tourismus		
01.10.2008	Sarganserländer	10'379	99
	Ein «Milestone» lockt die Touristiker		
02.10.2008	St. Galler Tagblatt / Stammausgabe	32'211	102
	Skipass bewirbt sich um Preis		
03.10.2008	20 Minuten St. Gallen	44'647	103
	Appenzeller Projekte sind top		
03.10.2008	Berner Oberländer	23'057	104
	Gstaad 2 Mal im Finale		

		Auflage	Seite
03.10.2008	Berner Oberländer	23'057	105
	Zwei Gstaader Projekte im Finale		
03.10.2008	Berner Zeitung/ Stadt+Region Bern/Nord	29'677	109
	Zwei Projekte im Finale		
03.10.2008	Bündner Tagblatt	10'567	110
	Geht der Milestone nach Graubünden?		
03.10.2008	Bündner Tagblatt	10'567	111
	Vier Projekte buhlen um Milestone		
03.10.2008	Jungfrau-Zeitung	2'746	112
	Pleite vom Vorjahr wiederholt sich		
04.10.2008	St. Galler Tagblatt / Stammausgabe	32'211	113
	Appenzeller Projekte auf Preiskurs		
06.10.2008	Montagna	4'000	114
	Il Monte Tamara		
07.10.2008	Anzeiger von Saanen	5'221	118
	Wieder ein «Milestone» für die Destination Gstaad?		
07.10.2008	Bote der Urschweiz	15'051	119
	Aus Milestone-Rennen gefallen		
07.10.2008	Coopération / Gesamtausgabe	548'039	121
	Jouez et gagnez!		
07.10.2008	Neue Nidwaldner Zeitung	9'226	124
	Stanserhorn-Bahn für Preis nominiert		
08.10.2008	Appenzeller Volksfreund	5'457	125
	«Milestone»: Appenzeller Nominierungen		
08.10.2008	Die Südostschweiz / Graubünden	35'681	126
	Vier Projekte stehen in der Endauswahl		
08.10.2008	Zürichsee-Zeitung / Ausgabe Meilen rechtes Ufer	19'663	127
	Der letzte klassische Kurdirektor		
09.10.2008	Bündner Tagblatt	10'567	131
	All-inclusive-Angebote steigern Frequenzen		
09.10.2008	Engadiner Post / Posta Ladina	8'792	133
	Vnà kämpft um Tourismuspreis		
09.10.2008	Engadiner Post / Posta Ladina	8'792	135
	Vnà will Tourismuspreis		
09.10.2008	Luzerner Rundschau	39'469	136
	Rangers machen «Karriere»		
10.10.2008	Neue Luzerner Zeitung	86'695	137
	Infos, Tipps und Hits im Herbst		
13.10.2008	Tagblatt für den Kanton Thurgau	14'339	140
	Für den Tourismuspreis nominiert		
16.10.2008	Der Bund	56'295	141
	Berner mit guten Chancen		
16.10.2008	Der Bund	56'295	142
	Berner Projekte dominieren		
16.10.2008	La Pagina da Surmeir	1'700	145
	Dad amprendists per amprendists		
16.10.2008	Luzerner Rundschau	39'469	147
	Im Scheinwerferlicht		
16.10.2008	Walliser Bote	26'727	150
	Ferien für Körper, Geist und Seele		
17.10.2008	Novitats	4'949	152
	Lehrlingstag Lenzerheide für den Milestone nominiert		
21.10.2008	Onlinequer.ch / Newsletter	Keine Angabe	153
	Milestone 2008: Titlis und Stanserhornbahn		
22.10.2008	Walliser Bote	26'727	154
	Wer beerbt «Versehen Vergehen»?		

		Auflage	Seite
23.10.2008	Pöschtli	8'759	156
	Generationenwechsel in der Unternehmensleitung		
24.10.2008	Aroser Zeitung	4'288	158
	Über 200 Delegierte waren zu Besuch in Arosa		
24.10.2008	Persönlich / Marketing+Unternehmensführung	6'277	160
	ABGANG EINES "AUSLAUFMODELLS"		
30.10.2008	Wochen-Zeitung für das Emmental und Entlebuch	36'296	169
	Bruno Fläcklin hat gekündigt		
05.11.2008	Herisauer Zeitung	25'426	170
	Nominiert für den Tourismuspreis Schweiz		
06.11.2008	.ch Basel Die Zeitung der Schweiz ...	75'000	172
	Teuflisch gut mit dem Tourismus vernetzt		
07.11.2008	Bündner Tagblatt	10'567	173
	Die RhB-Doppelrolle als Markenbotschafterin		
07.11.2008	Bündner Tagblatt	10'567	175
	Steinbockschwache Argumentation		
10.11.2008	AWP-News	Keine Angabe	176
	CH/Tourismus: "Milestone 2008" geht an "SchweizMobil"		
10.11.2008	ATS / Agence Télégraphique Suisse SA	Keine Angabe	177
	Prix du tourisme suisse / Le "Milestone 2008" récompense ...		
10.11.2008	SDA / Schweiz. Depeschenagentur	Keine Angabe	178
	Schweizer Tourismus / "Milestone 2008" geht an "SchweizMo ...		
11.11.2008	Anzeiger von Saanen	5'221	179
	Herbstgeflüster		
11.11.2008	Berner Zeitung/ Stadt+Region Bern/Nord	29'677	180
	Meilenstein für rote Schilder		
11.11.2008	Bündner Tagblatt	10'567	182
	Milestone an «SchweizMobil»		
11.11.2008	Der Bund	56'295	184
	Preis für Berner Projekt		
11.11.2008	Die Südostschweiz / Graubünden	35'681	185
	Milestone für Hotel «Waldhaus»		
11.11.2008	DRS 1 / Regionaljournal Ostschweiz	Keine Angabe	186
	Ehre fürs Nobelhotel Waldhaus und für Graubünden Ferien		
11.11.2008	DRS 1 / Regionaljournal Zentralschweiz	Keine Angabe	187
	Schweiz Tourismus ehrt die Stanserhornbahn		
11.11.2008	Neue Luzerner Zeitung	86'695	188
	Milestone Award für Stanserhornbahn		
11.11.2008	TeleTell	Keine Angabe	189
	Tourismus-Preis für Stanserhornbahnen		
11.11.2008	Teletext / Swiss Text TSR 2	Keine Angabe	190
	Les prix du tourisme 2008 décernés		
11.11.2008	Teletext / Swiss TXT TSR 1	Keine Angabe	191
	Les prix du tourisme 2008 décernés		
12.11.2008	.ch Zentralschweiz Die Zeitung der Schweiz ...	35'000	192
	Stanserhorn: Ranger räumten in Bern ab		
12.11.2008	Berner Zeitung/ Stadt+Region Bern/Nord	29'677	193
	«Wer will schon Zwerge schlagen?»		
12.11.2008	Bündner Tagblatt	10'567	195
	Höhenflug für Bündner Tourismusbranche		
12.11.2008	Bündner Tagblatt	10'567	197
	Milestone OlMer Federspiel gewidmet		
12.11.2008	Büwo / Bündner Woche	57'726	198
	Ein Pionier verabschiedet sich		
12.11.2008	Die Südostschweiz / Graubünden	35'681	200
	Milestone 2008 für «Waldhaus»-Besitzer		

		Auflage	Seite
12.11.2008	Die Südostschweiz / Graubünden	35'681	202
	Tourismuspreis für das «Waldhaus» Sils		
12.11.2008	Walliser Bote	26'727	203
	Ausgezeichnet!		
12.11.2008	Walliser Bote	26'727	204
	Nachhaltig erfolgreich		
13.11.2008	Engadiner Post / Posta Ladina	8'792	206
	Schweizer Tourismuspreis für Silser Hotelierfamilie		
13.11.2008	Gastro Journal	23'829	209
	Besser Gastgeber sein		
13.11.2008	Gastro Journal	23'829	212
	SuisseMobile primé		
16.11.2008	SonntagsBlick	265'478	213
	Ausgezeichnet		
18.11.2008	Berner Bär Gesamt	137'230	214
	Meilensteine		
18.11.2008	Expresso / deutsche Ausgabe	21'076	218
	«Milestone 2008»: Private Selection Hotels räumen gross a ...		
18.11.2008	Onlinequer.ch / Newsletter	Keine Angabe	220
	«Traumjob» für aktive Pensionierte		
24.11.2008	Freiburger Nachrichten	16'486	224
	Tourismus-Preis an SchweizMobil		
25.11.2008	Basler Zeitung Kulturmagazin	94'541	225
	ausgezeichnet Milestone 2008		
28.11.2008	Bar News	4'500	226
	SMALL TALK		
28.11.2008	Neue Luzerner Zeitung	86'695	228
	Infos, Tipps und Winterhits		
28.11.2008	St. Galler Tagblatt / Stammausgabe	32'461	232
	Meilensteine im Schweizer Tourismus		
30.11.2008	Puls / Das Bündner Wirtschaftsmagazin	45'000	233
	«Es gibt keine echten Alternativen zum Schneesport»		
02.12.2008	La Quotidiana	5'468	243
	El ha vendì il latg e betg la vatga		
04.12.2008	Gastro Journal	23'829	247
	Milestone für Beat Anthamatten		
05.12.2008	Anzeiger von Saanen	5'221	248
	White Bull verkehrt ab 14. Dezember		
08.12.2008	VTK - Mitteilungen	850	249
	3. Preis für die Stanserhorn Bahn		
10.12.2008	Bündner Anzeiger	80'000	250
	«Da will man am liebsten gleich ins Bündnerland fahren»		
11.12.2008	Obersimmentaler	6'500	254
	WHITE BULL gewährt direkten Anschluss ans Skigebiet		
12.12.2008	Gourmet / deutsche Ausgabe	22'236	256
	Die Erotik der Gastgeber		
12.12.2008	Swiss Equity Magazin Beilage Special ...	4'000	263
	Glückliche Gewinner		
13.12.2008	Berner Zeitung/ Stadt+Region Bern/Nord	29'677	264
	Der Schneezug White Bull ist wieder unterwegs		

hotellerie suisse

Walliser Bote

3930 Visp
Auflage 6x wöchentlich 26'727

1075326 / 571.19 / 15'174 mm2 / Farben: 0 Seite 2 14.04.2008

Milestone ist lanciert

Bewerbungen ab sofort möglich

B e r n / W a l l i s. – **(wb) Ab sofort können sich Touristiker für den Milestone 2008 bewerben. Im letzten Jahr ging der Hauptpreis ins Oberwallis.**

Den mit 10000 Franken dotierten ersten Preis in der Kategorie «Herausragende Projekte» sprach die Jury im vergangenen Jahr dem Projekt «Versehen Vergehen» in Visperterminen zu.
Nun also ist der Wettbewerb 2008 lanciert worden. Wie die Verantwortlichen des Tourismuspreis Schweiz mitteilten, können sich Touristiker ab sofort bewerben. Die Ausschreibung des Wettbewerbs ist öffentlich und läuft bis am 31. August 2008. Teilnahmeberechtigt sind alle im Schweizer Tourismus tätigen Personen, Unternehmen und Organisationen.

Neuer Umweltpreis

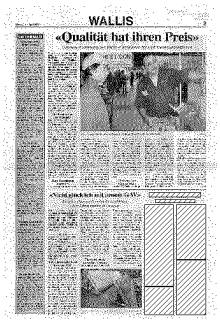
Zu den bisherigen Hauptpreisen gesellt sich neu ein Umweltpreis, der nachhaltige, energiesparende Projekte speziell auszeichnen wird. Die vier Preiskategorien des Milestone setzen sich damit wie folgt zusammen: Herausragendes Projekt, Nachwuchspreis, Sonderpreis Nachhaltigkeit (Umwelt) und Lebenswerk einer Persönlichkeit. Die vier Preise sind mit insgesamt 33000 Franken dotiert.

Nachwuchspreis

Als neuer Projektleiter will Alberto Vonaesch frischen Wind in den Ausschreibungsprozess einbringen. Vonaesch will künftig auch den Nachwuchspreis vermehrt propagieren, der gerade für Fachschulen einen willkommenen Transfer von Wissen und Technik in die Praxis bietet. Auf der neu aufgebauten Milestone-Website www.htr-milestone.ch sind das Reglement, Bewerbungsformular und weitere Informationen zur Ausschreibung und zu den Preiskategorien abrufbar.

Auszeichnung und Würdigung

Der Milestone Tourismuspreis Schweiz ist die wichtigste Auszeichnung in der Branche und würdigt seit dem Jahr 2000 herausragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus. Der Preis steht für Innovationen, Förderung von Know-how-Transfer, Attraktivität der Destination Schweiz und Image für die Tourismuswirtschaft. Die prämierten Projekte haben eine Wirkung gegen innen und aussen. Sie fördern den Marktwert des Unternehmens und erfüllen die Mitarbeitenden mit Stolz auf ihre erbrachten Leistungen.
Der Milestone soll für die gesamte Branche Ansporn sein, «in Stein Gemeisseltes» aufzubrechen und immer wieder Neues zu erschaffen. Er wird zum neunten Mal am 10. November im Kultur-Casino Bern verliehen im Kreise von über 500 Entscheidungsträgern aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Medien.


WALLIS
«Qualität hat ihren Preis»

hotellerie suisse

NEUE ZUGER ZEITUNG

6002 Luzern
Auflage 6x wöchentlich 20'122

1075326 / 571.19 / 56'066 mm2 / Farben: 3 Seite 23 18.04.2008

Zug Tourismus

«Wir müssen bündeln, was da ist»

Seit einigen Monaten ist Urs Raschle Leiter von Zug Tourismus. Grosse Innovationen solle man von ihm nicht erwarten, sagt er.

INTERVIEW VON SARAH KOHLER

Sie haben als Tourismusmann von Einsiedeln nach Zug gewechselt. Ein grosser Unterschied?

Urs Raschle: Einsiedeln ist eine Tourismusdestination, die man kennt. Zug hingegen ist als Businessort bekannt. Wenige wissen, dass man hier auch Ferien verbringen kann.

Das dürfte Ihnen im Vorfeld bewusst gewesen sein.

Raschle: Ja. Ich habe die Aufgabe sogar schwieriger erwartet. Ich bin auf ein grosses Verständnis und Bewusstsein sowohl in der Politik als auch bei den Geschäftspartnern gestossen. Die Leute wissen, dass in Zug touristisch noch einiges möglich ist –, und sind bereit. Wir rennen offene Türen ein.

Haben Ihre Vorgängerinnen also etwas verschlafen?

Raschle: Sie haben andere Prioritäten gesetzt und waren damit beschäftigt, Zug Tourismus aufzubauen. Ich habe den Vorteil, dass diese Arbeit nun getan ist. Wir sind bekannt und akzeptiert. Ich kann konkrete Produkte entwickeln.

Und was schwebt Ihnen vor?

Raschle: Ich möchte die Leute ansprechen, die unter der Woche in Zug arbeiten, und ihnen zeigen, dass sie auch das Wochenende hier verbringen können. Da liegt Potenzial brach. Eigentlich ist alles da – nun gilt es, das Vorhandene geschickt zu bündeln. Das ist eine reizvolle Aufgabe. Denn wir können unseren Kanton neu positionieren – und die Leute überraschen.

Überrascht hat Ihre Vorgängerin Martina Bischof im letzten Herbst mit einem Package für Schwule und Lesben ...

Raschle: ... das nie gebucht wurde. Wir haben das Projekt fallen gelassen. Ich habe mich an Schwulen- und Lesbenorganisationen gewandt, um abzuklären, ob eine entsprechende Nachfrage überhaupt besteht. Die Idee ist zwar nicht grundsätzlich schlecht angekommen, aber in diesem Segment ist Zürich zu stark. Das Angebot passt nicht zu Zug

Was passt denn?

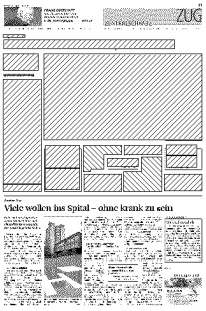
Raschle: Zug lässt sich als Premiumprodukt verkaufen – mit schönen Zimmern und guten Restaurants, Kultur auf hohem Niveau, Seen und Bergen und diversen Sportmöglichkeiten. Damit können wir ein Publikum ansprechen, das ein ruhiges Wochenende fernab des Rummels verbringen möchte. Wir müssen unsere Stärke betonen: Zug ist eine Perle.

Und wo bleibt da die Innovation?

Raschle: Ich muss nicht utopisch sein. Grosse Innovationen müssen Sie von mir nicht erwarten – die brauchts gar nicht. Was wir haben, hat noch genügend ungenutztes Potenzial. Wir müssen das Bild von Zug nicht verändern, sondern anfangen, es endlich zu kommunizieren. Bislang hat sich Zug als Tourismusort selbst zu wenig verkauft. Aber es geht aufwärts: Im letzten Jahr haben wir im Kanton 7 Prozent mehr Logiernächte verbucht. Und ich habe eine Vision für Zug, wenn auch die Umsetzung noch Zeit braucht: Zug wird zwar nie ein Zermatt, aber kann touristisch sicher stärker an Profil gewinnen.

EXPRESS

▶ Seit Januar ist Urs Raschle Geschäftsleiter von



hotellerie suisse

NEUE ZUGER ZEITUNG

6002 Luzern
Auflage 6x wöchentlich 20'122

1075326 / 571.19 / 56'066 mm2 / Farben: 3 Seite 23 18.04.2008

Zug Tourismus.

▶ Er will zeigen, dass Zug auch übers Wochenende viel zu bieten hat.

ZUR PERSON

Er war auch der erste Praktikant

Urs Raschle hat Anfang Jahr die Nachfolge von Martina Bischof als Geschäftsleiter von Zug Tourismus übernommen. Der 30-Jährige war davor drei Jahre lang Geschäftsführer von Einsiedeln Tourismus. 2005 hat er den nationalen Milestone-Preis als beste Nachwuchskraft im Tourismus erhalten. Raschle ist im Kanton Zug aufgewachsen. Auch seine ersten Schritte im Tourismus hat er hier unternommen – als erster Praktikant von Zug Tourismus. *sak*

«Zug ist eine Perle.»

URS RASCHLE, ZUG TOURISMUS

Urs Raschle: Der Neue hat eine klare Vision für Zug als Tourismusdestination.

hotellerie suisse

eXpresso
deutsche Ausgabe
6002 Luzern
Auflage 52x jährlich 20'203

1075326 / 571.19 / 2'732 mm2 / Farben: 0 Seite 16 22.04.2008

Milestone-Wettbewerb: Die Ausschreibung läuft

Noch bis 31. August können sich alle im Schweizer Tourismus tätigen Personen, Unternehmen und Organisationen für die Teilnahme am Innovationswettbewerb «Milestone 2008» bewerben. Detailinfos, Wettbewerbsreglement sowie Bewerbungsformulare können im Internet heruntergeladen werden.
www.htr-milestone.ch

Argus Ref 30987855

ARGUS ARGUS der Presse AG Küdigerstrasse 15 Postfach CH-8027 Zürich
Tel. 044 388 82 00 Fax 044 388 82 01 www.argus.ch

hotellerie suisse

Walliser Bote

3930 Visp
Auflage 6x wöchentlich 26'727

1075326 / 571.19 / 67'877 mm2 / Farben: 3 Seite 7 05.05.2008

Bewegte Gemeinden

Forum der Pädagogischen Hochschule Wallis am 16. Mai: Wie kann das Leben in einem Bergdorf lebenswert gestaltet werden?

Oberwallis/Brig-Glis. – **(wb) «Lernen für eine Zukunft in den Alpen» ist das Thema des nächsten Forums der Pädagogischen Hochschule Wallis (PHVS), welches am Freitag, den 16. Mai, in Brig-Glis stattfindet.**

Die Tagung wird gemeinsam mit Brig-Glis als Alpenstadt 2008 organisiert und befasst sich mit der nachhaltigen Entwicklung in Bildungsinstitutionen und mit Lernprozessen des alltäglichen Lebens. Bei allen Schwerpunkten wird den besonderen Bedingungen des Alpenraums und speziell den lokalen Gegebenheiten des Oberwallis Beachtung geschenkt. Angesprochen sind alle Personen und Fachleute, die an Modellen und Prozessen des formellen und informellen Lebens interessiert sind. Die Teilnehmer erwartet ein vielseitiges und spannendes Programm mit Referaten, Ateliers und Informationsständen.

Leben im Dorf

Es ist ruhig im Dorf und nur der Dorfbrunnen plätschert. Eine Katze schleicht vorbei und vom Stall her klingeln die Glöckchen der Schafe. Die Leute sitzen in der Küche am Mittagstisch. Schon bald wird aber der Dorfplatz wieder von den einheimischen Kindern belebt, die hier zwischen Gärten, Stadeln und Scheunen ein eigentliches Spieleldorado haben. Erschmatt hat nur noch rund 300 Einwohner, von denen gerade noch 23 Kinder unter 14 Jahren sind.

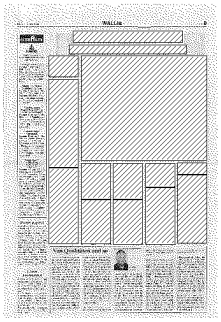
In Visperterminen zeigt sich die Situation etwas anders. Seit den 80er-Jahren sind die Bevölkerungszahlen relativ konstant. Heute hat die Gemeinde rund 1450 Einwohnerinnen und Einwohner. Aber auch Visperterminen hat mit der Überalterung zu kämpfen. Waren 1991 nur 7,6 Prozent der Wohnbevölkerung über 65 Jahre alt, sind es mittlerweile 15 Prozent. Zählte vor 25 Jahren Visperterminen 200 Primarschüler, sind es heute weniger als 80.

Die Abwanderung hält an

Wie Erschmatt und Visperterminen erfahren viele Bergdörfer im Oberwallis bereits seit einigen Jahrzehnten einen kontinuierlichen Bevölkerungsrückgang. Die Jungen sind heute gut ausgebildet und finden in den Zentren Arbeit. Zurück bleiben die immer älter werdenden Bewohner. Neuzuzüger gibt es aufgrund der geringen Arbeitsangebote und der abgelegenen Lage selten. Der Dorfladen hat nur das Nötigste im Angebot und die Schule wird über kurz oder lang mit den angrenzenden Gemeinden zusammengelegt. Grundsätzlich gibt es zwei Möglichkeiten, wie ein Bergdorf auf den Bevölkerungsrückgang reagieren kann: Mit Resignation vor dem Unabwendbaren oder mit einem standhaften «Trotzdem». Wie gelingt es aber einem Bergdorf, ein attraktives Dorfleben für die einheimische Bevölkerung wie auch für die Touristen zu gestalten? Wie können die scheinbaren Nachteile in Trümpfe umgewandelt werden? Wie aussichtsreich ist dieser Einsatz überhaupt? Visperterminen und Erschmatt haben sich für das «Trotzdem» entschieden und sind Beispiele solch innovativer Gemeinden.

Innovationen

In Erschmatt mit seiner bescheidenen Grösse ist das Dorfleben trotzdem intakt: Es wird gemeinsam gebacken und das Vereinsleben ist für eine solch kleine Gemeinde vielseitig. Mit dem Sortengarten, wo alte Gemüse- und Getreidesorten angepflanzt werden, und mit der Erlebniswelt Roggen lassen die Erschmatter altes Brauchtum und Handwerk wieder aufleben. Und das nicht nur für die Touristen. Auch die Terbiner überraschen immer wieder mit innovativen Projekten und Veranstaltungen. Die Theateraufführung «Versehen-Vergehen – eine inszenierte Sesselbahnfahrt durchs Jenseits» ist mit dem «Milestone» 2007, dem begehrten Tourismuspreis der Schweiz, ausgezeichnet worden. Auch die jährlich durchgeführten Erlebnisexkursionen in den Weinbergen erfreuen sich grosser Beliebtheit. Weiter versucht



das Projekt Chinderwält, mit Hilfe einer zeitgenössischen, innovativen Umnutzung der Ökonomiegebäude das Dorf als Wohnort für Familien attraktiver zu machen und das Angebot für den Tourismus zu erweitern. Gleichzeitig kann das Dorf von einer zusätzlichen Wertschöpfung profitieren.

Warum das Bergdorf geschätzt wird

Die Bevölkerung ist mit ihrem Dorf verwurzelt, seit Generationen lebt die Familie hier und schätzt die hohe Lebensqualität. Jeder kennt jeden und die Solidarität in der Dorfgemeinschaft ist gross. Alle sind an einem intakten Dorfleben interessiert und würden das ruhige und beschauliche Leben niemals mit der Hektik und Anonymität einer Stadt eintauschen. Der Gemeindepräsidentin von Erschmatt, Edith Inderkummen, und dem Gemeindepräsidenten von Visperterminen, Roland Zimmermann, geht es nicht nur darum, eine Berggemeinde zu verwalten, sondern auch etwas zu bewegen. Am Forum der Pädagogischen Hochschule Wallis vom 16. Mai zum Thema «Lernen für eine Zukunft in den Alpen» zeigen sie in ihrem Atelier ihren Weg auf, berichten über Erfahrungen und diskutieren mit den Teilnehmern Möglichkeiten und Grenzen für die Bergdörfer.

Referate und 14 Ateliers

Das Forum der Pädagogischen Hochschule Wallis vom 16. Mai findet im Rahmen der Alpenstadt statt. Es referieren Dr. Ueli Nagel, Dozent an der PH Zürich, zum Thema «Naturverständnis und Umweltbildung im Wandel der Zeit» und Dr. Johannes Heeb, Senior Partner der Firma seecon international, zur Regionalentwicklung in den Alpen oder «Wir Alpen! – die Zukunft gestalten wir». Eine Vertiefung erfolgt anschliessend in den insgesamt 14 Ateliers, welche thematisch in folgende drei Blöcke aufgeteilt sind und sich inhaltlich an konkreten Umsetzungs- und Projektbeispielen orientieren:

– Bildung und Nachhaltigkeit in der Schule: Die Schulen als Lückenbüsser oder in der Pionierrolle, Profilbildung von Schulen und Langzeitwirkung in Schulprojekten.

– Wege zum Lernen: Neue Medien und interdisziplinäre Zusammenarbeit, Schülerdebatten, entdeckendes Lernen in und von der Natur sowie lebenslanges Lernen.

– Lernende Region: Kulturpatinnen und Kulturpaten, Partizipation, bewegte Gemeinden, Energie sowie Artenvielfalt und Wertschöpfung.

Das PH-Forum findet von 17.00 bis 21.00 Uhr statt. Interessierte können sich unter www.phvs.ch oder auf dem Tagungssekretariat anmelden. Die Veranstaltung ist öffentlich und unentgeltlich.

Visperterminen und Erschwil (Bild) dienen als Beispiele für innovative Gemeinden, die nichts unversucht lassen, um der Abwanderung entgegenzutreten. Foto wb

hotellerie suisse

DIE SÜDOSTSCHWEIZ
AUSGABE GRAUBÜNDEN

7007 Chur
Auflage 7x wöchentlich 38'058

1075326 / 571.19 / 3'478 mm2 / Farben: 0 Seite 3 08.05.2008

Bewerbungsfrist für Milestone-Preis läuft

Chur. – Im November findet die diesjährige Verleihung des Tourismuspreises Milestone statt. Laut einer Medienmitteilung können sich interessierte Touristiker noch bis zum 31. August bewerben. Nebst dem Preis für «herausragende Projekte» werden auch Auszeichnungen in den Kategorien Lebenswerk, Nachwuchs sowie ein Sonderpreis für Nachhaltigkeit vergeben. *(so)*

Anmeldeformulare und weitere Infos gibts im Internet unter www.htr-milestone.ch.

REGION

Bianchi: Mitsprache auch für Churwalden, Malix und Parpan

Argus Ref 31141868

hotellerie suisse

Coopzeitung
Gesamtausgabe
4002 Basel (Fächer)
Auflage 52x jährlich 1'771'706

1075326 / 571.19 / 146'250 mm2 / Farben: 3 Seite 78 13.05.2008

Es geht wieder los!

Start zur Coop Handy-Safari

Spiel, Sport und Spannung, Einkaufsgutscheine, Gratis-Ferien und Spass an der Bewegung: All das beinhaltet die **Coop Handy-Safari.** Sie beginnt in diesen Tagen an 16 Orten in der ganzen Schweiz.

TEXT: FRANZ BAMERT
FOTOS: MARTIN HEIMANN

Plötzlich passierts, plötzlich zuckt es wie ein Blitz über das Gesicht von Reto Schmid (10): Er hat die Antwort auf die Frage nach dem Schwefelbrunnen in der Lenk im Simmental herausgefunden. «Nein, schwierig war es nicht», sagt der zehnjährige Bub. «Aber ein bisschen nachdenken und sich bewegen muss man schon, das macht es ja spannend.» Genau das ist der Sinn der Coop Handy-Safari, dieser spannenden Verbindung von Schnitzeljagd und moderner Handy-Technik: Spannung, Freude und Lust auf Bewegung zu wecken. So wie Reto, seine Schwester Cindy (12) und die Eltern Maya und Hans-Ruedi Schmid, haben letztes Jahr 2000 Familien und Gruppen an der Coop Handy-Safari in zwölf Schweizer Ferienorten teilgenommen, die vom Schweizer Tourismus-Verband mit dem Gütesiegel «Familien willkommen» ausgezeichnet sind. Familienfreundlich ist auch die Coop Handy-Safari selber und darum hat sie den renommierten Tourismuspreis «Milestone» erhalten.

Dank der Handy-Safari erleben die kleinen und grossen Teilnehmer nicht nur ein paar spannende Stunden, das Spiel ▶▶

hotellerie suisse

Coopzeitung
Gesamtausgabe
4002 Basel (Fächer)
Auflage 52x jährlich 1'771'706

1075326 / 571.19 / 146'250 mm2 / Farben: 3 Seite 78 13.05.2008

▶▶ führt zu den schönsten und versteckten Flecken eines Ortes. In der Lenk ist das nach übereinstimmender Aussage der ganzen Familie Schmid das «Lenker-Seeli», ein Naturschutzgebiet unweit des Dorfes. Aber da ist ja auch der Wildstrubel, sind

«Ein bisschen nachdenken muss man schon.»

die sonnenverbrannten Simmentaler Häuser, die Menschen mit ihrem anheimelnden Dialekt und… Doch Reto und Cindy sind schon bei der nächsten Frage, und die dreht sich um die Wasserfälle im hintersten Teil des Tales. Auch dieses Problem lösen die beiden mit Bravour. Gut – einverstanden, Vater Hans-Ruedi hat auch seinen Teil zur Lösung beigetragen. Aber bei der Handy-Safari sind es die Kinder, welche das Sagen haben. Reto und Cindy rufen darum: «Hunger», und die ganze Familie macht sich über den Coop-Znüni-Zvieri-Sack her, den jeder Teilnehmer gratis auf die Safari mitbekommt. So gestärkt, gehts in die Schlussrunde, und wieder kann man den beiden Kindern fast beim Denken zusehen. Und wieder kommt wie ein Blitz die Antwort auf die fünfte und letzte Frage nach einer Lenker Käsespezialität: «Tummeli», ruft Cindy und tippt die Antwort ins Handy. Umgehend kommt die Antwort «richtig» und eigentlich wäre die Coop Handy-Safari jetzt vorbei. Eigentlich. Denn jede Familie erhält auf dem Tourismus-Büro noch einen 10-Franken-Einkaufsgutschein von Coop. Und auch damit muss der Spass noch nicht vorbei sein: Aus den Gewinnern wird in jedem Ort eine Familie ausgelost, die eine Woche Gratis-Ferien erhält. ■

Zu zweit machts mehr Spass: Reto und Cindy Schmid.

hotellerie suisse

Coopzeitung
Gesamtausgabe
4002 Basel (Fächer)
Auflage 52x jährlich 1'771'706

1075326 / 571.19 / 146'250 mm2 / Farben: 3 Seite 78 13.05.2008

Lebensfreude pur bei Maya, Cindy, Hans-Ruedi und Rete Schmid: Die Handy-Safari bringt Spass in den Ferienalltag.

So einfach gehts

Einmal am Ort Ihrer Wahl, starten Sie das Spiel durch ein SMS (Kosten: 20 Rappen) mit dem Stichwort der jeweiligen Region an die Nummer 5555 (ausgenommen Liechtenstein*).
Dann erhalten Sie ein SMS mit der ersten von fünf Fragen, welche den Ort und seine Umgebung betreffen. Die Antwort schicken Sie wiederum an die 5555 und Sie erhalten sofort die nächste Frage. Jedes SMS kostet 20 Rappen. Am Schluss des Spiels, das auf 36 Stunden ausgedehnt werden kann, erhalten Sie den Gewinncode und die Information, wo Sie den Coop-Einkaufsgutschein abholen können. Als Hauptgewinn locken Ferienwochen, Weekends und weitere Preise, die von den jeweiligen Orten ausgelost werden. Weitere Infos bei den

Coopzeitung
Gesamtausgabe
4002 Basel (Fächer)
Auflage 52x jährlich 1'771'706

1075326 / 571.19 / 146'250 mm2 / Farben: 3 Seite 78 13.05.2008

Tourismusbüros und unter:

■ **link**
www.coopzeitung.ch/handysafari

*Teilnehmer aus Liechtenstein ohne CH-Handy-Abo wählen 0043676 800 960 33.

Handy-Safari 2008

Nach dem Grosserfolg im Jahr 2007 geht die Handy-Safari dieses Jahr ab 1. Juni in eine neue Runde. Wenn Sie schon heute ein SMS mit dem Text **HANDYSAFARI** an die Nummer 5555 schicken, werden Sie rechtzeitig und kostenlos über den Beginn in den einzelnen Destinationen informiert.

1 Arosa **www.arosa.ch**
2 Beatenberg **www.beatenberg.ch**
3 Bellinzona* **www.bellinzonaturismo.ch**
4 Bettmeralp **www.bettmeralp.ch**
5 Braunwald **www.braunwald.ch**
6 Brigels **www.brigels.ch**
7 Crans-Montana **www.crans-montana.ch**
8 Grächen **www.matterhornvalley.ch**
9 Lenk **www.lenk.ch**
10 Lenzerheide **www.lenzerheide.com**
11 Malbun **www.malbun.li**
12 Reka-Dorf Hasliberg **www.reka.ch**
13 Reka-Dorf Zinal **www.reka.ch**
14 Saas Fee **www.saas-fee.ch**
15 Savognin **www.savognin.ch**
16 Toggenburg **www.toggenburg.ch**

* Bellinzona ist nicht mit dem Gütesiegel «Familien willkommen» ausgezeichnet.

hotellerie suisse

eXpresso
deutsche Ausgabe
6002 Luzern
Auflage 52x jährlich 20'203

1075326 / 571.19 / 166'842 mm2 / Farben: 3 Seite 12 20.05.2008

Alpinhof, Siat:

Luxusferien auf dem Bauernhof

Was fällt Ihnen zum Stichwort «Bauernhof-Ferien» ein? Schlafen im Stroh, Zimmer mit Etagenbad und einfaches Leben. Mag sein, aber nicht auf dem

Alpinhof Schischiu in Siat zwischen Ilanz und Disentis. Hier erhält das Landleben eine luxuriöse Note mit Open-Air-Badewanne und Absinthwurst.

«Willkommen, Alpinhof Schischiu, Holiday Resort» steht auf einer Infotafel am Eingang zum Areal. Beim Herumschauen stellt man fest: Man steht quasi vor einem kleinen Dorf. Dazu gehören eine moderne, lichtdurchflutete, grosse Reithalle, ein altes Bauernhaus mit Restaurant, zwei Ferienhäuser mit fünf Wohnungen, eine Pferdepension, ein Festzelt, eine Eventwiese mit Hornussenabschlag und Hufeisenwurfplatz sowie zwei multifunktionale Hallen/Scheunen. Jack Luder, Besitzer und Betreiber des Alpinhofs Schischiu zeigt auf die grosse Halle: «Im Moment ist sie ein Warenlager, letzte Woche haben wir hier noch Würste vakuumiert.» Bald wird die Halle geräumt und wieder als Veranstaltungssaal eingerichtet.

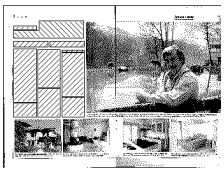
Genauso vielseitig wie sein «Resort» ist auch Jack Luder. Der ehemalige weltweit tätige Werbeberater ist auf seinem Hof Bauleiter, Handwerker, Hotelier, Wirt, Hochlandrinderzüchter, Pferdepfleger, Eventorganisator, Koch, Metzger und Marktfahrer. Jeden Samstag verkauft er in Ilanz seine selbstproduzierten Fleischspezialitäten.

Vor siebzehn Jahren kaufte Jack Luder den vor dem Zerfall stehenden Hof. Er renovierte die Gebäude und ergänzte sie durch passende Neubauten. Seit gut vier Jahren bewirtet Jack Luder hier nun Gäste. Es handelt sich dabei um Gruppen, die einen Erlebnistag gebucht haben, oder um Einzelreisende, die Ferien auf dem Bauernhof machen möchten, ohne auf Annehmlichkeiten wie Sprudelwanne, Steamer und Internet zu verzichten.

Für sein Agrotourismuskonzept wurde der Alpinhof für den Tourismus-Innovationspreis Milestone nominiert. Der Preis ging zwar an jemand anderen, davon profitiert hat der Alpinhof aber doch.

«Seit der Milestone-Nomination im Jahr 2005 brauchen wir keine Werbung mehr», sagt Jack Luder.

Die Luxuswohnung «Alpenrose» sowie die kleineren Studios sind jeweils auf drei, vier Monate hinaus ausgebucht. «95 Prozent der Buchungen entstehen durch Mund-Propaganda», weiss Jack Luder. Die meisten Besucher, rund 70 Prozent, sind Stammgäste. Der Rest sind grösstenteils Freunde



hotellerie suisse

eXpresso
deutsche Ausgabe
6002 Luzern
Auflage 52x jährlich 20'203

1075326 / 571.19 / 166'842 mm2 / Farben: 3 Seite 12 20.05.2008

oder Bekannte dieser Stammgäste. «Unsere Gäste buchen im Schnitt zwei Nächte. Oder sie bleiben gleich eine ganze Woche.» Einige bringen ihre Reitpferde mit oder lassen diese das ganze Jahr über hier in Pension. «Dort hinten möchte ich nächstens 15 Einzelboxen bauen, um mehr Pensionspferde aufnehmen zu können», sagt Jack Luder und zeigt auf ein Stück Land. Auf das Tourismussegment «Reitferien» möchte er sich aber nicht spezialisieren. Lieber flexibel bleiben, lautet seine Devise.

Das gilt auch für die Restauration. Daher gibt es keine fixen Öffnungszeiten. Die Besenbeiz «Zum bluetige Räche» wird auf Anmeldung hin geöffnet. «Wir müssen jeweils zwei Stunden bevor die Gäste kommen einfeuern», erklärt der Wirt und Rinderzüchter. Jack Luder tischt ausschliesslich Fleisch seiner schottischen Hochlandrinder auf. «Wer Schwein oder Poulet essen will, der ist hier falsch!», stellt er klar.

«Ich bin ein Tüftler und probiere gerne neue Sachen aus», beschreibt sich Jack Luder selbst. Diese Leidenschaft lebt er unter anderem auch bei der Produktion seiner Wurstspezialitäten aus. Er stellt Chiliwurst, Kräuterwurst, Knobliwurst, Ingwerwurst und zu Weihnachten Lebkuchengewürzwurst her. Das Paar kostet 15 Franken. Der Renner im exklusiven Sortiment ist aber ganz klar seine Absinthwurst.

Das Geheimnis der Absinthwurst: Auf 50 Kilo Fleisch kommt 1 Liter der «Grünen Fee».

Zudem bestehen alle Würste vom Alpinhof zu 100 Prozent aus Fleisch von Schottischen Hochlandrindern. Bei der Entwicklung der Rezepturen verlässt sich Jack Luder auf seine Nase und seinen Gaumen: «Schmeckt es mir, dann schmeckt es anderen meistens auch.» Mit dieser Art der Produktentwicklung beweist Jack Luder eine gute Nase. Vor zweieinhalb Jahren begann er mit der Produktion von Absinthwürsten. Damals stellte er 500 dieser Spezialitätenwürste her. Dieses Jahr sind es bereits 40 000.

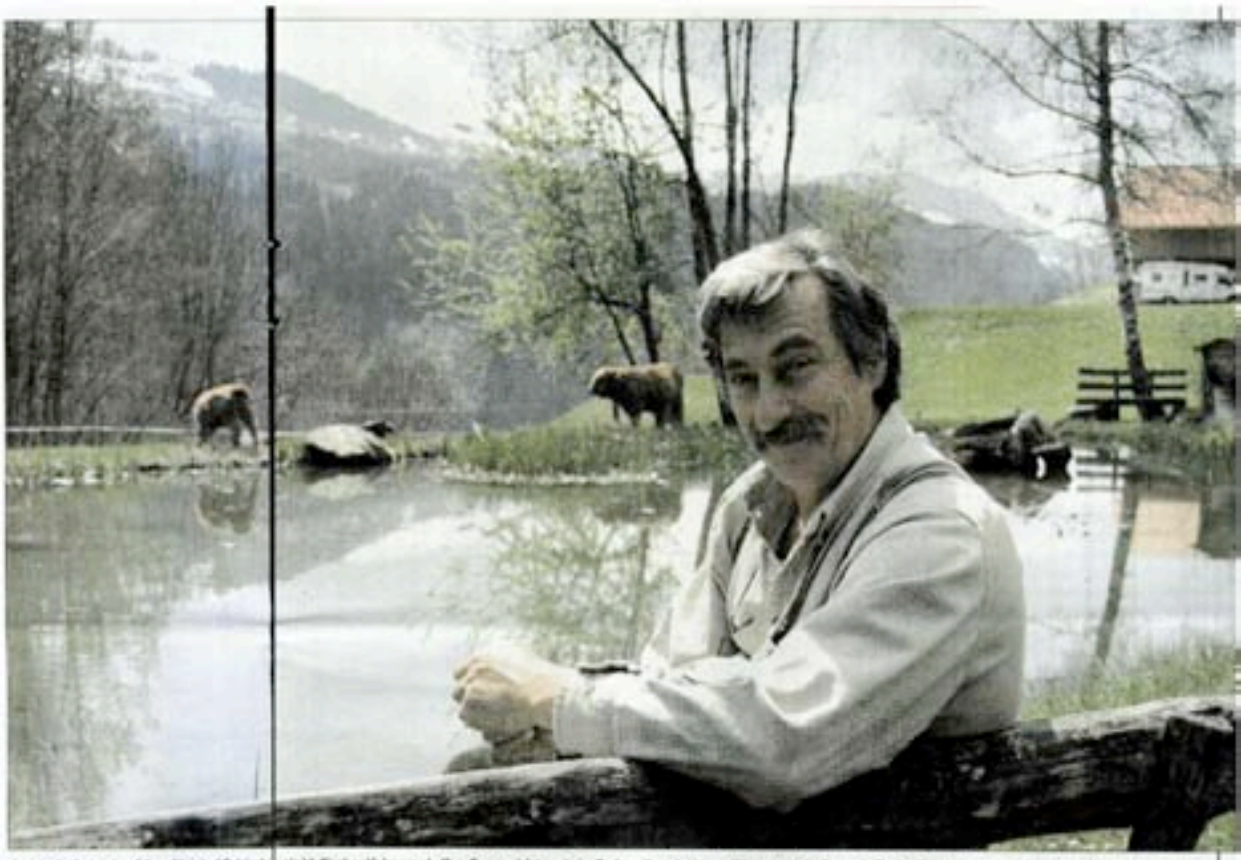
riccarda.frei@gastronews.ch

Badevergnügen Marke «Phantasie & Eigenbau»: Auf Knopfdruck fährt die selbst gebaute Badewanne ins Freie, direkt vor den Grill. Jack Luder schwärmt: «Im Wasser sitzen, am Stecken eine Wurst «bräteln», ein gutes Tröpfchen geniessen und in die Landschaft schauen – «weisch wie isch das schön»!»

hotellerie suisse

eXpresso
deutsche Ausgabe
6002 Luzern
Auflage 52x jährlich 20'203

1075326 / 571.19 / 166'842 mm2 / Farben: 3 Seite 12 20.05.2008



Jack Lader hat sich auf dem Alpinhof Schischiu ein idyllisches Heim geschaffen. Dazu gehört auch der Badeweiher, der in zwei kleinere, hinterliegende Teiche fliesst. Neben Karpfen tummeln sich darin auch Forellen. «Die sind aber nur für den privaten Verzehr bestimmt», schmunzelt Jack Lader. Seine Übernachtungsgäste verwöhnt er mit Spezialitäten aus dem Fleisch seiner Hochlandrinder.

Zum Alpinhof Schischiu gehört neben einer grossen, modernen Reithalle unter anderem auch dieses Ferienhaus mit drei Wohnungen.

Die Wohnung «Alpenrose» überrascht mit edlen Details wie zum Beispiel dem Cheminée, das einen 360-Grad-Blick aufs Feuer ermöglicht.

hotellerie suisse

eXpresso
deutsche Ausgabe
6002 Luzern
Auflage 52x jährlich 20'203

1075326 / 571.19 / 166'842 mm2 / Farben: 3 Seite 12 20.05.2008

Die Küche mit Panoramaaussicht ist voll ausgestattet. Trotzdem essen die meisten Gäste lieber im Hofrestaurant «Zum bluetige Räche».

Alpiner Charme mit einem Hauch von Orient. Wie der Rest der Wohnung, so ist auch das Schlafzimmer hell und freundlich eingerichtet.

Dosi, der gute Geist von Schischiu, macht Alpkäse-Raclette.

Im «Zum bluetige Räche» kann man gut «verhöcklen».

Alpinhof Schischiu: Fakten und Zahlen

Standort:	Alpinhof Schischiu, 7157 Siat www.alpinhof.ch, Telefon 081 925 19 70
Betreiber:	Jack Luder
Öffnungszeiten:	ganzjährig, aber nur auf Anmeldung
Konzept:	Bauernhof mit fünf Ferienwohnungen und Restaurant, Pferdepension, Hochlandrinderzucht und Fleischproduktion

hotellerie suisse

eXpresso
deutsche Ausgabe
6002 Luzern
Auflage 52x jährlich 20'203

1075326 / 571.19 / 166'842 mm2 / Farben: 3 Seite 12 20.05.2008

Seinen Gästen tischt Jack Luder selbst gemachte Trockenwürste und Schinken aus Hochlandrindfleisch auf.

Der Alpinhof besteht aus verschiedenen Gebäuden. Nächstens soll eine Stallung mit Einzelboxen für 15 Pensionspferde dazukommen.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Novitats

7007 Chur
Auflage 52x jährlich 4'949

1075326 / 571.19 / 72'928 mm2 / Farben: 3 Seite 4 23.05.2008

KREISFEST CHURWALDEN

Jungbürgerfeier mit dem Standespräsidenten

Standespräsident Leo Jeker ist in Churwalden aufgewachsen. Kreispräsidentin Brigitta Hitz lud ihn zusammen mit den diesjährigen Jungbürgerinnen und -bürgern zum Kreisfest ein.

● *Von Monika Werder*

Standespräsident Leo Jeker, als Präsident des Kantonsparlaments der höchste Bündner, beehrte die Jungbürgerinnen und Jungbürger des Kreises Churwalden mit seiner Anwesenheit an der Jungbürgerfeier. Er ist eben auch ein bisschen «ünscher» Leo, ist er doch in Churwalden aufgewachsen. Kreispräsidentin Brigitta Hitz nutzte diese Konstellation und lud am letzten Samstagabend die Bevölkerung des Kreises zum Kreisfest in den Churwaldner Gemeindesaal ein.

Gefeiert wurden die Jungbürgerinnen und Jungbürger und der Churwaldner Spross Leo Jeker, der die höchsten politischen Ehren im Kanton erklommen hat. Speziell eingeladen waren auch die Jahrgänger von Leo Jeker, die einst zusammen mit ihm die Schulbank gedrückt hatten. Umrahmt wurde der doppelte Festakt duch die Musikgesellschaft Alpina Churwalden. Mit Beni Bischofberger und Karl Geeser spielen dort noch zwei Jahrgänger von Leo mit. Jeker selber war einst mit den Instrumenten Trompete, Cornet und Posaune in den Reihen der Alpina. Im privaten Kreis spielte er Handorgel. Aufgefallen ist der heutige Politiker und Direktor der Bergbahnen Savognin aber schon in jungten Jahren durch seine sportlichen Höchstleistungen und seinen Biss. Bürgergemeindepräsident Karl Geeser wusste in seinem Rückblick von manchen Grosstaten im Bereich Ski alpin, Marathonläufen, 100-Kilometer-Lauf, Nacht-OL und vielem mehr zu berichten. Zudem war Jeker auch Initiant der Jugendriege Churwalden.

Kreispräsidentin Brigitta Hitz erwähnte in ihrer Laudatio die beruflichen Pioniertaten, für welche er 2006 mit dem «Milestone» ausgezeichnet wurde. Mit Herzblut, Feuer und Flamme habe sich Leo Jeker stets für seine Ziele eingesetzt. «Einfach walserisch: ein bisschen knorrig, unkompliziert, direkt, schnell», fasste Hitz zusammen.

Mit Walserdialekt ein Kränzchen für die Jungen

In Churwaldnerdialekt überbrachte der Standespräsident den Jungbürgerinnen und Jungbürgern die Grüsse des Bündner Grossen Rats. Und er ermahnte die Jugendlichen: «Nehmt euch auch Zeit für Sport und Bewegung in der schönen Bergwelt.» Man müsse nicht immer abrufbereit sein über Handy und Laptop. Noch vor relativ wenigen Jahren sei ein Mensch pro Tag noch 15 Kilometer zu Fuss gegangen, heute seien es noch 700 Meter. «Die wichtigste Energiequelle für die Zukunft ist die Nutzung der Gegenwart», so ein weiterer Aspekt in seinen Ausführungen an die Jungen, in die er seine Hoffnung setzt für eine positive Weiterentwicklung Graubündens und darüber hinaus. «Macht hie und da eine Reise und werdet damit befristet zu Ausländern», gab er den 18-jährigen Jungbürgerinnen und Jungbürgern mit auf den Lebensweg in einer offenen Haltung.

Ein Film aus den 60er-Jahren

Besonders viel Applaus gab es für drei Schwarzweissfilme aus den 60er-Jahren über die Bsatzig von 1967, über das Holzen im Winter und über die Viehschau. Gedreht wurden seinerzeit die Zeitdokumente von Gret Hitz. Andreas Hitz kommentierte die Stummfilme am Kreisfest für das grosse Publikum. Anschliessend war für die Jugendlichen Disco im Zivilschutzraum angesagt, und im Gemeindesaal spielten die Appenzeller Promillos zum Tanz auf. Einen starken Akzent setzten die Bamo-E, die Trommler-Formation aus Malix, mit ihrer Spezialeinlage.

Die Jungbürgerinnen und Jungbürger des Kreises Churwalden im Rampenlicht: Sie harren gespannt der Dinge, die da kommen werden. Fürs Erste wurden sie durch die Kreispräsidentin mit Geschenken bedacht. *(Bilder Monika Werder)*

Jungbürgerinnen und Jungbürger

Anwesend am Kreisfest vom letzten Samstag in Churwalden:

Von Parpan: Bettina Raschein, Renato Strassmann.

Von Churwalden: Tomislav Bicvic, Daniel Brasser, Dario Buol, Andreina Hemmi, Danijel Marojevic, Fabienne Schwartz, Peter Schwitter, Seraina Simonet, David Brunold, Roman Loosli.

Von Praden: Bianca Helfenstein.

Von Malix: Marina Aprovitola, Sven Genoud, Elisabeth Hunziker, Rolf Pfosi, Moreno Schneider, Laura Wagner.

Bilder von oben links nach unten: Standespräsident Leo Jeker und sein Bruder Valentin erinnerten sich an ihre Churwaldner Jugendzeit. Kreispräsidentin Brigitta Hitz organisierte das Kreisfest und wurde mit einen Blumenstraus beehrt. Sie selber verteilte am meisten Geschenke. Die Gemeindepräsidenten gratulierten den Jungen persönlich, und die MG Alpina gab den festlichen Rahmen.

(Bilder Monika Werder)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

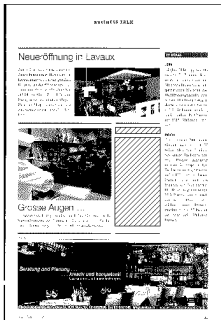
Salz & Pfeffer

8035 Zürich
Auflage 8x jährlich 20'000

1075326 / 571.19 / 3'766 mm2 / Farben: 0 Seite 73 04.06.2008

Milestone 2008

Die htr Hotel-Tourismus-Revue und die Hotelleriesuisse suchen den Milestone-Gewinner 2008. Anmelden dürfen sich alle im Schweizer Tourismus tätigen Personen, Unternehmen und Organisationen. Die Ausschreibung läuft bis am 31. August. Die vier Preiskategorien des Milestones sind: Herausragendes Projekt, Nachwuchspreis, Sonderpreis Nachhaltigkeit (Umwelt) und Lebenswerk einer Persönlichkeit. Sie sind insgesamt mit 33000 Franken dotiert.
www.htr-milestone.ch


Neueröffnung in Lavaux

Grosse Augen

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

DIE SÜDOSTSCHWEIZ
AUSGABE GLARUS

7007 Chur
Auflage 7x wöchentlich 8'072

1075326 / 571.19 / 26'328 mm2 / Farben: 0 Seite 7 21.06.2008

Zweitauflage der Handy-Safari

In Braunwald kommt es zu einer neuen Runde der Handy-Safari. Dies nach der erfolgreichen Durchführung im letzten Jahr.

Braunwald. – Handy-Safari zum zweiten: Heute startet die nächste Runde der Handy-Safari. Die Safari mit dem Mobiltelefon ist nichts anderes als eine geführte Wandertour im Gebiet Braunwald. Über SMS können die Teilnehmenden der Safari Fragen über Braunwald beantworten und erhalten dann einen Beschrieb des Wanderweges. Braunwald-Tourismus schrieb gestern in einer Mitteilung – viele Eltern seien begeistert.

Preisgekrönte Safari-Tour

Die Handy-Safari wurde im letzten Jahr mit dem Milestone-Tourismuspreis ausgezeichnet. Braunwald erhielt zusätzlich für seine Safari das Gütesiegel «Familien willkommen» vom Schweizer Tourismus-Verband. Die Safari kann die ganze Sommersaison, bis zum 26. Oktober, genutzt werden. Sie richtet sich vor allem an Familien mit Kindern. Spielerisch entdecken die Kids Braunwald und werden gleichzeitig durch das SMS-Quiz zum Laufen animiert. Bei der Safari können Einkaufsgutscheine gewonnen werden – zusätzlich lockt eine Verlosung: Die Gewinner-Familie kann eine Woche Gratis-Ferien gewinnen. *(eing/so)*

Wandern in Braunwald: Diese Familie wandert mit Handy.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

PAULI Cuisine

8052 Zürich
Auflage 6x jährlich 8'253

1075326 / 571.19 / 198'133 mm2 / Farben: 3 Seite 16 24.06.2008

St. Moritz, Hanspeter Danuser
und sein Alphorn

Der letzte klassische Kurdirektor

Der abtretende Kurdirektor von St. Moritz und der letzte Postillon vom Gotthard haben etwas gemeinsam: Beide waren markante Figuren, hielten die Zügel fest in der Hand und bliesen kräftig ins Horn, der eine ins Post-, der andere ins Alphorn. Ihr Name wurde zur Marke der Region. Doch beim Herabsteigen vom Kutschersitz geht bei solch aussergewöhnlichen Exponenten nicht bloss eine Leaderfigur in Pension; es endet zugleich eine Ära. Grund genug für einen Rückblick!

Während dreier Jahrzehnte war Hanspeter Danuser so etwas wie ein lebendes Logo von St. Moritz. Er prägte als dynamischer Kur- und Verkehrsdirektor das Image des Nobelferienortes, war Initiant verschiedener touristischer Pioniertaten und Promotor unkonventioneller Marketingideen, wofür er mehrere Auszeichnungen erhielt. Ende dieser Saison tritt er ab – als letzter klassischer Kurdirektor.

Ikone und Auslaufmodell

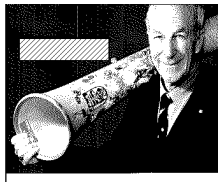
Mit seinen Alphornauftritten auf Werbetourneen rund um den Globus wurde er selbst zur Ikone. Doch ob allem Erfolg – und dies ist wohl das Geheimnis seines Palmares – blieb er immer sich selbst, nimmermüd aktiv, aber bescheiden, offen und freundlich zu allen. Wäre er nicht Kurdirektor, sondern Chef eines Unternehmens, würde man ihn nicht als Manager, sondern als Patron bezeichnen, als etwas, das es eigentlich gar nicht mehr gibt. Deshalb nennt er sich selbst, humorvoll wie er ist, «ein Auslaufmodell».

Als Dreikäsehoch war es sein Traum, Bauer zu werden. «Ab acht Jahren war ich im Sommer jeweils ein paar Monate Hüterbub bei Bergbauern ob Flims und im hintern Safiental». Organisieren konnte er schon immer. So gründete er in Felsberg eine erfolgreiche Pfadigruppe. Seine Unkompliziertheit und Offenheit ebneten ihm den Weg; denn welche gestandene Persönlichkeit ist schon so ehrlich und gibt unumwunden zu Protokoll, dass er die Matura nur mit viel Glück geschafft habe. Dafür hat er im Leben seinen Mann gestanden und hat etwas bewegt.

Lob auf tüchtige Vorreiter

Bescheidenheit offenbart sich auch darin, wenn der heute gefeierte Tourismusprofi zuerst auf die Leistungen jener hinweist, die vor ihm waren, Pioniere wie Johannes Badrutt (Hotelpionier und «Erfinder» des Wintertourismus) und Camill Hofmann (Dorfpfarrer, Kommunikator und «Erfinder» der Feriendestination) sowie seine beiden direkten Vorgänger im Amt, Walter Amstutz (Kommunikations- und Brandinggenie, «Erfinder» des Sonnenlogos) und Peter Kasper (der die Grösse hatte, die bewährte Marke zu übernehmen und zudem den Turnaround nach dem Krieg schaffte).

«Sie alle haben das begründet, worauf ich



aufbauen konnte, nämlich die Strategie der hohen Qualität, das heisst gleicher Komfort wie in Paris, London oder New York, aber auf einer Höhe von 1800 Metern». Seine Antwort auf die Frage, welches denn sein grösster beruflicher Erfolg sei, beantwortet er ebenso bescheiden: «Die Fortsetzung der Arbeit meiner beiden Vorgänger Kaspar und Amstutz mit den Mitteln modernen Marketings sowie die Entdeckung und Optimierung der Marke im Destinationstourismus».

Ein pathologischer Optimist

Sein Arbeitspensum ist randvoll, als Kurdirektor ist er gefragt wie ein roter Hund. Doch das schafft er locker; er beginnt den Tag immer dort, wo er angefangen hat – ganz unten. Im Keller des Gemeindehauses ist jeden Werktag um 0700 Uhr Alphorntraining angesagt. Weil er in der Gruppe die erste Stimme spielt, muss er auch die hohen Töne beherrschen. So wie er sich auch unter der Hautevolée des Nobelkurorts sicher bewegen muss.

Selber zählt er sich zwar nicht zur feinen Gesellschaft, muss aber an vielen Schickimicki-Anlässen seine Aufwartung machen. Das kann recht anstrengend sein; so muss er zum Beispiel an Silvester ein halbes Dutzend Mal die Kleidung wechseln. Auch das ist für ihn kein Problem, da er den Tenuefez (schneller Kleiderwechsel) vom Militär her gewohnt ist. Die vielen Parties und Events besucht er aber wohlweislich nur halbstundenweise, «weil man sonst die Bodenhaftung verliert». Dafür verbringt er die freien Tage – analog wie der Bündner Bär – gerne in der Stille des Albulatals.

Kurz: Der «letzte Kurdirektor» von St. Moritz ist ein dynamischer Macher. Doch Ende Saison geht er nun – nach dreissig Jahren im Amt – unfreiwillig aber in Ehren in Frühpension. Denn wer aktiv ist und Erfolge feiert, hat auch Neider, die finden, dass dreissig Jahre «Mister St. Moritz» genug seien. Doch er nimmt es locker, wird bis zum letzten Tag Dampf machen im Kessel – gemäss seinem Motto: «Ein Kurdirektor muss ein pathologischer Optimist sein».

Grösster Bekanntheitsgrad

Aber auch nach seinem Abgang werden seine Spuren sichtbar bleiben: St. Moritz figuriert heute nicht nur unter den wertvollsten Marken der Schweiz, es ist zu einem eigentlichen Global Brand geworden, wie auf dem Gebirgsflugplatz die vielen Privatjets aus allen Herren Ländern belegen. Selbstbeweihräucherndes Eigenlob? Mitnichten; denn diese Beurteilung stammt von ausserhalb der Schweiz, wo man keine Gratislorbeeren zu verteilen pflegt.

Gemäss einer Studie der Universität Wien ist St. Moritz die bekannteste Feriendestinations-Marke schlechthin, und laut deutscher Marktforschung der mit Abstand bekannteste Winterferienort, der sogar in Übersee Messwerte anderer bekannter Schweizer Produkt- und Dienstleistungsmarken deutlich übertrumpft. Doch was führte zu solcher Vormachtstellung einer einzelnen Marke?

Drei Dinge: Zum einen ein während mehr als 150 Jahren gelebter Pioniergeist im Engadiner Weltdorf, welcher das solide Fundament zum Erfolg legte, zum andern ein gekonntes professionelles Branding und schliesslich Kurdirektoren mit Verve und Ideen. Der letzte dieser Spezies, Hanspeter Danuser, der nun 2008 seine Abschiedssaison bestreitet, machte seinen Beruf zur Berufung und lief in Erfüllung seiner Aufgabe zu Hochform auf.

Markenwunder St. Moritz

«Das Phänomen des St. Moritzer Markenerfolgs», dessen ist Hanspeter Danuser überzeugt, «ist nichts weiter als langfristiges Beherzigen einiger Grundprinzipien professionellen Brandings, das heisst gute Qualität in Angebot, Design und Kommunikation, langfristige Strategien, innovative und nachhaltige Produkt- und Kommunikationspolitik, einzigartiger und unver-

wechselbarer Auftritt am Markt mit langfristig glaubwürdiger, klarer Positionierung sowie einfache, aber starke Identität».

Das Resultat solcher Konsequenz: Heute werden in diesem vom Bauerndorf zum Nobelkurort mutierten und im abgelegenen Engadiner Hochtal auf über 1800 Metern Höhe gelegenen St. Moritz pro Quadratmeter Wohnfläche die schweizweit höchsten Spitzenpreise bezahlt von mehr als 30 000 Franken. Grund dafür ist – neben der wunderschönen Seen- und Gebirgslandschaft, der hohen Schneesicherheit, der qualitativ hochstehenden Angebots- und Servicequalität und der strahlenden Engadinersonne – nicht zuletzt auch der hohe Bekanntheitsgrad der Marke St. Moritz.

«Nur so ist erklärbar», meint der erfahrene Tourismusfachmann, «dass in diesem Ort auf 1000 Einwohner im Schnitt ein Luxushotel und zwei Erstklasshäuser zu stehen kommen – die weltweit höchste Dichte an Nobeletablissements. Das zeigt, dass die Investoren an die Zukunft des Ortes glauben und der Marke St. Moritz ihr Vertrauen schenken.»

Erster geschützter Ortsname

Die Perlenkette Danusers «Marketing-Erfindungen» ist lang: 1978/79 kreierte er den symbol- und heimatträchtigen Begriff «Heidiland» und liess ihn pfiffigerweise auch gleich als Marke schützen. 1981 initiierte er den Relaunch des «Glacier-Express», des «langsamsten Schnellzugs der Welt», der als «Märchen auf Schienen» quer durch die Schatztruhen imposanter Gebirgslandschaft fährt und zwei erste alpine Adressen verbindet, St. Moritz und Zermatt. Dasselbe folgte mit «Bernina-Express» und «Palm-Express».

Aber der Grandcoup folgte 1986, als Hanspeter Danuser St. Moritz als Wortmarke registrieren liess – notabene als ersten geschützten Ortsnamen der Welt! Das war die Geburtsstunde des Markenbegriffs im Destinations-Management. Doch nicht genug: Der clevere Touristikpionier vergab den Brand «St. Moritz – Top of the World» in Lizenz an strategische Partner aus der Privatwirtschaft – ein zu jener Zeit revolutionäres und (aus dem Blickwinkel der Konkurrenz) umstrittenes Verhalten für einen Kurort.

Leader aller Bergferienorte

Hanspeter Danuser ist fest davon überzeugt: «Professionelles Branding wird – wie in andern Wirtschaftsbereichen – auch im Destinationsmanagement immer wichtiger. Dies verlangt von den Verantwortlichen nicht nur hohe Kompetenz, persönliches Commitment und Überzeugung, sondern auch personelle Kontinuität. All das schafft Vertrauen, Sympathie und Goodwill am Markt». Und er doppelt nach: «Basis des Markenmythos St. Moritz war und ist die langfristige, konsequente und konsistente Umsetzung klarer Marketingstrategien, die darauf abzielen, St. Moritz weltweit zur ersten Adresse unter allen Bergferienorten zu machen».

«Doch dies», und dessen ist sich ‚Mister St. Moritz' bewusst, «kann mangels grosser Finanzmittel nicht über konventionelle Kampagnen erreicht werden, sondern hat sich durch innovatives Eventmarketing bewährt, auf dessen Plattform der Brand St. Moritz virtuos und äusserst wirksam inszeniert wird. Deshalb gibt der Kur- und Verkehrsverein St. Moritz gut die Hälfte seiner operativ verfügbaren Mittel für Eventmarketing in diesem Sinn aus und nimmt dank Lizenzierung seiner Marke jährlich einen sechsstelligen Betrag ein, der zum Teil wieder der Brandinszenierung zufliesst.

Die Kuh verkauft, statt die Milch

Der erfahrene Touristiker mit Bodenhaftung kennt auch die verborgenen Gefahren des Erfolgs. Deshalb ist er nicht für Wachstum um jeden Preis. «Ein Tal auf 1800 m ü. M. sollte nicht mehr als 100 000 Betten haben;

sonst sind wir auf Dauer nicht mehr Top of the World – wegen Verkehrs-, Logistik- und Recyclingproblemen. In der Hochsaison sind wir jetzt schon die sechstgrösste Stadt der Schweiz. Darum setzen wir auch auf das Clean-Energy-Projekt und auf umweltfreundliches Reisen».

Und er sagt es mit dem Brustton der Überzeugung: «Es geht in erster Linie um Produktivitätssteigerung, um qualitatives Wachstum. Seit 25 Jahren bin ich gegen jedes zusätzliche Bett ausserhalb der Hotellerie. Wichtig wäre, dass die Zweitwohnungen im Nobelkurort besser ausgelastet werden, durch Vermietung an Zweitwohnungsbenützer; denn viele Ferienwohnungen stehen elf Monate im Jahr leer und werden durchgeheizt, was jeder Nachhaltigkeit widerspricht.»

«Man hat», gibt Hanspeter Danuser aus Erfahrung zu bedenken, «lange das schnelle Geschäft gesucht, die Kuh verkauft, statt die Milch. Das grösste Kapital eines Kurdirektors in den Bergen sind intakte Landschaft und Natur. Deshalb haben wir gegen einen unbeschränkten Boom von Zweitwohnungen angekämpft und für deren Weitervermietung plädiert. Auch der ägyptische Investor Sawiris will in Andermatt jeden Villenkäufer überzeugen, zu vermieten. Denn hätte man in einem Nobelkurort plötzlich nur noch jene Gäste, die zwei Wochen in ihren Wohnungen verbringen, würde der Nimbus auch der Marke St. Moritz rasch verblassen».

Kurdirektor und Traumberater

Eines wurde Hanspeter Danuser im Lauf seiner Tätigkeit bewusst: «Tourismusmarketing ist viel komplexer als Konsumgütermarketing. Die Anforderungen im Tourismus-Business sind heute enorm. Man muss strategisch denken und taktisch handeln, Zusammenhänge erkennen und spüren, wie die Märkte funktionieren. Denn ein Angebot kommt erst dann zum Tragen, wenn man es kennt. Und hier liegt die Crux der Schweiz; wir sind keine Marktschreier und stellen unsere hervorragenden Produkte meist unter den Scheffel». Sagt einer, der es anders machte.

Seine Aussage gipfelt in der verschmitzt vorgetragenen Feststellung: «Ferien sind Gefühlsprodukte, und Ferienentscheide sind Bauchentscheide. Also müssen die Angebote emotional verpackt und kommuniziert werden, sich an denselben Gesetzmässigkeiten orientieren wie vergleichbare Produkte der Konsumgüterindustrie, Kosmetika etwa, oder Uhren. Deshalb ist man als Kurdirektor in dieser «kurligen» Branche so etwas wie ein Berater für Träume». Sagt's und wendet sich für einen Fototermin einer Gruppe ihn umlagernder Fereingäste aus einer der drei Sister Cities von St. Moritz zu (das da sind: Kutchan in Japan seit 1964, Bariloche in Argentinien seit 1981 und Town of Vail in USA seit 1994).

Danuserhorn im Nachklang

Als Botschafter aus der Bergwelt hat Hanspeter Danuser sein eigenes Marketing-Rezept gefunden. Obschon es problemfreiere Gepäckstücke gäbe als Alphörner, hat er seit einem Vierteljahrhundert auf jede Geschäftsreise in alle Ecken der Welt das sperrige Instrument mitgenommen. «Denn», so meint er, «das Alphorn ist wie eine gute Marke: einmalig, einzigartig, unverwechselbar. Es ist voller Geschichten, die meiner Botschaft für Ferien in der Schweiz Glaubwürdigkeit verleihen. Was ich sage, vergessen die meisten rasch; das Alphorn jedoch bleibt in Erinnerung, oft das ganze Leben lang».

So blieb denn sein Alphorn kein verschupftes «Geröllhaldensaxophon», sondern wurde global fast so bekannt wie das Matterhorn, und man wird sich im Nobelkurort St. Moritz auch noch viele Jahre später an den letzten Kurdirektor und an die eigene bäuerliche Vergangenheit erinnern,

immer dann nämlich, wenn irgendwo ab den Bergen Alphornklänge widerhallen. Warum eigentlich, so fragt man sich, trägt dieses Instrument nicht die Marke Danuserhorn?

Heini Hofmann

Curriculum und Palmares

Geboren und aufgewachsen ist «der letzte Kurdirektor» Hanspeter Danuser am 31. Juli 1947 in Felsberg (als Nachbar der Bundesratsfamilie Schlumpf). Er ist Bürger von Felsberg und St. Moritz und Vater von zwei Söhnen.

Sein Werdegang ist geradlinig und zielstrebig: Kantonsschule Chur, dann Abschlüsse an der HSG St. Gallen für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (lic.oec.) und an der Universität Zürich (Dr. oec.) – beide mit «magna cum laude». Finanzierung des Studiums als Dachdecker, Kantonsschul- und KV-Lehrer.

Nach der Dissertation in Zusammenarbeit mit der Swissair («Berufsbild und Ausbildung der Air-Hostess») folgten Produkt-Management bei Nestlé (Nescafé) und Direktionsassistenz bei CWS-International – bis er 1978 Kur- und Verkehrsdirektor von St. Moritz wurde.

Das Palmares von Hanspeter Danuser lässt sich sehen: 1987 «Marketingpreis» der Schweizerischen Gesellschaft für Marketing (GfM) für die «nachhaltige, systematische und originelle Marketing-Leistung für einen internationalen Kur- und Touristikort».

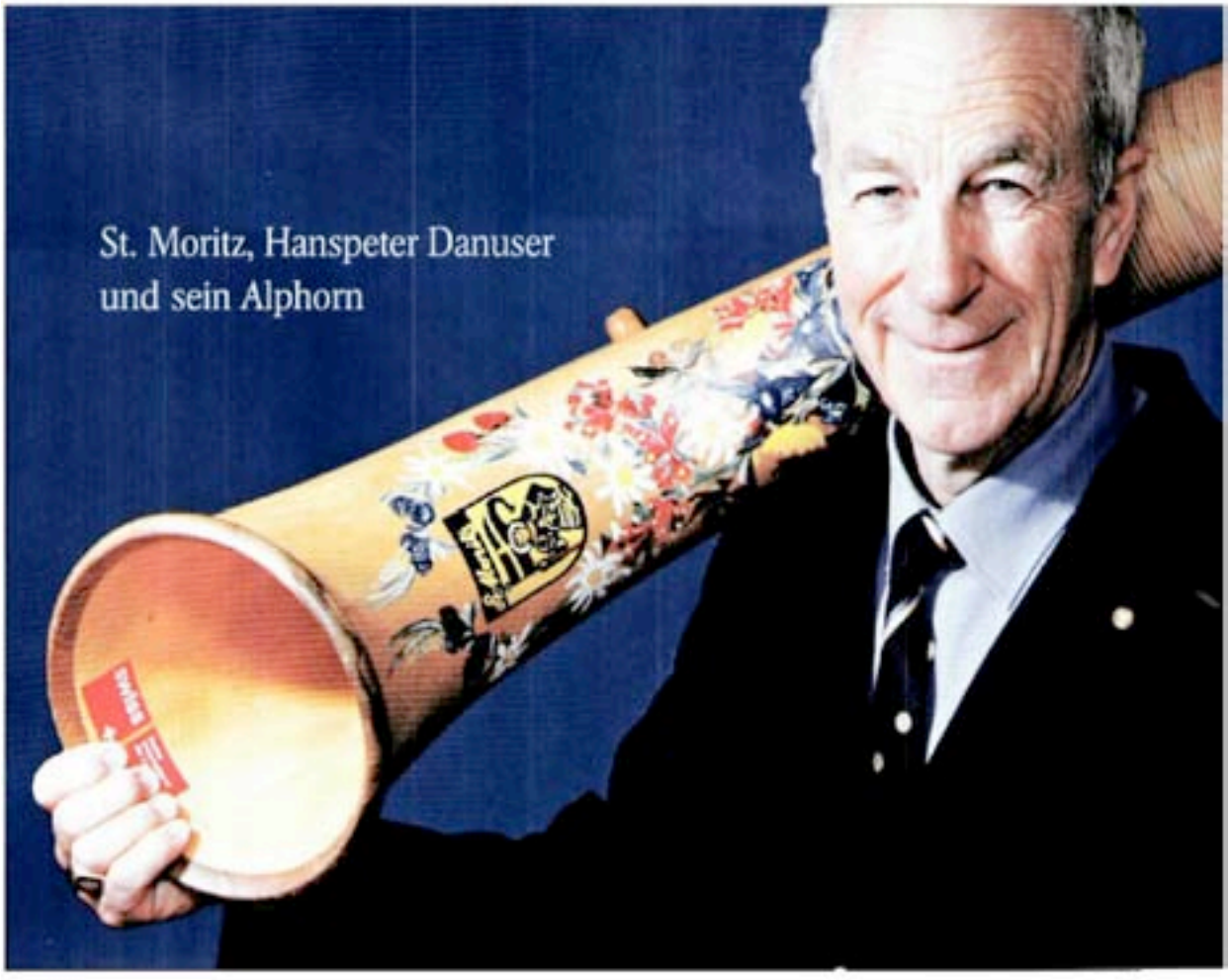
1999 «Kopf des Jahres» in der Kategorie «Kurdirektoren, Erfinder, Hoteliers, Piloten und Unternehmer», gekürt durch die Sonntagszeitung. 2003 «Bündner des Jahres», «Milestone Tourismuspreis Schweiz» in der Kategorie «Lebenswerk einer Persönlichkeit» sowie «Tourismuspreis» der Edition Salz und Pfeffer.

2006 «Preis Herbert», der an Zeitungsverleger Herbert Gossweiler erinnert und jährlich an eine Persönlichkeit verliehen wird, die sich in den Medien um den alpinen Raum in Europa verdient gemacht hat (bisherige Preisträger: Franz Beckenbauer, Reinhold Messner, Sonja und Willy Bogner, Bernhard Russi, Stephan Eicher und Klaus Schwab). 2007 erhielt Hanspeter Danuser auch noch den «Europapreis des EWI».

Die Liste der Hobbies des nimmermüden Workaholic ist so kunterbunt wie seine Marketingideen: Beginnen tut's gutbürgerlich mit Familie und Lesen, dann wird's sportlich mit Windsurfen, Snowboarden und Skaten (Langlauf und Inline) und endet schliesslich exzentrisch-exotisch mit Alphornblasen und Palmenzüchten.

Kurz und gut: Ein erfolgreicher, interessanter und sympathischer Mensch von einem Schlag, wie man ihn sich zahlreicher wünschen täte.

HH


St. Moritz, Hanspeter Danuser
und sein Alphorn

Sportlichkeit und körperliche Fitness ist für einen St. Moritzer Kundirektor eine Selbstverständlichkeit.

Blick auf St. Moritz mit den zwei bekanntesten Häusern: Kulm Hotel (links) und Badrutt's Palace Hotel (Mitte). Im Vordergrund die Chantarellabahn.

Rund um den Globus hat «Mister St. Moritz» mit Alphornklängen für das Engadiner Weltdorf geworben.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

FRIDOLIN
Die Regionalzeitung mit Amtsblatt

8762 Schwanden GL
Auflage 52x jährlich 28'729

1075326 / 571.19 / 29'898 mm2 / Farben: 0 Seite 28 26.06.2008

Braunwald-Klausenpass Tourismus AG:

Start der Coop Handy-Safari in Braunwald

Nach dem Grosserfolg im Jahr 2007 geht die Handy-Safari in Braunwald in eine neue Runde. Vom 21. Juni bis 26. Oktober 2008 bietet die im letzten Jahr mit dem renommierten Tourismuspreis «Milestone» ausgezeichnete Handy-Safari wiederum einen spannenden Sommer-Wander-Spass für die ganze Familie.

Luca (9) hüpft freudig rauf und runter: Er hat die Antwort auf die erste Frage herausgefunden und wandert freudig der nächsten Wegstrecke entgegen. Seine Eltern sind begeistert: «So viel Wanderspass hatten wir noch nie! Unsere Kinder laufen und laufen und können kaum mehr gestoppt werden!» So wie Luca, seine Schwester Lea (13) und die Eltern Maja und Christian haben letztes Jahr 2000 Familien und Gruppen an der Handy-Safari in zwölf Schweizer Ferienorten, welche vom Schweizer Tourismus-Verband mit dem Gütesiegel «Familien willkommen» ausgezeichnet sind, teilgenommen. Dank der Handy-Safari erleben die kleinen und grossen Teilnehmer nicht nur ein paar spannende Stunden, sondern entdecken dabei auch spielerisch die schönsten Flecken von Braunwald. Das letzte SMS ist gesendet! Luca springt erleichtert aufs Trampolin auf dem Grotzenbüel und strahlt übers ganze Gesicht – juhui, geschafft! Als Belohnung wartet auf die Familie ein Zehn-Franken-Einkaufsgutschein von Coop. Zudem wird aus den erfolgreichen Teilnehmern eine Familie ausgelost, welche eine Woche Gratis-Ferien gewinnt. Spiel, Sport, Spannung, Spass an der Bewegung sowie Gratis-Ferien, Einkaufsgutscheine und einen Znüni-Zvieri-Sack: All das beinhaltet die Coop Handy-Safari, welche bis Ende Oktober 2008 läuft. Deshalb: Mitmachen, Wandern, Raten und Spass haben.

So einfach geht's

Das Spiel wird durch ein SMS (Kosten: 20 Rappen) mit dem Stichwort Braunwald an die Nummer 5555 ausgelöst. Danach erhalten Sie ein SMS mit der ersten von fünf Fragen über Braunwald. Die Antwort schicken Sie wiederum mit dem Kennwort Braunwald an die 5555 und, sofern richtig, bekommen Sie sofort die nächste Frage, welche die weitere Wegstrecke definiert. Jedes SMS kostet 20 Rappen. Am Schluss des Spiels erhalten Sie den Gewinncode und die Information, wo Sie den Zehn-Franken-Einkaufsgutschein von Coop abholen können. Als Hauptgewinn locken Ferienwochen für die ganze Familie.

Handy nicht vergessen

Eine Safari ist eine Safari – die jungen Abenteurer sollten mit bergtauglichen Schuhen und Kleidern ausgerüstet sein. Natürlich darf das Handy nicht fehlen. ●

Weitere Infos: *www.braunwald.ch* – Tel. 055 653 65 65 – *info@braunwald.ch; www.coop-zeitung.ch/handysafari* oder *www.MySwitzerland.com.*

360 Tage offen

Coop Handy-Safari in Braunwald: Spannender Wanderspass für die ganze Familie – es warten attraktive Preise.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 45'135 mm2 / Farben: 3 Seite 2 03.07.2008

TOURISMUSFORUM

Desillusioniert

«Arosa wird enden wie die Swissair!» – «Arosa Tourismus kann sich ein multimediales Wasserspiel gar nicht leisten» – «…was, wenn dieses multimediale Spektakel, das gar nicht in die Berge passt, schon nach einem Jahr auseinander bricht?» – «das 'Gratis-Bergbahnen-Konzept' ist nicht durchdacht, es muss scheitern …», «Schwarzenbach soll samt seinem 'Sprudel' zurück nach Zürich» – ich könnte noch viele Zitate schreiben, sie stammen alle aus Leserbriefen und Zuschriften an Arosa Tourismus, die wir im Frühling 2003 im Vorfeld auf unser www.all-inclusive.ch erhalten haben. Gegen das Wasserspiel gab es x Einsprachen, sodass mit dem Bau erst verspätet begonnen werden konnte, und noch im August 2003 entschied der Gemeinderat auf Verlangen einiger, den Bus per sofort aus dem «all-inclusive» zu entfernen. All-in entwickelte sich zur Kopiervorlage für viele andere Destinationen, und das Wasserspiel sprudelt heute noch so schön wie damals, wird auch diesen Sommer Tausende begeistern und «Gratis Bergbahnen» wurde letztlich vom Volk verabschiedet.

> **„Selten trifft ein, was Schwarzmaler und Bremser befürchten"**

Es ist wohl menschlich, dass sich diese Leute heute nicht mehr melden.

Soll das nun eine Abrechnung zu meinem Abschied aus Arosa sein? Nein, keineswegs – es soll lediglich daran erinnern, dass selten eintrifft, was Schwarzmaler und Bremser befürchten und dass das Argumentieren mit Angst nie produktiv ist. Dass die Angst vor zu vielen Kunden (und zu wenig Parkplätzen) auf der Lenzerheide die touristische Entwicklung einer ganzen Region verhindern kann, ist sehr schade. Die Abstimmungsresultate von Arosa und Lenzerheide könnten unterschiedlicher nicht sein. Da das prosperierende, heimelige und schneesichere Arosa, dessen Positionierung zu den besten im Kanton gehört, dessen Hotellogiernächtezahlen im Sommer seit Jahren ständig zulegen und dessen Winterauslastung kaum mehr erhöht werden kann (gegen 90 Prozent in den 3000 4- und 5-Stern-Betten über den gesamten Winter gesehen), das dieses Geschäft nachhaltig sichern will, 85 Prozent stimmten Ja. Dort die Lenzerheide, die zwar mit dem Projekt «Enjoy Switzerland» einen

Hans-Kaspar Schwarzenbach

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 45'135 mm2 / Farben: 3 Seite 2 03.07.2008

Milestone verdiente, aber wenn es darum geht, wirklich das zu bieten, was der Kunde wünscht, sich von Ängsten treiben lässt und verhindert. Leider setzten sich einmal mehr die durch, die mit Ängsten argumentieren statt mit Chancen. Es wird wohl auch in zehn Jahren noch menschlich sein, dass diese Leute sich dannzumal nicht mehr melden werden und man sich die Augen reibt und fragt – wie konnte das nur passieren?

Sie werden kaum Verantwortung übernehmen, jene, die ob diesem Negativ-Resultat jubelten, die wohl bereits Strategien hatten, um die Verbindung selbst dann zu verhindern, falls es ein «Ja» gegeben hätte. 80 Prozent des CO_2-Ausstosses einer Ferienreise entfallen auf die Anreise, und daher sind Gäste in der Schweiz ökologisch sinnvoller als im Ausland. Der Umweltschutz beginnt beim Kunden, und der Kunde wählt sein Angebot selbst aus – es muss attraktiv sein, mit Verboten erreicht man wenig. Die Verhinderung der Skigebietsverbindung ist nur die Spitze des Eisbergs. Beispiel «Prätschli»-Resort: Vertreter der Hotelkette A'Rosa waren im April 2001 zum ersten Mal hier, 2003 waren dieselben Leute zum ersten Mal in Kitzbühel, 2005 fand in Arosa eine Abstimmung statt, und mit überwältigendem Mehr haben die Aroser dem Hotel zugestimmt, 2006 war ich in Kitzbühel zur Eröffnung eingeladen und seither ist das «A'Rosa»-Resort in Kitzbühel eines der am besten belegten Hotels und das ganze Jahr offen, derweil wir in Arosa monatliche Schattenmessungen durchführen und die damaligen Gegner sich exakt heute Abend zum Apéro treffen. Beispiel «Weisshorngipfel»-Restaurant: Vor einigen Tagen wurde der Kran vom Berg heruntergeflogen – das Gipfelrestaurant ist vom Heimatschutz blockiert worden, weil seiner Ansicht nach keine weiteren Gipfel mehr überbaut werden sollen. Egal, dass dort schon eine Antenne steht und der Berg seit Jahrzehnten erschlossen ist. Derselbe Heimatschutz, stellt Häuser aus früheren Zeiten unter Schutz, die heute gar nicht mehr gebaut werden dürften.

> **„Egal, dass das Weisshorn seit Jahrzehnten erschlossen ist"**

Was nützen neue «wettbewerbsfähige Tourismusstrukturen», all die neuen Businesspläne, EDV-Konzepte und Balance Score Cards, wenn das Wichtigste, nämlich das Angebot selbst nicht erneuert werden kann und immer weniger wettbewerbsfähig ist. Die beste Werbung kann da nicht helfen.

Hans-Kaspar Schwarzenbach ist bis Ende Juli Tourismusdirektor von Arosa und anschliessend Tourismusdirektor von Davos. Im Tourismusforum des BT kommen wöchentlich Persönlichkeiten zu Wort, die mit dem Tourismus in Graubünden verbunden sind.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Cooperazione

4002 Basel (Fächer)
Auflage 52x jährlich 123'158

1075326 / 571.19 / 144'947 mm2 / Farben: 3 Seite 60 08.07.2008

Handy Safari a Bellinzona

Un'avventura urbana

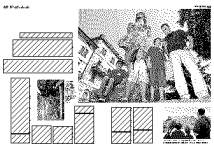
Un modo simpatico per visitare con la famiglia una città, scoprendo i suoi tesori? Il gioco Coop Handy Safari, un percorso a quiz via SMS attivo in 16 località svizzere, tra cui Bellinzona. Per esploratori che vogliono divertirsi.

TESTO: ISABELLA VISETTI
FOTO: ANNICK ROMANSKI

Sullo schermo del telefonino arriva un SMS con una domanda. Elia Molo, 13 anni, esce come un fulmine dalla stazione di Bellinzona e scova subito ciò che cerca. Poi sbotta: «Troppo facile rispondere!». Monica, la mamma, guarda la statua sul piazzale della stazione dove Elia ha trovato la soluzione al quesito, come se non l'avesse mai vista: «A Bellinzona sono venuta moltissime volte, ma non l'ho mai notata», ammette con un pizzico di sconcerto mentre allunga il cellulare al marito Luca, incaricato di digitare la risposta. Nella fretta Luca sbaglia qualcosa e subito riceve un messaggio di errore. Stefano, 10 anni, ride e si preoccupa che il gioco finisca ancora prima che abbia inizio.

Il gioco con cui si sta divertendo la famiglia Molo di Tesserete è la novità della stagione estiva bellinzonese ed ha un nome anglo-esotico: Handy Safari, una moderna caccia al tesoro, con telefonino alla mano, per scoprire gli angoli più belli e i dettagli più curiosi di 16 località svizzere che hanno aderito all'iniziativa, fra cui quest'anno figura anche Bellinzona. Lanciato nel 2006 dalla Stampa Coop, da Lenzerheide Tourismus e da Arosa Tourismus in collaborazione con Svizzera Turismo, Handy Safari si è aggiudicato lo scorso novembre il prestigioso Milestone, il premio del turismo svizzero, il riconoscimento più importante del settore.

È il primo giorno d'estate, non solo sul calendario, ma finalmente anche nella realtà. I merli dei castelli di Bellinzona di stagliano contro il cielo blu e le strade del centro storico sono inondate di sole. Per rispondere agli indovinelli di Handy Safari bisogna percorrere in lungo e in largo il capoluogo ticinese. È lo scopo del gioco: un trekking urbano piacevole e simpatico, della durata di circa due ore. Luca, Monica, Elia e Stefano si fanno largo tra le bancarelle del vivace mercato del sabato mattina. «È anche l'occasione per impa-



rare qualcosa», afferma Luca, patrizio di Bellinzona cresciuto a Chiasso. Nella sala del Municipio, in piazza Nosetto, dove si arriva per trovare il bandolo di uno dei cinque quesiti di Handy Safari, è conservato lo stemma della sua famiglia.

Elia e Stefano stanno però già sbirciando la prossima domanda. Per trovare la risposta occorre inerpicarsi sulla Torre Bianca di Castelgrande e contare quanti scalini ci sono per arrivare in cima. Un'informazione che non si trova su nessun prospetto turistico. Ai piedi della scala ognuno inizia la propria conta. Al termine Elia e Stefano hanno due ▶▶ ▶▶ risultati diversi. «Il mio è quello giusto», dice Elia che subito invia un SMS con il «suo» numero. La sua intraprendenza è premiata. Dalla Torre Bianca si gode di una splendida vista. Monica si affaccia per ammirare il paesaggio: «Viviamo in posti bellissimi e spesso non ce ne rendiamo conto». Ma oggi sì, anche grazie a Handy Safari. Sul telefonino arriva l'ultimo messaggio con il codice per ritirare il premio: un buono Coop del valore di dieci franchi e uno zainetto con tutto l'occorrente per uno spuntino ristoratore, oltre alla partecipazione all'estrazione finale, con in palio un soggiorno di una settimana per tutta la famiglia.

La famiglia Molo attiva Handy Safari alla stazione di Bellinzona. A ds., Stefano, Monica, Elia e Luca davanti alla statua di «Madre Elvezia».

Luca indica ai figli e alla moglie Monica la Torre Bianca di Castelgrande, una delle tappe dell'Handy Safari bellinzonese.

Elia con il papà Luca risponde a una delle domande di Handy Safari.

Castelli&Rabadan
I mille volti turistici di Bellinzona

Franco Ruinelli, direttore di Bellinzona Turismo.

Cooperazione: Cosa vi aspettate da Handy Safari?
Franco Ruinelli: Ci aiuterà a riposizionarci nei settori del turismo e del tempo libero, in particolare con le attività di promozione per le nuove generazioni, facendo scoprire Bellinzona in modo simpatico e divertente, ai giovani e alle loro famiglie, come pure alle scolaresche svizzere, spesso ospiti nel nuovo Ostello della Gioventù Montebello.

Quali le altre offerte di Bellinzona per le famiglie?
Vi è una coerente specializzazione degli organizzatori delle manifestazioni, per esempio con la sfilata dei bambini del venerdì durante il Carnevale Rabadan, con il Torneo internazionale giovanile di calcio a Pasqua, con il Festival internazionale di cinema giovane Castellinaria. Bellinzona Turismo ha inoltre sviluppato la guida illustrata per le scuole primarie «Bellinzona, dieci sguardi sulla città per giocare con la storia» che si può scaricare al sito www.bellinzonaunesco.ch

A Bellinzona si associano subito i Castelli: un limite o un vantaggio?
È senz'altro un vantaggio dal punto di vista della comunicazione e del posizionamento turistico internazionale. I turisti che visitano Bellinzona rimangono però sorpresi positivamente anche dalle numerose iniziative e dalle attrazioni culturali e paesaggistiche.

Facile come un gioco

Per attivare Handy Safari inviate un SMS (20 cts.) con la parola chiave della località al 5555 (ad eccezione del Liechtenstein*). Riceverete un SMS con la prima delle cinque domande. Spedite la risposta, preceduta dalla parola chiave, sempre al 5555. Se è esatta, potete rispondere alla prossima domanda. Al termine del gioco riceverete un codice e le informazioni per ritirare il buono Coop. Parteciperete inoltre all'estrazione finale con in palio fantastici premi.

■ **link www.cooperazione.ch/handysafari**

* I partecipanti in Liechtenstein senza un abbonamento di telefonia mobile svizzero, devono inviare un SMS allo 0043 676 800 960 33.

Handy Safari 2008

Dopo il grande successo del 2007 è partita una nuova stagione di escursioni con Handy Safari in **16 località svizzere,** fra cui anche **Bellinzona,** dove si può giocare in **italiano** o in **tedesco,** a dipendenza della **parola chiave** che si invia per SMS (20 cts.) al 5555 per l'attivazione: BELLINZONAIT per l'italiano, solo BELLINZONA per il tedesco.

1 Arosa **www.arosa.ch**
2 Beatenberg **www.beatenberg.ch**
3 Bellinzona* **www.bellinzonaturismo.ch**
4 Bettmeralp **www.bettmeralp.ch**
5 Braunwald **www.braunwald.ch**
6 Brigels **www.brigels.ch**

7 Crans-Montana **www.crans-montana.ch**
8 Grächen **www.matterhornvalley.ch**
9 Lenk **www.lenk.ch**
10 Lenzerheide **www.lenzerheide.com**
11 Malbun **www.malbun.li**
12 Reka-Dorf Hasliberg **www.reka.ch**
13 Reka-Dorf Zinal **www.reka.ch**
14 Saas Fee **www.saas-fee.ch**
15 Savognin **www.savognin.ch**
16 Toggenburg **www.toggenburg.ch**

* Bellinzona, a differenza delle altre località, non ha il marchio «Famiglie benvenute».

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

laRegioneTicino

6500 Bellinzona
Auflage 6x wöchentlich 33'773

1075326 / 571.19 / 20'472 mm2 / Farben: 0 Seite 13 08.07.2008

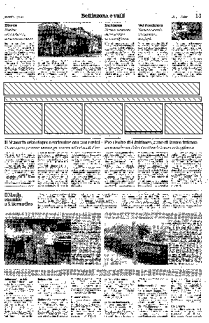
Alla scoperta della città col telefonino

Bellinzona, da oggi si potrà partecipare al percorso a quiz via sms Handy Safari promosso dalla Coop

Alla scoperta di Bellinzona grazie al telefonino. Da oggi prende infatti avvio nella capitale il gioco Handy Safari, un percorso a quiz via sms (in italiano e tedesco) attivo in 16 località svizzere a vocazione turistica per giovani e famiglie. L'itinerario conduce il visitatore dalla Stazione Ffs passando per Castelgrande, il centro storico fino a Villa dei Cedri. Il trekking urbano, una moderna caccia al tesoro, ha una durata di circa due ore. L'iniziativa è stata lanciata nel 2006 dalla Stampa Coop in collaborazione con Svizzera Turismo. Lo scorso novembre, Handy Safari si è aggiudicato il prestigioso Milestone, il più importante premio del turismo svizzero ha evidenziato ieri durante un incontro con la stampa la redattrice del settimanale *Cooperazione* Isabella Visetti. Oltre alla città partecipano all'innovativo progetto: Arosa, Beatenberg, Bettmeralp, Braunwald, Brigels, Crans-Montana, Grächen, Lenk, Lenzerheide, Malbun, Hasliberg, Zinal, Saas Fee, Savognin e Toggenburg.

«*Abbiamo accolto con molto entusiasmo questa nuova iniziativa che ben si concilia con l'impostazione turistica di Bellinzona Turismo* – ha sottolineato ieri la presidente dell'ente Flavia Marone –. *Si tratta infatti di un modo simpatico e innovativo per visitare la nostra città e per far scoprire, grazie alla tecnologia del telefonino e degli sms, luoghi particolari. Non solo ai turisti ma anche ai bellinzonesi*».

Per attivare Handy Safari, ha spiegato la collaboratrice di Bellinzona Turismo Jessica Solari, basta inviare un sms (20 centesimi) con la parola chiave della località (ad esempio per la città Bellinzonait per il quiz in italiano e Bellinzona per la versione in tedesco) al 5555. I partecipanti riceveranno successivamente un sms con la prima delle cinque domande. La risposta dovrà essere spedita, preceduta dalla parola chiave, sempre al 5555 attraverso lo stesso cellulare. Se è esatta, si potrà rispondere alla prossima domanda. Al termine del gioco si riceverà un codice per ritirare (alla sede di Bellinzona Turismo a Palazzo Civico dal lunedì al venerdì o al Centro accoglienza di Castelgrande il sabato e la domenica) il premio: un buono Coop del valore di dieci franchi e uno zainetto con tutto l'occorrente per uno spuntino ristoratore. Inoltre, si potrà partecipare a un'estrazione finale, prevista in ottobre al termine del gioco, che mette in palio una settimana di pernottamento a Bellinzona in una camera familiare (4 persone, colazione inclusa) presso l'ostello cittadino. Infine, Roland Richard, capo progetto Ticino di RailAway, ha spiegato che nell'offerta di pacchetti per la visita della capitale è stata inserita la possibilità di partecipare al gioco. **TETO**



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

DIE SÜDOSTSCHWEIZ AM SONNTAG

Gaster und See
7007 Chur
Auflage 52x jährlich 4'000

1075326 / 571.19 / 4'942 mm2 / Farben: 0 Seite 15 13.07.2008

Arosa – all-inclusive

Seit Sommer 2003 bietet Arosa seinen Gästen ein von «Milestone» ausgezeichnetes all-inclusive-Angebot an, wie es im ganzen Alpenraum nicht zu finden ist. Egal, wo der Gast übernachtet, bereits ab der ersten Nacht erhält er die Arosa Card kostenlos. Tagesgäste können diese Karte zum Preis von lediglich acht Franken beziehen. Damit sind nicht nur die Bergbahnen gratis, sondern auch Angebote wie Zugfahrt Langwies–Arosa, Bus, Badi, Driving Range Fee, Eishalle, signalisierte Parkplätze, Heimatmuseum und vieles mehr. Und als ob dies nicht schon genug wäre, bietet Arosa seinen Gästen dreimal wöchentlich (dienstag, freitags und samstags) als besonderes Spektakel die grössten Wasserspiele der Schweiz.

Weitere Infos: www.all-inclusive.ch

Meter für Meter auf sicherem Weg

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Tessiner Zeitung

6601 Locarno
Auflage 52x jährlich 8'583

1075326 / 571.19 / 93'262 mm2 / Farben: 0 Seite 28 18.07.2008

Bellinzonas Reize entdecken
und dank Coop Handy Safari erst noch schöne Preise gewinnen

HANDY SAFARI IN BELLINZONA: WANDERN WIRD ZUM MUNTEREN SPIEL

von **Isabella Wisetti**

Sympathischer Rundgang durch die Stadt Bellinzona, um nicht nur das Weltkulturerbe der drei Burgen zu besichtigen, sondern auch einige verborgene Winkel zu entdecken. Das ist Handy Safari. Bellinzona gehört zu den 16 Städten, die an diesem Familienplausch mit tieferem Sinn mitmachen. (Wir entnehmen den Beitrag der 'Cooperazione' vom 8. Juli 2008, leicht gekürzt, und danken für die freundliche Genehmigung.)

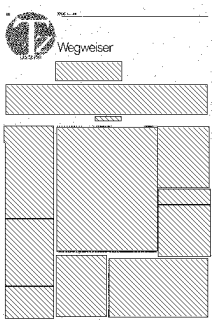
Auf dem Handy-Bildschirm erscheint ein SMS mit einer Frage. Der 13jährige Elia Molo eilt blitzschnell aus dem Bahnhof von Bellinzona und spürt sofort auf, was er sucht. Dann murrt er: Die Antwort ist doch viel zu leicht! Mutter Monica betrachtet die in Frage stehende Skulptur, wie wenn sie diese noch nie gesehen hätte: „Ich bin schon sehr oft nach Bellinzona gekommen, aber sie ist mir nie aufgefallen." Sie gibt es mit einen Hauch von Verblüffung zu, während sie das Handy ihrem Mann Luca weiter reicht, der den Auftrag hat, die Antwort einzutippen. Doch in der Eile macht Luca etwas falsch und erhält sofort eine Fehlermeldung. Stefano, zehn Jahre, lacht und macht sich Sorgen, dass das Spiel schon zu Ende ist, bevor es richtig angefangen hat.

Das Spiel, mit dem sich die Familie Molo aus Tesserete vergnügt, ist die Neuheit der Bellinzoneser Sommersaison und hat einen anglo-exotischen Namen: Handy Safari, eine moderne Schatzjagd, mit dem Mobiltelefon zur Hand, um die schönsten Winkel und kuriosesten Einzelheiten von 16 Schweizer Ortschaften zu entdecken, die sich bereit erklärt haben, an dieser Aktion mitzumachen. Darunter figuriert dieses Jahr, wie wir gesehen haben, auch Bellinzona.

Handy Safari ist 2006 von der Coop-Presse, Lenzerheide Tourismus und Arosa Tourismus lanciert worden, in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus. Im November 2007 ist Handy Safari der namhafte Milestone, der Preis des Schweizer Fremdenverkehrs, zugesprochen worden, die wichtigste Anerkennung in diesem Bereich.

Es ist der erste Sommertag, nicht nur auf dem Kalender, sondern auch in Wirklichkeit. Die Zinnen der Burgen von Bellinzona heben sich vom strahlend blauen Himmel ab, die Strassen der Altstadt werden vom gleissenden Sonnenlicht überflutet.

Die Antworten auf die erste Rätselfrage sind unterschiedlich, „Meine ist die richtige," meint Elia und schickt sofort ein SMS mit seiner Nummer ab. Sein Wagemut wird belohnt. Vom weissen Turm geniesst man eine prachtvolle Aussicht. Monica bewundert die Landschaft und meint: „Wir erleben schöne Orte und sind uns dessen oft gar nicht bewusst." Heute ist das jedoch nicht der Fall, auch dank Handy Safari. Bald erreicht die letzte Botschaft das Handy der Familie Molo, mit



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Tessiner Zeitung

6601 Locarno
Auflage 52x jährlich 8'583

1075326 / 571.19 / 93'262 mm2 / Farben: 0 Seite 28 18.07.2008

dem Gewinncode, der es erlaubt, die Preise abzuholen: ein Coop-Gutschein von zehn Franken und ein Körbchen mit allem, was es für eine Zwischenverpflegung braucht; zudem die Teilnahmeberechtigung an der Schlussverlosung, bei der ein Ferienaufenthalt von einer Woche für die ganze Familie zu gewinnen ist.
Cooperazione fragte Franco Ruinelli, Direktor von Bellinzona Turismo, was er denn von Handy Safari erwarte. „Es ist ein Beitrag, um unsere Position im Bereich Tourismus und Freizeit genau zu bestimmen. Diese Förderung richtet sich in

Ankunft im SBB-Bahnhof Bellinzona
Unten: Castelgrande fesselt den Blick

erster Linie an die Jugend, indem sie Kinder und ihre Eltern dazu einlädt, Bellinzona auf sympathische, vergnügliche Weise zu entdecken. Schulklassen, die oft Gäste in der neuen Jugendherberge Montebello sind, werden auch angesprochen."
Was bietet Bellinzona den Familien sonst noch? „Die Organisatoren von Veranstaltungen sind sehr darauf bedacht, den Familien gezielt viel zu bieten. Nur einige Beispiele: Der Kinderumzug am Freitag des Karnevals Rabadan, das Internationale Fussball-Jugendturnier an Ostern, das Jugendfilmfestival mit ebenfalls internationaler Beteiligung. Bellinzona Turismo hat zudem einen reich bebilderten Stadtführer für die Primarschulen veröffentlicht den man auch vom Internet downloaden kann: www.bellinzonaunesco.ch
Wer Bellinzona sagt, denkt unweigerlich an die Burgen: Ist das eine Einengung oder ein Vorteil? „Gewiss ein Vorteil im Sinne der Imagepflege auf internationaler Ebene und der Einordnung der Stadt in einem landschaftlich, kulturell und geschichtlich bedeutungsvollen Umfeld."

Es ist ganz einfach

So funktioniert es

Senden Sie ein SMS mit Keyword an 5555, und schon geht's los. Mit der Start-SMS lösen Sie das Spiel aus. Ist die Antwort richtig, werden Ihnen umgehend die nächste Frage zugestellt. Wenn alle fünf Aufgaben gelöst sind, erhalten Sie automatisch Ihren Gewinncode und Auskunft, wo Sie den Gewinn abholen dürfen. Die Orte stellen tolle Preise zur Verfügung, siehe www.coopzeitung.ch/handysafari. Die fünf Fragen müssen in 72 Stunden beantwortet werden. Die Dauer des Spiels beträgt eineinhalb bis sechs Stunden (je nach der Benützung von Bergbahnen). Die Kosten pro SMS belaufen sich auf 20 Rappen. Alle SMS müssen mit dem gleichen Handy gesendet werden.

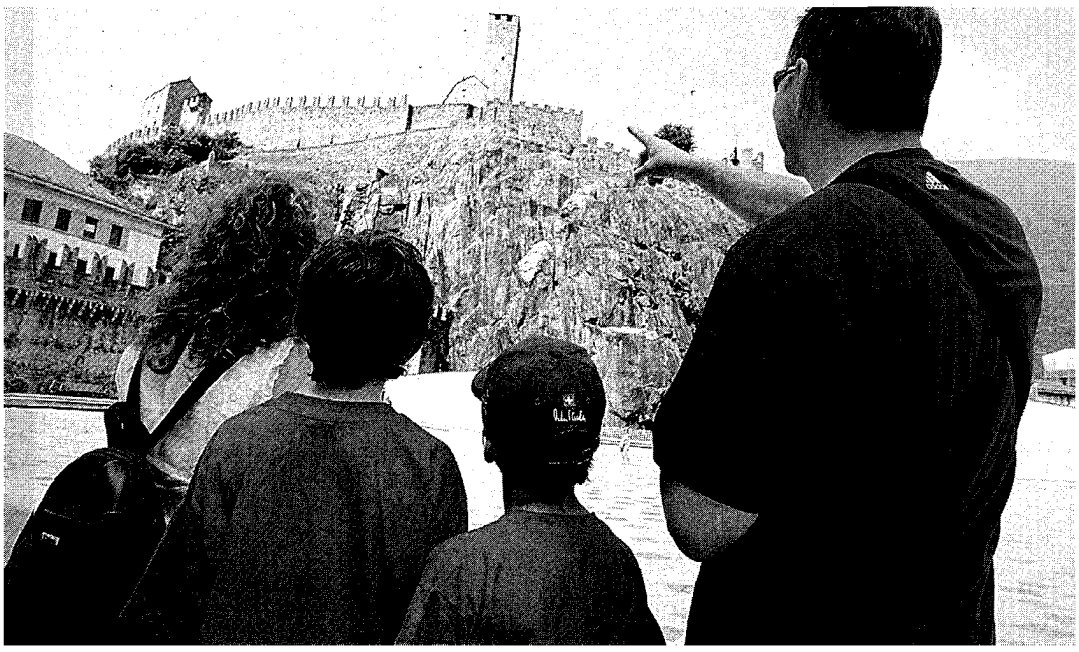
hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Tessiner Zeitung

6601 Locarno
Auflage 52x jährlich 8'583

1075326 / 571.19 / 93'262 mm2 / Farben: 0 Seite 28 18.07.2008

Die erste Frage ist richtig beantwortet; bald kann es weiter gehen. (Alle Fotos sind von Annit Romanski)



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 35'640 mm2 / Farben: 0 Seite 5 31.07.2008

STREIFLICH

«Jeder Tag ist wie eine Wundertüte»

«Happy Birthday, Hanspeter Danuser!» Zum 60. Geburtstag dürfte der St. Moritzer Kurdirektor heute wohl unzählige Gratulationsschreiben erhalten. Verdient hat er sie allemal.

Von Christian Buxhofer

Heute Donnerstag, 31. Juli, feiert der St. Moritzer Kurdirektor *Hanspeter Danuser* seinen 60. Geburtstag. Gleichzeitig kann er auf eine 30-jährige Tätigkeit beim Kur- und Verkehrsverein St. Moritz zurückblicken. Auch wenn sich seine Position seit der vor gut einem Jahr lancierten Destination Engadin/St. Moritz wesentlich geändert hat, ist sich der Vater von zwei (erwachsenen) Söhnen treu geblieben. Zielstrebig und mit viel Energie und Überzeugungskraft kümmert er sich um seine touristischen Steckenpferde, um die Marke St. Moritz und um neue Angebote wie etwa die Venedig-St.-Moritz-Tour, das Unesco-Weltkulturerbe Albula/Bernina und die World Art Masters. Er will nicht einfach nur als «letzter Kurdirektor von St. Moritz» in die Geschichte eingehen, sondern aufgrund seiner grossen (Pionier-) Leistung.

Ein Urgestein

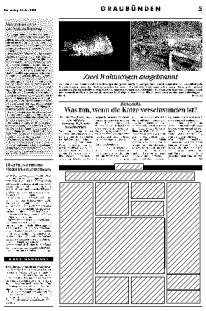
Danuser, der nach der B-Matura an der Kantonsschule Chur an der HSG St. Gallen und an der Universität Zürich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften studierte und samt Doktorwürden mit «magna cum laude» abschloss, gilt als das Urgestein unter den Bündner Tourismusdirektoren. Pioniertaten vollbrachte er in verschiedensten touristischen Bereichen. Früh erkannte er beispielsweise den Wert von St. Moritz als Marke und die Bedeutung von Events für den Sommer- und Wintertourismus. Er war es, der 1986 den Markenbegriff in das Destinations-Management einführte und «St. Moritz» als ersten Ortsnamen überhaupt schützen liess. Er war es, der als Erster die «Heidi»-Figur für die Tourismuswerbung einsetzte (und den von ihm kreierten Begriff «Heidiland» 1978 schützen liess). Er war es, der das Potenzial der Paradezüge der RhB entdeckte. So ist es sein Verdienst, dass der Glacier-Express von St. Moritz nach Zermatt seit dem von ihm lancierten Relaunch 1981 wieder zu einem Hit geworden ist.

Aufs richtige Pferd setzen

Er liess nichts unversucht, um St. Moritz noch bekannter zu machen und auch in der Zwischensaison Gäste ins Oberengadin zu locken. Dabei waren keineswegs alle Aktivitäten von Erfolg gekrönt. Danuser, der vor fünf Jahren für sein Lebenswerk mit dem Schweizer Tourismuspreis «Milestone» ausgezeichnet wurde, nahm aber schwache Pferde rechtzeitig aus dem Rennen und konzentrierte sich auf die starken Events. Und wie kein zweiter Tourismusdirektor in Graubünden bereiste er intensiv die (inter-)nationalen Märkte – meist mit dem Alphorn im Gepäck. Böse Zungen behaupten, er war in den letzten 30 Jahren häufiger unterwegs als in seinem Büro anzutreffen. Geschadet hat es dem Top-of-the-World-Ort nicht.

Bei der Umsetzung seiner unzähligen Ideen musste Danuser immer wieder auch in den eigenen Reihen viel Überzeugungsarbeit leisten. Dies trifft insbesondere auch auf seine kritische Haltung gegenüber dem Zweitwohnungsbau zu. Schon früh warnte er vor den «kalten Betten», die den Tourismus im Oberengadin schwächen könnten.

Danuser ist aber nicht nur durch seine Weitsicht, sein hartnäckiges Engagement zu Gunsten innovativer Ideen und seine kritischen Voten zu einer der bedeutendsten Persönlichkeiten im Bündner Tourismus geworden, sondern auch durch sein Gespür für medienwirksames Auftreten. Seine Spontaneität, sein weltweit gespanntes Beziehungsnetz, sein Humor und nicht zuletzt seine ehrliche Freude am Alphornblasen kommen ihm



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 35'640 mm2 / Farben: 0 Seite 5 31.07.2008

dabei immer wieder zupass. Und wenn er in seinem Beruf jeden Tag «als Wundertüte» wahrnimmt, wie er es selbst einmal formuliert hat, ist dies wohl vor allem auch seiner Person zuzuschreiben.

Trotz 30-jähriger Kurdirektorentätigkeit sucht der Hobby-Palmenzüchter nicht das Bequeme in der Routine, sondern das Packende im Neuen.

Kurdirektor Hanspeter Danuser wird heute Donnerstag 60 Jahre alt. (Foto Nadja Simmen)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 1'886 mm2 / Farben: 0 Seite 3 02.08.2008

BLATTSCHUSS

Sozusagen lieber spät als nie hat BT-Chefredaktor Christian Buxhofer am Donnerstag den St. Moritzer Kurdirektor Hanspeter Danuser gewürdigt. Den 60. Geburtstag feierte der Milestone-Gewinner aber bereits vor einem Jahr. Einmal mehr war er allen voraus.

GRAUBÜNDEN 3

Berlin staunt und geniesst

Kloster Müstair beehrt Berlin

Argus Ref 32095397

ARGUS Medienbeobachtung ARGUS der Presse AG Küdigerstrasse 15 Postfach CH-8027 Zürich
Tel. 044 388 82 00 Fax 044 388 82 01 www.argus.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Der Landbote

8401 Winterthur 1
Auflage 6x wöchentlich 36'456

1075326 / 571.19 / 48'283 mm2 / Farben: 3 Seite 18 13.08.2008

Kulturwege in sieben Kantonen

Dem Kultur- und Wanderland Ostschweiz ist das fünfte «Erlebnismagazin Kulturwege Schweiz» gewidmet, das gestern im Locorama Romanshorn vorgestellt wurde.

ROMANSHORN – Auf dem Titelbild ist alles drauf: Diessenhofen mit seiner historischen Altstadt, unterm Horizont locken Rapsfelder, Hügel, Wälder. Und die Rheinbrücke steht für die Offenheit der Region. Diessenhofen liegt an der Via Rhenana, die dem Rhein von Konstanz bis nach Basel folgt (und bald flussaufwärts bis Reichenau reichen soll). Die Via Rhenana ist eine von zwölf nationalen Via-Routen, die mit kleineren Via-Regio-Routen ein Netz bilden: das Tourismusprogramm Kulturwege Schweiz.

Im neuen Heft Ostschweiz ist alles drin über die vier historischen Verkehrswege, die sich durch seine sieben Kantone ziehen, und was es an ihnen alles zu sehen gibt. Der bekannteste ist der Jakobsweg, die Via Jacobi, dessen zwei Arme sich bei Rapperswil treffen, der «Schwabenweg» über Fischingen, der «St.-Galler-Weg» von Rorschach her.

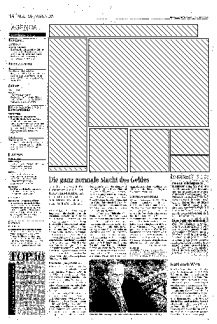
Auch für Einheimische

Das ansprechend luftig gestaltete Erlebnismagazin verspricht ein «unbeschwertes Erlebnis nicht nur für Pilger», packt das Wesentliche in knappe Sätze, zeigt das Sehenswerte aus bisweilen ungewohntem Blickwinkel (Fotos: Heinz Dieter Finck), ergänzt die Impressionen mit Kurzporträts von Personen wie Erika Tanner vom Verein Thurgauer Wanderwege und Serviceinformationen der Tourismuspartner. Damit sich «reisen wie ein Säumer, ankommen wie eine Pilgerin, essen wie eine Römerin und nächtigen wie ein Erzbischof» lässt.

Das Heft wendet sich an Wandernde, an Natur- und Kulturinteressierte, an Einheimische (die gerne vergessen werden in Tourismusunterlagen) und an alle, die die Ostschweizer Kulturlandschaft und ihre Geschichten (neu) entdecken möchten. Und keiner der vier Wege ist wie der andere. Wir sollen uns Zeit nehmen beim Reisen, Hinschauen, Geniessen. Denn die Ostschweiz hat sich längst dem Langsamverkehr verschrieben, sagt Urs Emch, Präsident von Ostschweiz Tourismus. «ViaStoria passt perfekt zur Positionierung der Ostschweiz, die vieles hat, das viele noch nicht kennen.»

Die Fachorganisation ViaStoria ist das Zentrum für Verkehrsgeschichte, das die historischen Verkehrswege erforscht und erhält. Die Kulturwege Schweiz, ausgezeichnet mit dem Tourismuspreis «Milestone 2007», bilden ihr Tourismusprogramm, das diese Wege dem Publikum erschliesst. Das geht nicht ohne starke Partnerschaften. «Weltweit einmalig» nennt Lukas Stadtherr von SchweizMobil das Partnernetzwerk Langsamverkehr, das für Wanderer, Velofahrerinnen, Skater, Kanuten sorgt und über 50 Millionen Franken Wertschöpfung generiert. Wanderland oder das Verkehrshaus Schweiz gehört zu den Partnern, Pro Patria gibt die zweite Markenserie heraus und bald ein Didaktikprogramm. «Alles ist in Fussdistanz erreichbar», sagt Chefredaktor Andres Betschart. Auf gehts. Vielleicht zur «Alten Sust» in Horgen oder zu den Pilgergraffiti in der Kapelle St. Margarethen.

DIETER LANGHART



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Der Landbote

8401 Winterthur 1
Auflage 6x wöchentlich 36'456

1075326 / 571.19 / 48'283 mm2 / Farben: 3 Seite 18 13.08.2008

Das Heft
Erlebnismagazin
Kulturwege Schweiz:
Ostschweiz.
122 Seiten,
8 Franken.

www.kulturwege-schweiz.ch

Präsentation des Erlebnismagazins im Locorama Romanshorn (v. l.): Hanspeter Schneider (ViaStoria), Urs Emch (Ostschweiz Tourismus), Chefredaktor Andres Betschart, Lukas Stadtherr (SchweizMobil) und Andreas Allenspach (Culinarium). Bild: Dieter Langhart

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

DIE SÜDOSTSCHWEIZ
AUSGABE GRAUBÜNDEN

7007 Chur
Auflage 7x wöchentlich 35'681

1075326 / 571.19 / 154'187 mm2 / Farben: 0 Seite 2 16.08.2008

«Ich könnte auch Autos verkaufen»

Hans-Kaspar Schwarzenbach tritt am Montag seine Stelle als neuer Tourismusdirektor der Destination Davos-Klosters an. Von Werbestrategien hält der touristische Wirbelwind wenig. Er setzt auf seine Ideen, die ihm hoffentlich nicht ausgehen.

Mit Hans-Kaspar Schwarzenbach sprach Béla Zier

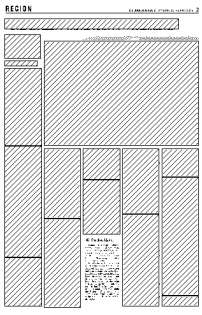
Herr Schwarzenbach, als sie zum Direktor von Arosa Tourismus gewählt wurden, erklärten Sie, dass Sie nicht beabsichtigen, neue Visionen zu entwickeln, weil diese bereits in Konzepten und Leitbildern definiert seien. Haben Sie in Davos dasselbe vor?
Hans-Kaspar Schwarzenbach: Das wurde mir damals in den Mund gelegt. Ich war ein Quereinsteiger, der vom Tourismus keine Ahnung hatte. Ich schwöre, ich habe nicht ein Mal etwas aus diesen Konzepten benützt. Das Schwergewicht lege ich auf das Produkt. Im Tourismus wird generell viel zu viel Zeit mit Werbekonzepten und Strategien verschwendet. Ich kann gar nicht anders, als meinen Fokus auf die Kreation neuer Angebote zu legen.

Können Sie schon Ideen nennen?
Schwarzenbach: Meine Einfälle entstanden immer aus der Zeit heraus. Ich nahm eine aktuelle Diskussion auf und habe daraus ein Produkt entwickelt. Ich kann heute noch nicht sagen, was in zwei Jahren aktuell ist. In Davos wird wahrscheinlich erwartet, dass ich bereits Ideen für diverse Projekte habe. Das ist nicht der Fall. Ich trete jetzt meine Arbeit an und prüfe, was vorhanden ist. Ohne dass ich Davos und Klosters kenne, kann ich gar nichts Neues entwickeln. Deshalb wäre es naiv und blöd von mir, bereits irgendwelche Ideen zu verkünden. Ich bin aber davon überzeugt, dass mir meine Einfälle nicht ausgehen.

«Eine Idee muss national grosse Wirkung zeigen.»

Sie haben nach ihrer Wahl zum Direktor von Davos-Klosters Tourismus erklärt, dass Sie die Destination neu positionieren wollen, es aber vermessen wäre, bereits eine Strategie zu formulieren. Setzen Sie sich am nächsten Montag auf ihren Bürostuhl und fragen sich, was Sie mit Davos anstellen wollen?
Schwarzenbach: Ja.

So einfach ist also der Tourismus heute. Von Ihnen erwartet man doch, dass Sie bereits einen Rucksack voller Ideen mitbringen.
Schwarzenbach: Meine Ideen entstehen nicht, bevor ich das Produkt und die daran beteiligten Partner in- und auswendig kenne. Und Davos sowie Klosters kenne ich bislang nur oberflächlich. Zudem muss eine Idee national grosse Auswirkungen haben, dann erst ist es eine Idee. Alles andere gehört zum Tagesgeschäft.



Diese Position ist ein grosser Karriereschritt. Wie nervös sind Sie?
Schwarzenbach: Ich weiss nicht, ob ich nervös sein soll oder nicht. Einerseits ist die Ausgangslage anders als seinerzeit in Arosa. Dorthin kam ich als Quereinsteiger, als «Pöstler», über den gefrotzelt wurde. Man hatte keine Erwartungen. Das ist in Davos aber anders und das erzeugt auch Druck. Im Moment bin ich nicht nervös. Das wäre ich nur, wenn ich das Gefühl hätte, dass man mir nicht vertraut und mir keine Freiheiten gelassen werden.

Sie brauchen eine lange Leine?
Schwarzenbach: Um neue Ideen zu generieren, braucht man Freiheiten.

Das funktioniert nicht, wenn alles strukturiert ist. Ziel ist es, Trends sehr früh zu erfassen – und das bedeutet, dass man permanent für alles offen sein muss. Das ist aber nicht mehr der Fall, wenn der Tagesablauf bis ins letzte Detail bestimmt ist.

Davos ist ein anderes touristisches Kaliber als Arosa. Hier wird vorausgesetzt, dass Sie die Logiernächtezahlen halten und vor allem merklich steigern.
Schwarzenbach: Hält die Konjunktur weiter an, dann ist es kein Problem, die Übernachtungszahlen zu halten. Die Schwierigkeit liegt in der Steigerung, denn die braucht ihre Zeit.

In Davos können Sie auf mehr Werbegelder zurückgreifen als in Arosa.
Schwarzenbach: Seien wir doch ehrlich. Diese eine Million Franken, die wir in Arosa für Werbung zur Verfügung hatten, ist nichts. Und die drei Millionen Franken, die Davos für Werbezwecke besitzt, sind auch nichts. Bei Post International hatte ich ein Werbebudget von 20 Millionen Franken – und auch dort haben wir gejammert. Erstens ist es sinnlos, sich diesbezüglich mit der Konkurrenz zu vergleichen. Zweitens kann man mit so wenig Werbegeld nicht erwarten, dass Werbung überhaupt etwas nützt. Was etwas bringt, ist ein gutes Produkt wie Gratis-Bergbahnen zu besitzen und ein einheitliches Ferienerlebnis bieten zu können. Dann gehen die Gäste nach Hause, erzählen davon und bringen neue Gäste mit. Die Mund-zu-Mund-Propaganda ist weit wichtiger als andere Werbung. Wenn wir Werbegelder brauchen, dann um Veranstaltungen zu fördern.

Wo wollen Sie in Davos den Hebel ansetzen; müssen Sie das überhaupt?
Schwarzenbach: Aus meiner Perspektive gibt es heute nichts, was brennt, und ich wüsste nicht, wo und weshalb ich den Hebel anzusetzen hätte. Die Maschine läuft und sie lief auch in der Zwischenzeit nach dem Abgang meines Vorgängers Armin Egger. Man kann sich fragen, warum es mich überhaupt braucht (lacht). Was ich mit Bestimmtheit kann, ist weiterhin gewisse Trends aufzunehmen und sie in Verbindung mit Davos zu einem Produkt zu entwickeln.

Sie haben es bislang vortrefflich verstanden, neue Produkte mit Provokation zu mixen und so Aufsehen zu erregen.
Schwarzenbach: Das waren gezielte Aktionen. Was mir dabei sehr zugute gekommen ist, war, dass ich sehr, sehr laute und aktive Gegner hatte.

Viele Davoser Hoteliers suchen in der schwächelnden Sommersaison ihr Heil im Car-Tourismus. Dieser wird vielfach

mit Billigtourismus gleichgesetzt. Wie stehen Sie dazu?
Schwarzenbach: Was kann ich dafür oder dagegen unternehmen? Ich weiss, was die Car-Touristen pro Übernachtung bezahlen. Letztendlich muss sich jeder Unternehmer selber fragen, ob er Car-Touristen will oder nicht. Wenn man in einen Ort kommt, wo keine Gäste sind, dann kommen sich auch diejenigen, die den vollen Preis zahlen vor, als hätten sie das falsche Angebot gebucht. Die Car-Touristen bringen immerhin Leben. Die Angelegenheit liegt aber nicht in meiner Verantwortung, denn ich zwinge ja niemanden Car-Touristen aufzunehmen. Ich habe übrigens überhaupt nichts gegen diese Gäste. Über diejenigen, die kommen, freue ich mich, und die, die nicht kommen, schaden auch nichts.

Im Winter besteht in Davos das Problem, dass viele jugendliche Gäste vor Ort sind, die laute Partys feiern und sich betrinken. Das kollidiert mit dem Qualitätstourismus, der von vielen Einheimischen vermisst wird. Was ist für sie Qualitätstourismus?
Schwarzenbach: Das einfach mit dem Argument zu verurteilen, dies sei keine Qualität, damit habe ich Mühe. Wir versuchen die ganze Zeit mit der Marke Graubünden das Tirol (Österreich) zu kopieren. Aber auf was setzen die grossen Destinationen wie Ischgl, St. Anton oder Kitzbühel? Auf Halligalli. Als Feriendestination muss man akzeptieren, dass die Leute in der Freizeit hier sind und am nächsten Tag nicht arbeiten müssen.

«Welcher Chinese will denn schon Davos sehen?»

Sie müssen in Davos auch Kongresse verkaufen. Welche Ahnung haben Sie von diesem Geschäft ?
Schwarzenbach: Keine. Aber entweder ist man in der Lage selber Ideen zu entwickeln oder nicht. Ich bin davon überzeugt, dass mir, wenn ich das Kongresswesen kennen lerne, Ideen in den Sinn kommen. Das Verkaufsgeschäft – ob Kongresse, Autos oder Versicherungen – basiert letztendlich auf Vertrauen und einer persönlichen Beziehung. Und damit kann ich alles verkaufen. Ich bin überzeugt, dass ich auch Autos verkaufen könnte.

Ihr Vorgänger Armin Egger hatte eine Affinität zu China, aber der erwartete touristische Ansturm aus dem Reich der Mitte blieb in Davos bislang aus. Wie beurteilen Sie diesen Markt?
Schwarzenbach: In Deutschland kann ich mit 10 000 Franken in drei Städten eine grössere Standaktion organisieren und habe am Ende des Tages mehrere 100 Personen mit Davos bekannt gemacht. Wenn ich aber nach China reise, kosten mich nur schon der Flug und das Hotel 10 000 Franken, und ich habe noch keinen Tag gearbeitet und keinen Gast dazugewonnen. Das Kosten- und Nutzenverhältnis stimmt für mich in China und Japan noch nicht. Dies zumal der chinesische Markt insofern auch überbewertet wurde, als dass man meinte, die Chinesen würden jetzt in Heerscharen kommen. Dem ist nicht so.

Zudem: Welcher Chinese will schon Davos sehen, wenn er in seinem Leben ein einziges Mal eine Europareise unternimmt? Die wollen einen Blick auf das Matterhorn und den Eiffelturm werfen ...

Wie werden Sie damit umgehen, wenn man versucht, ihnen gegenüber touristische Privatinteressen durchzusetzen?
Schwarzenbach: So wie in Arosa. Und dort gab es dann meistens Krach. Aber damit muss man umgehen können, denn sobald man sich darauf einlässt, ist man noch ein Spielball. Ich bin davon überzeugt, dass der Vorstand von Davos-Klosters Tourismus mir immer den Rücken stärken wird.

War der Zusammenschluss von Davos und Klosters Tourismus sinnvoll?
Schwarzenbach: Ich behaupte, das ist bislang die einzige richtige Destinationsmanagement-Organisation in Graubünden.

Ist die geplante kantonale Tourismusabgabe sinnvoll, sinnlos oder grenzt diese an eine Verstaatlichung des Tourismus?
Schwarzenbach: Es ist letztendlich eine Verstaatlichung und ich habe ein bisschen Angst davor, dass dann jemand in Chur noch mehr Einfluss ausüben will. Aber es ist richtig, dass man dieses Thema anpackt, denn 92 Tourismusorganisationen im Kanton sind zu viel, da muss man einen gewissen Druck aufsetzen. Und das funktioniert wahrscheinlich nur, indem man das Geld zentral einzieht und nur noch an diejenigen verteilt, die gewisse Bedingungen erfüllen.

Gegen die kantonale Tourismusabgabe wird Kritik laut. Soll man daran weiterarbeiten oder damit aufhören?
Schwarzenbach: Das liegt nicht in meinen Händen.

Mit frischen Ideen ...

... konnte Hans-Kaspar Schwarzenbach als Direktor von Arosa Tourismus einige gewichtige touristische Erfolge verbuchen. Dafür wurde er bereits zwei Mal mit dem begehrten Tourismuspreis «Milestone» ausgezeichnet.

Der 42-jährige Schwarzenbach ist Betriebsökonom HWV, ist in Adliswil (Zürich) aufgewachsen und begann seine berufliche Karriere bei der Schweizerischen Post. Dort arbeitete er sich vom Schalterbeamten bis zum Verkaufsleiter der Nordostschweiz im Grosskundengeschäft hinauf. Als touristischer Quereinsteiger übernahm er dann per 1. März 2000 den Posten des Direktors von Arosa Tourismus. Schwarzenbach ist verheiratet und Vater dreier Kinder. *(béz)*

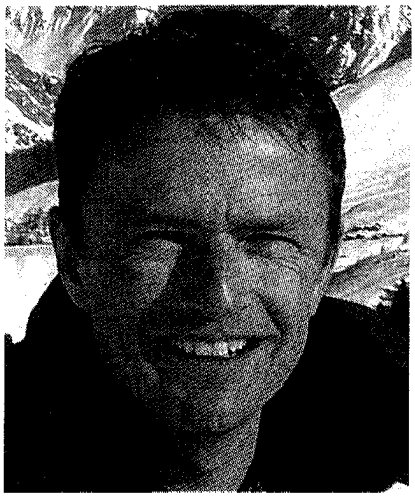
hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Davoser Zeitung

7270 Davos Platz
Auflage 2x wöchentlich 4'713

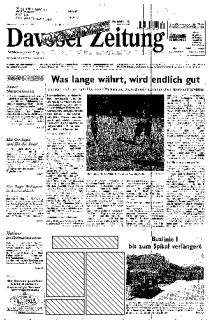
1075326 / 571.19 / 11'622 mm2 / Farben: 3 Seite 1 19.08.2008

Amtsantritt des neuen Tourismus-Direktors



dz. Gestern hat Hans-Kaspar Schwarzenbach, vormals Direktor von Arosa Tourismus, sein Amt bei Davos Klosters Tourismus angetreten. Schwarzenbach wird für die Bereiche Verkauf, Kommunikation, Gästeberatung, Produktmanagement und Vermarktung der Veranstaltungen zuständig sein. Der Bereich Dienstleistungen und Services wird von Reto Branschi geführt. Diese Führungsstruktur soll die Aufgaben in der Vermarktung der Destination Davos-Klosters sowie die immer weiter wachsenden Anforderungen an die Dienstleistungen gewährleisten.

Der gebürtige Adliswiler Schwarzenbach amtete seit Februar 2000 in Arosa als Tourismusdirektor. In dieser Zeit wurde Arosa für www.all-inclusive.ch im Jahr 2003 mit einem Milestone und der Schweizer Marketingtrophy ausgezeichnet. 2007 wurde Schwarzenbach zum zweiten Mal mit einem Milestone ausgezeichnet. Zuvor war Schwarzenbach Leiter der Postautodienste Zürcher Unterland in Bülach sowie Marketingleiter der Postautoregion Thurgau-Schaffhausen. 1996 bis 2000 war er Verkaufsleiter und Distributionslogistiker bei der Post.


Davoser Zeitung
Was lange währt, wird endlich gut

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 43'308 mm2 / Farben: 0 Seite 3 25.08.2008

STREIFLICHT

«Aufzeigen, wovon wir in den Bergen leben»

Das innere Feuer brennt bei Leo Jeker auch noch mit 65, so wie wenn es eben erst entfacht worden wäre. Was gibt es da für einen besseren Ort als das Fürhörnli, um mit ihm auf sein Jahr als Standespräsident zurückzuschauen.

Von Norbert Waser

Der Weg durch das Kaltbrunntobel hinauf zum Fürhörnli, dem höchsten Punkt der Stadt Chur, ist steil, steinig und von Wurzeln durchzogen. «Grad so wie das Leben», stellt *Leo Jeker* auf seiner Wanderung mit BT-Redaktor *Norbert Waser* fest. «Wer den Gipfel erreichen will, muss sich ein klares Ziel setzen und sich überlegen, wie er dieses erreichen will; dann ist die Hälfte schon erledigt.» In den Wurzeln sieht er ein Symbol für die Verwurzelung im Kanton. An Bodenhaftung hat es Seilbahner Leo Jeker nie gefehlt. «Es war und ist mir ein tiefes Anliegen, den Menschen aufzuzeigen, wovon wir im Bergkanton Graubünden leben.»

Eine bewegte Zeit

Bereits 2006 war Leo Jeker für sein Lebenswerk mit dem Tourismus-Oscar «Milestone» ausgezeichnet worden. Diese Auszeichnung war aber nicht etwa Abschluss, sondern Beginn einer intensiven Lebensphase, die durch den Tod von Ehefrau Isabelle Jeker leider auch einen tragischen Tiefschlag beinhaltet. «Die grosse Anteilnahme und die vielen Kontakte mit Freunden aus dem ganzen Umfeld haben mir sehr geholfen.» Das gilt auch für seine beiden im Ausland lebenden Söhne Björn (36) und Ivar (31), die aus dem gleichen unternehmerischen Holz geschnitzt sind. Getragen fühlte sich Leo Jeker auch als Standespräsident, sei es im privaten, politischen (Wahl mit 118 Stimmen) oder beruflichen Umfeld. «Etwas Mühe hatte ich einzig damit, dass ich als 'höchster Bündner' an mancher Veranstaltung im Mittelpunkt stand.»

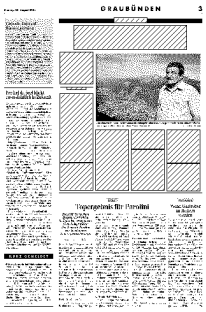
Von Fürst bis Bundesrätin

Genossen hat Jeker insbesondere die vielen, auch aktiv gesuchten Kontakte mit der Bevölkerung im ganzen Kanton. In freudiger Erinnerung ist ihm auch das Zusammentreffen mit Fürst Albert von Monaco am Jubiläum der Bergbahnen Celerina auf Muottas Muragl. «Solch unkomplizierte, direkte Kontakte sind wohl nur in der Schweiz möglich.»

In sein Amtsjahr fielen mit der Feier von Ständeratspräsident Christoffel Brändli und der Wahl von Eveline Widmer in den Bundesrat auch zwei nicht alltägliche Ereignisse. Diese haben für SVP-Politiker Jeker aus heutiger Sicht allerdings einen schalen Beigeschmack. «Graubünden hat eine sehr gute Finanzdirektorin verloren, die Schweiz eine gute Bundesrätin bekommen», ist Jeker überzeugt. Enttäuscht ist er hingegen vom Verhalten von Ständerat Brändli. «Strategische Fehler der Partei kann man nicht einfach anderen in die Schuhe schieben», sagt er zur SVP Schweiz, deren «berggebietsfeindliche» Politik er schon öfter kritisiert hatte.

Bildung im Mittelpunkt

Einen Schwerpunkt des Präsidialjahres setzte Jeker mit seinen Schulbesuchen. «Ich wollte damit Schülern und Lehrpersonen Wertschätzung entgegenbringen und ihnen zeigen, dass wir sie ernst nehmen.» Beruflich wird er sich bei den Bergbahnen Savognin



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 43'308 mm2 / Farben: 0 Seite 3 25.08.2008

nach dem Rückzug von der Front als Verwaltungsrat und Aktionär um «grössere Projekte» kümmern. Auch wenn er gerne Jüngeren Platz macht und ihnen Verantwortung abgibt («so wie das mein Mentor Tobias Kuoni einst mit mir gemacht hat»), aufs Altenteil wird sich «Macher» Jeker noch nicht so rasch zurückziehen.

«Das innere Feuer muss brennen»: Standespräsident Leo Jeker geniesst kurz vor seinem 65. Geburtstag den Weitblick auf dem Churer Fürhörnli. (Foto Norbert Waser)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

NEWS
Zürich
8021 Zürich
Auflage 5x wöchentlich 100'000

1075326 / 571.19 / 75'588 mm2 / Farben: 3 Seite 26 25.08.2008

PORTRÄT: THEO SCHNIDER

Gäste wollen verführt werden

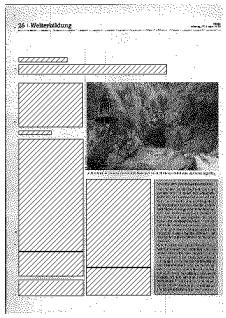
Kleine Aufmerksamkeiten erhalten die Freundschaft. Besonders im Tourismus. Wer bei seinen Gästen punkten will, setzt auf Details und kann damit Preise gewinnen: Zum Beispiel den Milestone, den Schweizer Tourismuspreis. Letztes Jahr ging dieser an Theo Schnider. Der Direktor der Biosphäre Entlebuch hat seine Region weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt gemacht. Geschafft hat er das nicht nur mit einem grossen Fachwissen, sondern vor allem mit Neugier. Er will wissen, wie die Menschen ticken. Für ihn ist dies eine Lebensaufgabe.

VON BARBARA SCHMUTZ (*)

Sein Traumberuf war Polizist, Kriminalpolizist. Der Bub Theo Schnider wollte auf Spurensuche gehen, zur Verbrechensaufklärung Puzzlestein an Puzzlestein fügen, herausfinden, weshalb Menschen so sind, wie sind.
Er hat dann eine kaufmännische Lehre gemacht, und das damals durchaus nicht als Abkehr von seinem Traum verstanden – die Lehre, so sah er es vor, sollte ihm den Weg zur Polizeiausbildung ebnen. Doch es kam anders. Nach dem Lehrabschluss arbeitete er zuerst bei der Brienzer Rothornbahn in der Administration, er war zuständig für den Einkauf im Gastrobereich, dann folgten Sprachaufenthalte in London und La Chaux-de-Fonds. Dort, in der Fremde, verdiente er sein Geld als Allrounder in der Hotellerie. Und dort keimte auch die Faszination für den Tourismus. Die Arbeit mit Menschen, spüren, welche Wünsche und Sehnsüchte sie haben, das gefiel ihm. So gut, dass bei der Rückkehr ins Entlebuch, der Wunsch, dereinst Polizist zu werden, vergessen war. Schnider bildete sich erst zum Wirtschaftskaufmann, dann zum Tourismusfachmann weiter, heuerte beim Tourismusverein Sörenberg an und war 22 Jahre lang Kurdirektor. Heute arbeitet der 51-jährige als Direktor der Unesco-Biosphäre Entlebuch. «Mr. Biosphäre» nennen ihn die Medien, die über sein Engagement berichten. Er selber bezeichnet sich als Netzwerker der lokalen Wirtschaft und als Diener des Entlebuchs. Und als solcher macht er vor allem das, was ihm an seinem Beruf am besten gefällt: Herausfinden, wie die Menschen ticken. Regelmässig ist er mit der Bevölkerung im Gespräch, fühlt ihr den Puls, hört sich ihre Wünsche und ihre Klagen an. Unabdingbar sei das, sagt er, wenn man die Leute dabei begleiten wolle, die Region nachhaltiger zu gestalten.

Aus den Betroffenen Beteiligte machen

1987 wars, als das Volk der Rothenturm-Initiative zustimmte, der Initiative, die den Moorschutz in der Verfassung verankert haben wollte und die dafür sorgte, dass die Welt im Entlebuch von einem Tag auf den andern nicht mehr dieselbe war: Mit der Annahme der Initiative vergrösserte sich die geschützte Fläche der Region, die vor allem von der Landwirtschaft und vom Tourismus lebt, schlagartig auf rund die Hälfte des gesamten Gebietes. Ein Teil davon darf seither nicht mehr, der andere nur noch sorgfältig bewirtschaftet werden. Ein Handicap, würden die meisten sagen. Eine Herausforderung, begriff Kurdirektor Schnider, und zusammen mit Regionalplanern, lokalen Tourismusmanagern und Politikern setzte er sich für eine nachhaltige Entwicklung ein. Man reiste nach Deutschland, nach Berchtesgaden, und in die Rhön, um die dortigen Biosphärenreservate zu studieren, man gründete ein Kompetenzzentrum Biosphärenreservat und stellte ein Regionalmanagement ein. Vor allem aber vertraute man auf diejenigen, die von der Annahme der Rothenturm-Initiative am meisten betroffen waren: Die Entlebucherinnen und Entlebucher. Man setzte auf ihren Ideenreichtum, auf ihre Mitwirkung. «Die Betroffenen», sagt Schnider, «wollen immer auch Beteiligte sein, sie wollen bei der Lösung des Problems mit-



arbeiten. Die Strategie zeitigte Erfolg: Als das Projekt im Herbst 2000 zur Abstimmung stand, sprachen sich 94 Prozent dafür aus, dass aus dem Entlebuch eine Biosphäre wird, eine Modellregion für nachhaltiges Leben und Wirtschaften, eine Region, die auf sanften Tourismus setzt und auf die Zusammenarbeit von Gewerbe und Landwirtschaft. Ein permanenter Such-, Lern- und Gestaltungsprozess sei das, sagt Schnider und damit ein gutes Beispiel dafür, wie man sich die Arbeit in der Tourismusbranche vorzustellen habe. Wer im Tourismus Erfolg haben will, muss mit offenen Augen durchs Leben gehen, muss gwundrig sein auf die Menschen, mit denen er es zu tun hat – was wollen sie, was beschäftigt sie? «Nur wer die Sehnsüchte seiner Gäste kennt, kann sie auch befriedigen», sagt Schnider.

Mix aus Wissen, Neugier und Erfahrung

Politik und Wirtschaft, Incoming, Outgoing, Trends, strategisches Management, Benchmarking, Projektmanagement, Informationsverwaltung, E-Business – damit beschäftigt sich, wer eine Tourismusfachschule besucht. «Wichtige Themen, zweifelsohne», sagt der Direktor, der auch Dozent ist. «Aber zuviel Theorie.» Wie sähe denn die Praxis aus? «Kundenorientierung, das ist das A und O. Wer sich nicht in den Gast hineinversetzen kann, der ist in der Tourismusbranche am falschen Ort.» Herausfinden, was die Gäste wollen, das ist kein Hexenwerk. Man überlege sich einfach: Wie möchte ich bedient werden? Und, fast noch wichtiger: Womit könnte man mich überraschen?

Einfühlungsvermögen entwickeln, aufmerksam sein, Freude haben am Dienen, emotionalen Mehrwert bieten, das alles sei im Tourismus ausschlaggebend, sagt Schnider. «Menschen wollen auf charmante Weise verführt werden, am liebsten von Personen, die für ihre Sache brennen.»

Letzten Herbst hatte Schnider in der Biosphäre Gäste, die während eines Meetings klagten, sie hätten kalt, es gelinge ihnen nicht mehr, sich aufzuwärmen. Schnider, der wusste, dass die Leute im Entlebuch übernachten, rief den Hotelier an und sagte ihm: «Leg den Leuten eine warme Bettflasche ins Bett.» Eine kleine Aufmerksamkeit, ein Detail. «Die Details», sagt der Direktor, «sind im Qualitätstourismus entscheidend». Wenn man dem Direktor zuhört, dünkt es einen, die Tourismusbranche wäre doch ideal für «Nicht-mehr-ganz-Junge», für Leute, die bereits eine gewisse Lebenserfahrung haben. «Das kann ein Vorteil sein», sagt Schnider. Der Mann, der 23 Jahre alt war, als er Kurdirektor von Sörenberg wurde, glaubt heute, «dass man die wahren Werte halt oft erst mit zunehmendem Alter erkennt». Das bekommt er auch immer wieder von Touristikern zu hören, die sich bei ihm ihre Sporen abverdient haben. Und die anderen, die in ganz jungen Jahren in die Tourismusbranche einsteigen? «Die müssen neugierig sein, beobachten und zuhören können.» Unabhängig davon, ob sie im stillen Kämmerlein Strategien entwerfen, Messeauftritte planen, Prospekte und Informationsmaterial herstellen oder ob sie als Botschafterin oder Botschafter ihrer Region mit den Gästen in Kontakt stehen.

Das ist das eine. Das andere: Tourismusfachleute, egal ob jung oder bereits im gesetzteren Alter, müssen sich stetig weiterbilden, damit sie perfektionieren können, was in ihrem Beruf so wichtig ist: Den Gast ins Zentrum stellen. Weiterbildung, für Theo Schnider heisst das offen sein für Neues, schauen womit andere Regionen ihre Gäste verführen, immer wieder neue Ideen entwickeln und Kooperationen eingehen. Die Lust, immer wieder Neues auszuprobieren «auch wenn man dabei auf die Nase fällt», das gehört für Schnider zum Tourismus unabdingbar dazu. Und vielleicht muss man, um in der Tourismusbranche glücklich zu werden, auch ein bisschen ein Getriebener sein. Jemand, der stets auf der Suche nach dem Echten ist, jemand mit einem Drang nach Optimierung, einem Drang nach Verbesserung. «Fehlt dieser», sagt Schnider, «werden die Angebote austauschbar». Klar, man könne in Dubai an 365 Tagen im Jahr in der Halle Ski fahren oder in Berlin an einem künstlichen Sandstrand liegen und auf künstlichen Wellen surfen. «Aber das ist nicht das Wahre. Die Menschen wollen das Echte: Skifahren in den Bergen, Badeferien am Meer.»

(*) Barbara Schmutz ist freischaffende Journalistin. (www.barbara-schmutz.ch).

Die Gäste sollen positiv überrascht werden.

Vom KV-Stift zum Biosphäre-Direktor

Theo Schnider hat eine kaufmännische Lehre gemacht und sich danach zum Wirtschaftskaufmann, zum Tourismusfachmann und zum Natur- und Umweltfachmann weitergebildet. Während seiner Arbeit als Kurdirektor in Sörenberg folgten Weiterbildungen in den Bereichen Risk- und Disastermanagement, Marketing-, PR- und Kommunikationsprozesse und Forst-, Natur- und Gewässerschutzrecht. Nach Annahme der Rothenturm-Initiative entwickelte Schnider gemeinsam mit Regionalplanern das Vorprojekt Unesco-Biosphäre Entlebuch. Seit 2001 ist der 51-jährige Direktor der Biosphäre Entlebuch.

Nebenberuflich war Schnider bis 2002 Feuerwehrkommandant von Sörenberg und als solcher Einsatzleiter beim Bergsturz Laui in Sörenberg 1998. Dieser Einsatz bescherte ihm ein Engagement der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit DEZA; für sie erarbeitete er einen Massnahmenplan für das Erdbebengebiet von Tadschikistan. 2007 wurde Schnider mit dem Milestone ausgezeichnet. 2008 wählte ihn der Bundesrat in die Schweizerische Unesco-Kommission. Lehrtätigkeiten und Expertenarbeiten runden sein Wirken ab.

Im Entlebuch hatte man die drohenden Konsequenzen der Rothenturm-Initiative als Chance begriffen.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Walliser Bote

3930 Visp
Auflage 6x wöchentlich 26'727

1075326 / 571.19 / 37'532 mm2 / Farben: 0 Seite 5 28.08.2008

«...aber Willy wird mir helfen»

E. Schmid-Perren löst W. Hofstetter an der Spitze der Vereinigung Alpines Museum Zermatt ab

Zermatt. – **Edy Schmid-Perren ist neuer Präsident der Vereinigung Alpines Museum Zermatt. Er tritt die Nachfolge von Willy Hofstetter an, der zum Ehrenpräsidenten ernannt wurde – und sich gleichzeitig bereit erklärte, für die kommenden drei Jahre das Amt des Vizepräsidenten der Vereinigung wahrzunehmen.**

«Ich übernehme einen schweren Rucksack», sagte Edy Schmid-Perren bei seinem Amtsantritt vergangenen Freitag, «aber Willy wird mir helfen». Edy Schmids initiativer Geist sowie dessen angenehmen Umgangsformen seien mit ausschlaggebend für die Wahl zum Präsidenten gewesen, hielt Willy Hofstetter fest.

Wie es an der Generalversammlung zudem hiess, empfing «Zermatlantis», das im Jahr 2006 eröffnete Museum, in seinem ersten Betriebsjahr 50 397 Besucher. Es war 2007 für den «Milestone», den Tourismuspreis der Schweiz, und 2008 für den Europäischen Museums Award 2008 nominiert.

Nicht nur Wissen vermitteln...

Edy Schmid gehört dem Vorstand seit vier Jahren an. In dieser Periode hat er in der Kommission «Gestaltung und Betrieb» und bei der Inventarisierung des Museums aktiv mitgearbeitet.

Wolle man alles ausstellen, was man habe, müsse man einen Tunnel graben und weitere Ausstellungsräume freistellen, erklärte der neue Präsident. Ihm sei nicht nur an Wissensvermittlung gelegen, sondern auch an Kultur, fuhr er fort und sagte: «Ich verspreche euch: Ich werde die Arbeit weiterführen für dieses herrliche Wesen Museum, es gibt noch viel zu tun. Hofstetter steht für die Hofstatt, und ich, der Schmid, dafür, das Eisen zu schmieden.»

Freier Eintritt – und zwar «lebenslänglich»

29 Jahre ehrenamtliches Engagement – die Vereinigung Alpines Museum wusste stets, was sie an Willy Hofstetter hatte. In seiner Laudatio betonte Robert Guntern, Präsident des Stiftungsrats, an der GV Hofstetters Leistungen und Hartnäckigkeit um den Bau eines neuen Alpinen Museums.

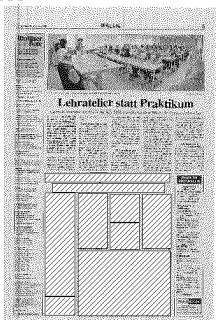
Hofstetter, dessen Leidenschaft seit jeher die Geschichte und Entwicklung des Alpinismus gewesen sei, erhielt für sein kulturelles Schaffen und seine grossen Verdienste für das Alpine Museum im Jahr 2002 als Anerkennung den Kulturpreis der Gemeinde Zermatt, dem im Jahr 2005 der Kulturpreis der Raiffeisenbank Nikolai Zermatt folgte.

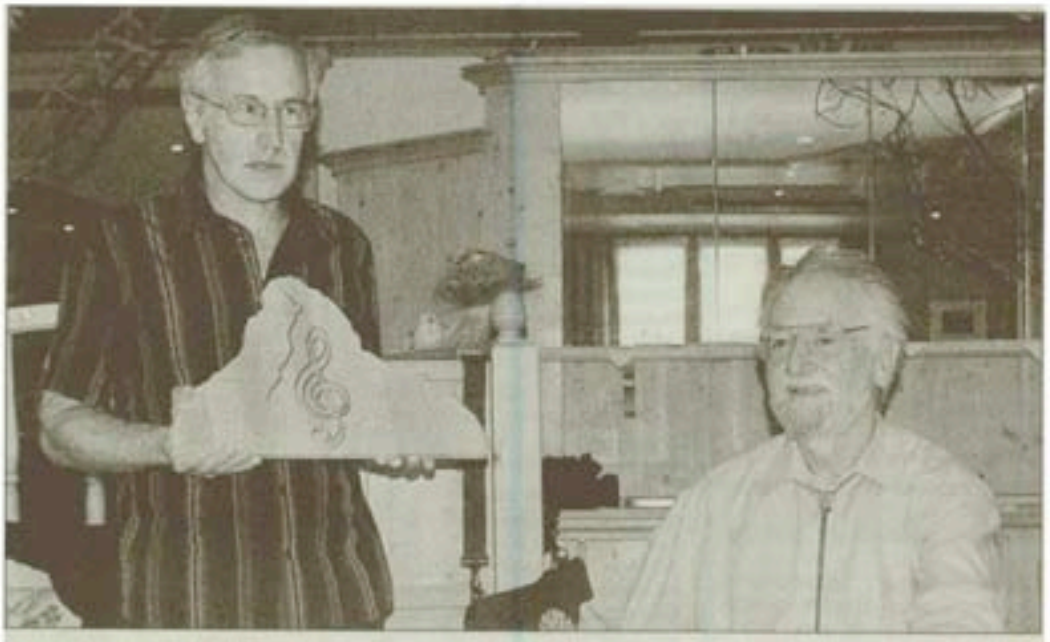
Als Geschenk überreichte die Vereinigung ihrem scheidenden Präsidenten jetzt freien Eintritt zu allen klassischen Konzerten in Zermatt – und zwar auf Lebenszeit.

Noch heute täglich auf dem Cello

Willy Hofstetter kam 1955 als Postbeamter nach Zermatt, zwölf Jahre später erfolgte die Beförderung zum Postverwalter. Dank seiner Vielseitigkeit war Hofstetter ein gefragter Mann. So stellte er sich immer wieder für öffentliche Ämter und Vereine zur Verfügung: als Präsident des Samaritervereins, als Verwalter der Krankenkasse Zermatt, als Friedensrichter sowie für 22 Jahre als Präsident der SAC-Sektion Zermatt.

Er hat als Bergsteiger alle Viertausender rings um Zermatt bestiegen mit Ausnahme des Täschhorns. Trotz vieler Nebenbeschäftigungen fand er noch Zeit zum Musizieren. In Winterthur spielte er im Stadtorchester, was seine grosse Zuneigung zur Musik noch verstärkte. Noch heute spielt er täglich auf seinem Cello, und einmal in der Woche mit dem Zermatterhof-Pianisten Giovanni Gobbi. **blo**


Lehratelier statt Praktikum



Edy Schmid-Perren (links), neuer Präsident der Vereinigung Alpines Museum Zermatt, überreicht seinem Vorgänger Willy Hofstetter ein Geschenk: Freier Eintritt zu allen Klassikkonzerten in Zermatt – und zwar «lebenslänglich». Foto zvg

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Walliser Bote

3930 Visp
Auflage 6x wöchentlich 26'727

1075326 / 571.19 / 45'664 mm2 / Farben: 0 Seite 5 03.09.2008

Der neue «Mister Grächen»

Dr. Berno Stoffel aus Visperterminen übernimmt die Leitung der Unternehmung Grächen

Grächen. – **Der neue starke Mann an der Spitze der touristischen Unternehmung in Grächen ist gefunden. Rechtzeitig zu Beginn der kommenden Wintersaison wird Dr. Berno Stoffel die Leitung übernehmen. Dr. Stoffel ist 39 Jahre alt und stammt aus Visperterminen.**

Grächen will im Tourismus neue Wege einschlagen. Aus diesem Grund wurden auch die Bergbahnen, die insgesamt fünf Bergrestaurants sowie Grächen Tourismus unter einen Hut gestellt: unter das Dach der «Unternehmung Grächen», die bereits seit dem 1. Juli dieses Jahres operativ ist und seither vom Verwaltungsratspräsidenten der Bergbahnen Grächen, Dr. Peter Furger, interimistisch geleitet wird.

Ein ganz neuer Ansatz in der Schweiz

Mit diesem innovativen Kooperations- und Führungsmodell setzt das Bergdorf in der Tat einen neuen Ansatz im Schweizer Tourismus. «Dieses Modell ist derzeit einzigartig in der Schweiz. Es geht darum, die ganze Tourismusstrategie, die Umsetzung dieser Strategie und auch die gesamte Administration und Technik aus einer einzigen operativen Hand zu führen», so Dr. Peter Furger. Die Zusammenlegung der wichtigsten Leistungsträger soll dazu beitragen, die Dienstleistungen am Ort zu professionalisieren und den Mitteleinsatz am Markt zu optimieren. «Früher hatten die Bergbahnen ein eigenes Marketing und auch das Tourismusbüro hatte sein Marketing. Und oft haben die gar nicht gut miteinander gearbeitet. Das ist heute anders», so Peter Furger. Schon allein die Tatsache, dass die Administration der Bergbahnen ins Gebäude des Tourismusbüros gezügelt hat, schafft die notwendige Nähe für eine fruchtbare Kooperation.

Kein Unbekannter im Tourismus

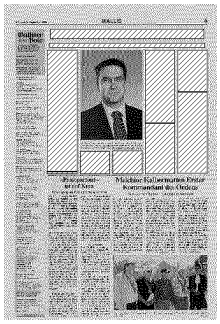
Mit der Wahl von Dr. Berno Stoffel hat man in Sachen Tourismus übrigens keinen Unbekannten ans Steuer des Schiffes geholt. Beruflich war der Visperterminer bis anhin als Mitglied der Geschäftsleitung des Eidg. Hochschulinstitutes für Berufsbildung (EHB) tätig. Er hat dabei in den letzten Jahren den Bereich der Forschung und Entwicklung am EHB aufgebaut, national konsolidiert und international positioniert. Als Vertreter der OECD-Expertenkommission arbeitete er in verschiedenen Ländern für die Belange der Berufsbildung. Neben der Arbeit am Eidg. Hochschulinstitut für Berufsbildung hat sich Berno Stoffel in den letzten Jahren aber auch stark für den Tourismus engagiert. Unter seiner Führung als Verwaltungsratspräsident der Giw AG in Visperterminen wurde das Unternehmen in kurzer Zeit betrieblich saniert und neu positioniert.

Den «Milestone Tourismuspreis» ergattert

Mit der Führung der Bergbahn und des Bergrestaurants sowie der Durchführung von Events kann sich heute das Unternehmen auf drei Pfeiler abstützen, welche auch einer kleinen Station die Schaffung von optimierten marktfähigen touristischen Angeboten erlaubt. Wie erfolgreich der begeisterte Skifahrer in seinem Heimatdorf gewirkt hat, lässt sich auch daran ermessen, dass man erst letztes Jahr den begehrten «Milestone Tourismuspreis Schweiz» gewonnen hat. Das viel beachtete Projekt «versehen vergehen. Eine inszenierte Sesselbahnfahrt durchs Jenseits» hat den Bergbahnen von Visperterminen unter der Führung von Dr. Stoffel und mit der Mithilfe von über 300 Helferinnen und Helfern schweizweit zu Ansehen verholfen.

Marke «Heidadorf» aufgebaut

Die Wahl auf Dr. Berno Stoffel kommt nicht von ungefähr. Peter Furger hat mit ihm bereits in Visperterminen intensiv zusammengearbeitet. «Berno Stoffel war massgeblich daran beteiligt, dass in Visperterminen der Tourismus neu strukturiert und die öffentlichen Leistungsträger in eine Gesamtor-



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Walliser Bote

3930 Visp
Auflage 6x wöchentlich 26'727

1075326 / 571.19 / 45'664 mm2 / Farben: 0 Seite 5 03.09.2008

ganisation integriert wurden», so Furger. Auf diese Weise konnte auch die Gesamt-Marketing-Strategie des «Heidadorfes» aufgebaut werden. Die Unternehmung Grächen sei überzeugt, in Dr. Berno Stoffel eine Person gefunden zu haben, welche die notwendigen Voraussetzungen und Erfahrungen mit sich bringt, um die anspruchsvollen Aufbauarbeiten der neuen touristischen Unternehmung Grächen weiterzuführen und die Positionierung der Station im Tourismusmarkt zu konsolidieren.

Martin Schürch wechselt die Fronten

Der bisherige Direktor von Grächen Tourismus, Martin Schürch, geht in die Privatwirtschaft. Für fünf Jahre hat er das Hotel-Restaurant «Burgener» in Zermatt gepachtet. «Es wird eine neue Erfahrung werden. Bis jetzt hat man die einzelnen Produkte vermarktet und versucht, an den Mann zu bringen, ab jetzt habe ich ein einziges Produkt, um das ich mich kümmere», so Martin Schürch.

wek

Dr. Berno Stoffel leitet ab kommender Wintersaison die Geschicke der Grächner Bergbahnen, der fünf Bergrestaurants sowie von Grächen Tourismus – ein völlig neuer Ansatz im Schweizer Tourismus. Foto zvg

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Blick
Beilage Extra
8032 Zürich
Auflage unregelmässig 240'066

1075326 / 571.19 / 100'415 mm2 / Farben: 3 Seite 12 06.09.2008

Im Wilden Westen von Luzern

Erholsam, abwechslungsreich – und vor allem echt: Das Entlebuch ist die einzige Biosphären-Landschaft der Schweiz.

Geschminkt und mit Federschmuck auf dem Kopf trat der Kurdirektor von Sörenberg Anfang der Neunzigerjahre vor die Regierenden in Luzern. Im Namen der Entlebucher protestierte Theo Schnider: «Wir werden in ein Reservat gesteckt, der Naturschutz macht uns zu Indianern der Schweiz.» Mit der überraschend angenommenen Rothenturm-Initiative waren nämlich alle Hochmoore der Schweiz an der Urne unter nationalen Schutz gestellt worden. Im Entlebuch, dem Wilden Westen von Luzern, kam das schlecht an. Ein Viertel der Fläche wurde auf einen Schlag unbrauchbar. Unbrauchbar nach damaliger Denkart.

Ein Jahrzehnt später trat Schnider ungeschminkt und in ganz anderer Rolle auf. Katholisch gesagt: Aus Saulus war Paulus geworden. Von der UNESCO wurde das Entlebuch 2001 zur ersten und bisher einzigen Biosphäre der Schweiz erhoben – und Schnider war der wichtigste Motivator auf dem Weg dahin gewesen. Die von ihm nicht unwesentlich beeinflussten Leute der Gemeinden Doppleschwand, Romoos, Entlebuch, Hasle, Schüpfheim, Flühli-Sörenberg, Escholzmatt und Marbach hatten an der Urne zuvor zu 94 Prozent Ja gesagt zu diesem Projekt. Das liebevoll als grösstes Buch der Welt bezeichnete Entlebuch reiht sich seither mit einem Hundertstel der Schweizer Bodenfläche in die lange Liste der 529 UNESCO-Biosphären ein. Es ist nun im Range der Galápagos-Inseln oder des Yellowstone-Parks.

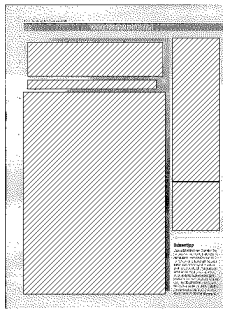
In der UNESCO-Biosphäre Entlebuch (UBE) geht es nicht darum, die Natur unter eine Käseglocke zu stellen, sondern in ihr nachhaltig zu wirtschaften. Mensch, Tier, Natur sollen es gut haben zusammen. Die gesamte Biosphäre ist aufgeteilt in Kern-, Pflege- und Entwicklungszonen. Theo Schnider leitet heute in Schüpfheim das aus 550 Stellenprozenten bestehende Biosphären-Management. «Wir versuchen, die Vorstellungen, Anliegen und Wünsche der Entlebucher Bevölkerung, der Umwelt und der Wirtschaft in einem fairen Kompromiss unter einen Hut zu bringen», erklärt er. «Wir initiieren Projekte, pflegen Netzwerke, koordinieren Entwicklungen, denken voraus, führen Gespräche mit Partnern, suchen Lösungen für Probleme, zeigen Perspektiven auf. Wir machen die Region fit für die Zukunft.»

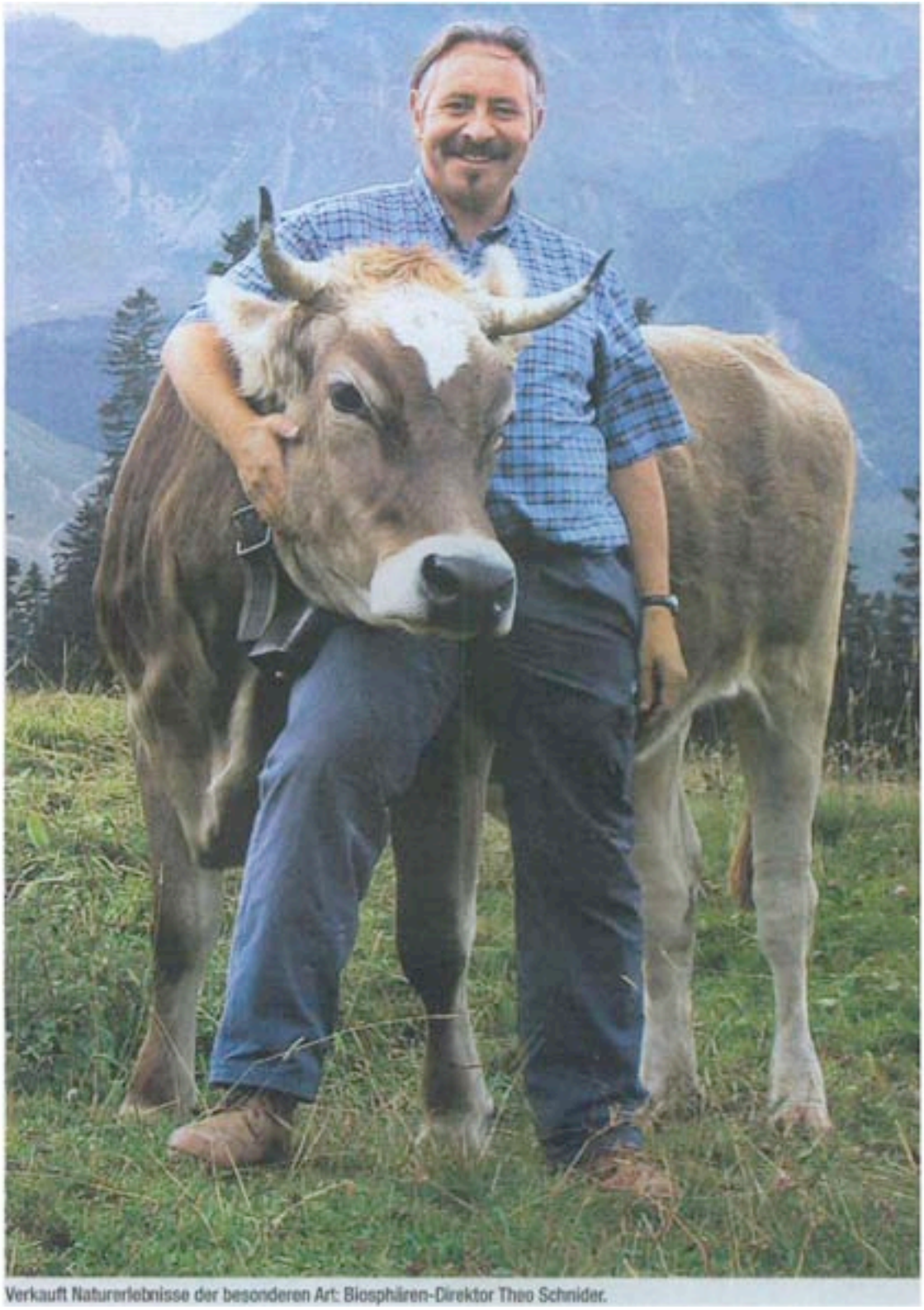
Schnider schiebt nach: «Nichts ist schwerer zu verkaufen als das Unbezahlbare: Natur, Erlebnis, Menschlichkeit.» Aber es funktioniert. Die Touristenzahlen steigen massvoll und gegen 350 Produkte dürfen heute das Zertifikat «Echt Entlebuch» tragen. Die Wirte und Hoteliers, die als Gastropartner der UNESCO-Biosphäre Entlebuch auftreten, pflegen lokale Gerichte und beziehen mindestens 75 Prozent der in ihren Küchen verwendeten Milch- und Fleischprodukte aus der Region. Wenn Bauern inzwischen überzeugt Hecken anpflanzen oder bestimmte Wiesen nicht mehr güllen, zeigt das, wie aus den einstigen Hochmoorschutzgegnern richtige Fans der Biosphäre geworden sind.

Die Bemühungen zahlen sich aus: Im Juli ernannte das Bundesamt für Umwelt (Bafu) das Entlebuch zum ersten «regionalen Naturpark von nationaler Bedeutung» – eine Auszeichnung, die in der Schweiz noch neun weitere Male verliehen werden soll. Und letztes Jahr hat Theo Schnider den bedeutendsten Schweizer Tourismuspreis gewonnen. Der ehemalige «Oberindianer der Schweiz» und heutige Entlebucher Biosphärenchef erhielt den «Milestone» für sein Lebenswerk.

Gallus Keel

Infos: UNESCO-Biosphäre Entlebuch, 6170 Schüpfheim; Tel. 041 485 88 50; www.biosphaere.ch





Verkauft Naturerlebnisse der besonderen Art: Biosphären-Direktor Theo Schnider.

Beizentipp

Uschis Beizli im Hotel Cristal in Sörenberg liegt versteckt hinter den Ferienhäusern. Wer die Beizerin mit ihren 32 Jahren Erfahrung in Vollform erlebt, wird Stammgast. Sooft es geht, setzt sich Uschi Portmann zu den Leuten. «Viele sind Tageswanderer, andere machen jedes Jahr wieder Ferien hier», sagt sie. Gefragt sind ihre Röschtipfännli, aber auch die Fischspezialitäten. Mehrmals im Jahr finden hier Alphornkurse statt. «Dann herrscht Bombenstimmung.»

Kinderfreuden

In Sörenberg ganz in der Nähe der Post steigen die Gondeln hinauf zur Rossweid. Rund um die Bergstation flippt das Kinderherz aus. Hier kann der Nachwuchs auf Ponys und Pferden reiten, sich auf dem riesigen Spielplatz tummeln, mit einer Mini-Eisenbahn fahren oder dem Pfau zuschauen, wie er sein Rad schlägt. Die Menüs im Bergrestaurant sind familienfreundlich. Wanderwegschilder locken in alle Richtungen. Ob kurzer Rundgang oder Marsch – das Panorama stimmt.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Blick
Beilage Extra
8032 Zürich
Auflage unregelmässig 240'066

1075326 / 571.19 / 100'415 mm2 / Farben: 3 Seite 12 06.09.2008

Mit Kind und Kegel von Moor zu Moor

Die 350 Kilometer ausgeschilderter Wege im Entlebuch sind ein gefundenes Wandern für Familien. Die eher liebliche Landschaft bietet keine grossen Risiken. Auf www.biosphaere.ch können, auch für Biker-Touren, der gewünschte Schwierigkeitsgrad und der geplante Zeitaufwand eingegeben werden und schon erhält man massgeschneiderte Vorschläge. Auch geführte Wanderungen sind möglich. Und wer möchte, lässt sich von einem gemieteten GPS-Gerät leiten.

Eine zusätzliche Attraktion für Familien sind die Lehrpfade, die ökologische Zusammenhänge sichtbar machen. So zeigt der Köhlerweg einen Querschnitt durch die Bergwelt des Napfgebiets (Dauer 3 3/4 Stunden), während der Geomorphologiepfad um Escholzmatt aufregende Einblicke in die Erdgeschichte bietet (3 Stunden). Um Energiequellen geht es beim Lehrpfad, der die verschiedenen Stationen des Energie-Erlebnisparks Entlebuch miteinander verbindet (mit kinderwagenfreundlicher Route); um das alte Handwerk der Glaserei beim Industriepfad im Waldemmental. Aber auch Kleinkinder haben ihren «Lehrpfad»: der Wurzilla-Märliweg auf Heiligkreuz.

Ein Naturerlebnis der besonderen Art bietet der Entlebucher Moorlandschaftspfad, der in maximal fünf Tagen durch die UNESCO-Biosphäre führt. Nirgends in der Schweiz gibt es so viele national geschützte Moore auf so engem Raum wie im Entlebuch, nämlich 44 Hochmoore, 61 Flachmoore und 4 Moorlandschaften. Besonders abwechslungsreich ist das 19 Quadratkilometer grosse Moor am Hilfernpass zwischen Flühli, Beichlen und Schrattenfluh.

In hohen Lagen dominieren Alpweiden, Fichtenwälder sowie blumige Flachmoore, in tieferen Lagen Moorweiden und Streuwiesen. Für Familien mit Kleinkindern geeignet ist der Moorpfad Mettelimoos.

Zu allen hier erwähnten Pfaden sind beim Biosphärenzentrum Broschüren erhältlich: Telefon 041 485 88 50, Mail zentrum@biosphaere.ch

Einzigartige Idylle und beliebtes Ausflugsziel: die Moorlandschaft bei Sörenberg.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ThurgauerZeitung

8501 Frauenfeld
Auflage 6x wöchentlich 39'930

1075326 / 571.19 / 49'762 mm2 / Farben: 3 Seite 35 10.09.2008

Lebenstraum erfüllt

Komplimente zuhauf bekam der Bischofszeller Frederick Bietenholz für seine unternehmerische Leistung, den Aufbau des Hotels Le Lion.

BISCHOFSZELL – «Mit viel Energie und Ausdauer, Risikobereitschaft und Überzeugung von seiner Idee, Zielstrebigkeit und persönlichem Engagement hat sich Frederick Bietenholz seiner selbstgestellten Aufgabe angenommen und sich damit als echter und vorbildlicher Unternehmer erwiesen.» Mit diesen Worten würdigt die Jury unter anderem die Leistung des Bischofszeller Hoteliers, der die Urkunde für den Thurgauer Tourismus-Preis 2008 gestern im Museumsgarten, in Sichtweite seines 4-Sterne-Hotels, in Empfang nehmen durfte.

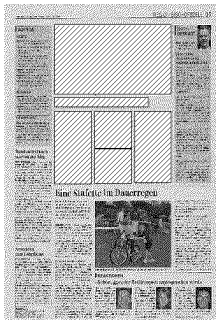
Stadtammann Josef Mattle erinnerte zu Beginn des Festaktes an die lange und wechselvolle Geschichte des Gebäudekomplexes am Grubplatz. Er spannte den Bogen vom Bischof von Konstanz, der am Zusammenfluss von Sitter und Thur einst eine Klause hatte errichten lassen, bis zu Frederick Bietenholz, dem Bischofszell nun ein Hotel mit hoher Qualität verdanke, das sich innen wie aussen sehen lassen dürfe. Mattle betonte denn auch, dass Bietenholz die Auszeichnung uneingeschränkt zustehe, «für die Idee, aber auch für die Beharrlichkeit und das Durchsetzungsvermögen».

Von Basel nach Bischofszell

Christoph Tobler, Präsident von Thurgau Tourismus, hob hervor, dass der diesjährige Preisträger die Kriterien für den Thurgauer Tourismus-Preis in hohem Masse erfülle. «Wenn es einen Basler nach Bischofszell verschlägt, so ist das für sich schon etwas Besonderes. Wenn er hier zum Unternehmer wird und in den Aufbau eines eigenen Betriebes investiert, dann ist das erst recht bemerkenswert. Und wenn er das in einen Hotelbetrieb tut und diesen als Direktor persönlich zum Erfolg führt, dann ist dies eine wirklich ausserordentliche Leistung», stellte Tobler anerkennend fest. Das Preisgericht zitierend, machte er darauf aufmerksam, dass das Hotel Le Lion heute das führende Haus am Platz sei, welches weit über den Ort hinausstrahle und dem Tourismus in der Region Bischofszell spürbar neuen Schwung verliehen habe.

Von Pioniergeist beseelt

Frederick Bietenholz geizte seinerseits nicht mit Lob für die Bevölkerung und die Behörde von Bischofszell. Erst hier habe er den Reiz des Landlebens entdeckt und hier habe ihn der Ehrgeiz gepackt, etwas zu bewegen. Bietenholz verriet bei dieser Gelegenheit auch, was er unter Hotellerie versteht: «Für mich ist das eine Form des Dienens, eine erhabene Aufgabe, der ich mich gern widme.» Respekt wurde dem Preisträger auch von Rolf Müller, dem Präsidenten des Hoteliervereins Thurgau, und von Silvia Kocherhans, der Präsidentin des Verkehrsvereins Bischofszell, gezollt. GEORG STELZNER

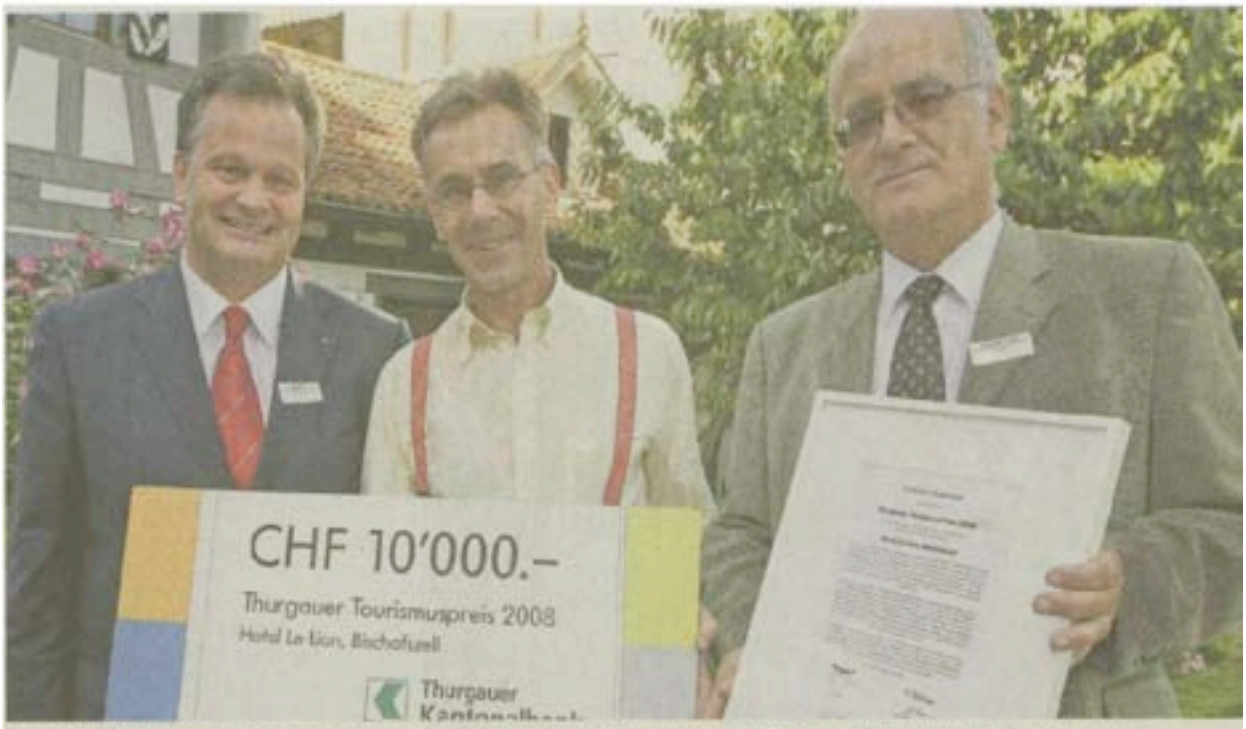


hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ThurgauerZeitung

8501 Frauenfeld
Auflage 6x wöchentlich 39'930

1075326 / 571.19 / 49'762 mm2 / Farben: 3 Seite 35 10.09.2008



Frederick Bietenholz, flankiert von Beat Frei (l.), TKB Bischofszell, und Christoph Tobler, Thurgau Tourismus. Bild: Reto Martin

Eine solche Auszeichnung verleiht neuen Elan

Haben Sie insgeheim damit gerechnet, den Thurgauer Tourismus-Preis zu erhalten?
Dass die Wahl auf das Hotel Le Lion gefallen ist, hat mich komplett überrascht. Ich kann es auch jetzt noch kaum fassen. Normalerweise geht dieser Preis ja an weitaus grössere Betriebe und Institutionen.

Was bedeutet dieser Preis für Sie und Ihr Hotel?
Neben der Ehre vor allem einen gewaltigen Motivationsschub. Ich führe das «Lion» jetzt seit vier Jahren. Da kommt es automatisch zu einer gewissen Routine, was nicht von vornherein schlecht ist, sondern auch Vorteile hat. Eine solche Auszeichnung verleiht aber neuen Elan.

Haben Sie eine eigene Geschäftsphilosophie, ein Erfolgsrezept?
Gerade Geschäftsleute, die einen Grossteil unserer Gäste ausmachen, schätzen es, wenn sie sich in einem Hotel zu Hause fühlen. Ich lege daher Wert darauf, dass das «Lion» bis in alle Details sorgfältig geführt wird. Ich würde das Motto unseres Hauses «Persönlichkeit und Stil» nennen.

Wie gedenken Sie, das Preisgeld zu verwenden?
Ich habe bereits eine konkrete Vorstellung, doch ist das Projekt noch nicht spruchreif. Eines kann ich aber schon verraten: Es wird ein Geschenk an die Stadt Bischofszell sein.

INTERVIEW: GEORG STELZNER

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 2'917 mm2 / Farben: 0 Seite 1 23.09.2008

Tourismuspreis

Auszeichnung und Würdigung

Mit dem «Milestone. Tourismuspreis Schweiz» werden herausragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus ausgezeichnet. In diesem Jahr wurden über 100 Bewerbungen eingereicht, darunter auch zahlreiche Projekte aus Graubünden. Am Donnerstag, 2. Oktober, wird bekannt gegeben, welche Projekte nominiert werden. *(fm)*

Bündner Tagblatt

CSEM-Nanomedizin: Die Saat geht auf

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 55'722 mm2 / Farben: 0 Seite 7 23.09.2008

Tourismuspreis Schweiz

Schweizer Touristiker buhlen um Auszeichnung

Am Donnerstagabend, 2. Oktober, werden die Nominationen für den diesjährigen «Milestone. Tourismuspreis Schweiz» bekannt gegeben. Unter den Bewerbungen befinden sich auch Projekte aus Graubünden.

Der «Milestone» 2008 wird am Montag, 10. November, zum neunten Mal in Bern verliehen. Der Preis würdigt herausragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus und förder Innovationen, Know-how-Transfer und Attraktivität der Destination Schweiz, wie es in der Mitteilung heisst. Die Auszeichung ist gesamthaft mit über 33 000 Franken dotiert und wird in den Kategorien «Nachwuchspreis», «Sonderpreis Nachhaltigkeit», «Lebenswerk einer Persönlichkeit» und «Herausragendes Projekt» vergeben. In diesem Jahr haben sich 102 Touristiker aus der ganzen Schweiz für den Tourismuspreis beworben. Die Bündner Projekte im Überblick:

● **«Graubünden – Das blaue Wunder»:** *Ernst Bromeis-Camichel,* Initiant von «Graubünden – Das blaue Wunder»: Das Projekt habe die Bedeutung des Wassers für die Gebirgskantone den Einheimischen sowie den Gästen auf vielfältige Art und Weise näher gebracht.

● **Digitaler Stadtführer für die Stadt Chur:** Studenten der SSTH Passugg/Chur Tourismus: Der von Studenten der SSTH entwickelte Audioguide wurde im Auftrag von Chur Tourismus in zehn Sprachen realisiert.

● **Direct Mailing für jeden Geschmack:** *Peter J. Schönenberger* und *Michael Böhler*, «Kulm Hotel» «Alpin Spa» Arosa: Die Generationsgäste werden in vier verschiedene Cluster einteilt und erhalten so je nach Interesse unterschiedliche Prospekte.

● **Kunst im öffentlichen Raum:** *Uwe Susanne Fassnacht*, Arosa: Mit verschiedenen Aktivitäten wird Kunst einer breiten Öffentlichkeit zur Anregung und Diskussion zur Verfügung gestellt.

● **Audio-Tour durchs Skigebiet:** *Franco Gilli,* Corvatsch AG: In Zusammenarbeit mit iGuide Media wurde die erste geführte Audio-Tour durch das Skigebiet lanciert.

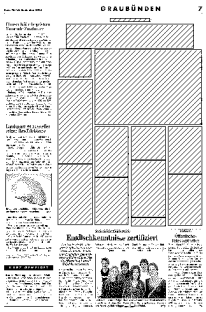
● **Grösste Hotel-Solaranlage der Schweiz:** *Armin Bützberger,* Hotel «Europa», St. Moritz: Durch die Nutzung von Sonnenenergie werden pro Jahr bis zu 50 000 Liter Heizöl und 120 Tonnen CO_2 eingespart.

● **Regionenmarke mit Steinbock:** *Gieri Spescha,* Graubünden Ferien: Die Regionenmarke «graubünden» wurde 2003 lanciert, seit 2007 mit dem Steinbock als Aushängeschild.

● **Erlebnis-Berg Savognin: Leo Jeker, Savognin Bergbahnen AG:** Die Sommer-Bergbahnstationen bieten Abfahrten für Sommer-Rollgeräte an.

● **Essen zum halben Preis: Susanne Jörger und Rainer Flaig, Lenzerheide Bergbahnen AG:** Gegen Vorweisen eines persönlichen Halbtax-Abos/GAs kann der Gast in allen bergbahneneigenen Restaurants für die Hälfte des regulären Preises essen.

● **Erstes dezentrales Hoteldorf der Schweiz:** *Gisela Göttmann,* Stiftung Fundaziun Vnà und Piz Tschütta AG: Das dezentrale Hotel «Vnà» sei ein schweizweit beachtetes Modell für die naturnahe Entwicklung im Berggebiet.



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 55'722 mm2 / Farben: 0 Seite 7 23.09.2008

● **Lehrlingstag in Lenzerheide:** *Michaela Maissen,* Lenzerheide Tourismus: Am Lehrlingstag schliessen sich Lernende verschiedener Berufe zusammen.

● **Luftseilbahn Rhäzüns-Feldis:** *Peter Oeschger,* Inauen-Schätti AG: Die neue Pendelbahn mit einer neuartigen «berührungslosen Spanngewichtsdämpfung» führt die Gäste – ohne Lärmbelästigung für die Anwohner – von Rhäzüns nach Feldis.

● **«Buy-to-use-and-let»:** *Christoph Schmidt,* Weisse Arena Gruppe: Das Hotel Resort «Rockresort» setze neue Standards im Verkauf von Ferienwohungen.

● **Tourismus Rezeption:** *Dani Koller,* Engadin Scuol Tourismus: Die Tourismusrezeption stellt Gästen und Einheimischen möglichst viele Angebote der Grundversorgung an einem Punkt zur Verfügung.

● **Lej da Staz:** Projektgruppe Hotelknowhow Forum: Das Konzept für die Neugestaltung und Neupositionierung des Hotel Restaurant «Lej da Staz» in St. Moritz/Celerina wurde vom Hotelknowhow Forum teilweise umgesetzt.

● **Schnellste Pendelbahn der Schweiz:** *Martin Kreiliger,* Bergbahnen Disentis AG: Ab der kommenden Wintersaison transportiert die neue und schnellste Pendelbahn der Schweiz die Gäste ins Disentiser Ski- und Wandergebiet.

● **Ein Herz für Tschiertschen:** TK0601, IST Zürich: «Ein Herz für Tschiertschen» ist ein Projekt sowohl für das Walserdorf als auch für die touristische und regionale Entwicklung.

● **Vom Feld auf den Tisch:** *Giampietro Crameri,* Poschiavo: Die Mitarbeiter des Projekts «Dal campo alla tavola» wollen die alpine kulinarische Tradition wieder aufleben lassen. *(fm/bt)*

Einer von zahlreichen Bündner «Milestone»-Kandidaten: Ernst Bromeis-Camichel, der mit seinem Projekt «Graubünden – Das blaue Wunder» in diesem Jahr für Schlagzeilen sorgte. (Foto Nadia Simmen)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ThurgauerZeitung

8501 Frauenfeld
Auflage 6x wöchentlich 39'930

1075326 / 571.19 / 58'150 mm2 / Farben: 3 Seite 31 26.09.2008

Genossenschaft hat ausgebrüllt

Die Genossenschaft, welche das Restaurant Lion betreibt, will sich auflösen. Besitzer Frederick Bietenholz möchte es übernehmen und weiterführen. Die Genossenschaftsbeiz hat praktisch nur rote Zahlen geschrieben.

BISCHOFSZELL – Mit seinem Hotel Le Lion durfte Frederick Bietenholz vor wenigen Tagen den Thurgauer Tourismuspreis 2008 entgegennehmen. Er hat das Viersterne-Hotel in der Altstadt von Bischofszell vor vier Jahren eröffnet. Er ist zufrieden, wie der Hotelbetrieb angelaufen und sich entwickelt hat. Gleiches kann der Präsident der Genossenschaft Restaurant Lion, Ernst Thalmann, nicht berichten. Seit der Eröffnung im März 2003 ist die Genossenschaftsbeiz nicht rentabel. «Bis auf ein Jahr, das wir mit einem kleinen Gewinn abschliessen konnten, wurden immer Verluste gemacht», so Thalmann. Inzwischen hat sich der Nettoverlust auf rund 54 000 Franken kumuliert. Schon vor einem Jahr war die Auflösung der Genossenschaft ein Thema, wurde dann aber wieder fallengelassen, weil mit dem Hausbesitzer Frederick Bietenholz ein Mietvertrag bis 2013 existiert.

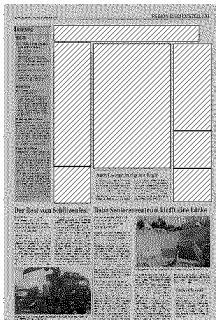
Schadensbegrenzung

Bietenholz hat den Stein wieder ins Rollen gebracht, als er der Genossenschaft anbot, das Restaurant zu übernehmen und weiterzuführen. «Es ist in seinem wie in unserem Interesse, den Schaden so gering wie möglich zu halten», sagt Thalmann. Während der Besitzer die Schliessung des Restaurants vermeiden möchte, will die Genossenschaft den Konkurs abwenden. «Ist Frederick Bietenholz bereit, unser Mobiliar und Inventar zu übernehmen, sind wir in der Lage die Darlehen zurückzuzahlen.» Rund 150 000 Franken schuldet die Genossenschaft ihren Geldgebern. Kommt es zur Auflösung, müssen die über 200 Genossenschafter, die Anteilscheine zu 500 Franken gezeichnet haben, ihr Geld wohl oder übel abschreiben. In dieser Woche werden die Verhandlungen mit dem Hausbesitzer aufgenommen.

Thalmann hofft, dass es zu einer Einigung zwischen der Genossenschaft und dem Hausbesitzer kommt. «Es geht darum, die Schäden so gering wie möglich zu halten. Es ist im Interesse von ganz Bischofszell, wenn es im Restaurant Lion zu einem nahtlosen Übergang kommt.»

Zu hohe Betriebskosten

Es sei nicht so, dass der Nachfolger vor dem Nichts stehe. Thalmann: «Er übernimmt ein Restaurationsbetrieb mit einem Jahresumsatz von über 600 000 Franken». Dass das Lion dennoch nicht selbsttragend ist, schreibt er den hohen Betriebskosten zu. «Für die Eröffnung musste die Genossenschaft viel Geld in Mobiliar und Inventar investieren. Die Abschreibungen, die Miete, der Personalaufwand, verursachen einen zu hohen Kostendeckel.» Der Genossenschaftspräsident ist selbstkritisch: «Wir sind blauäugig eingestiegen. Was wir erreicht haben, ist nicht ohne, doch wir hätten es besser machen können». Auch habe die Philosophie einer Genossenschaftsbeiz nie richtig stattgefunden. «Längst nicht alle Genossenschafter waren Stammgäste im Lion.»

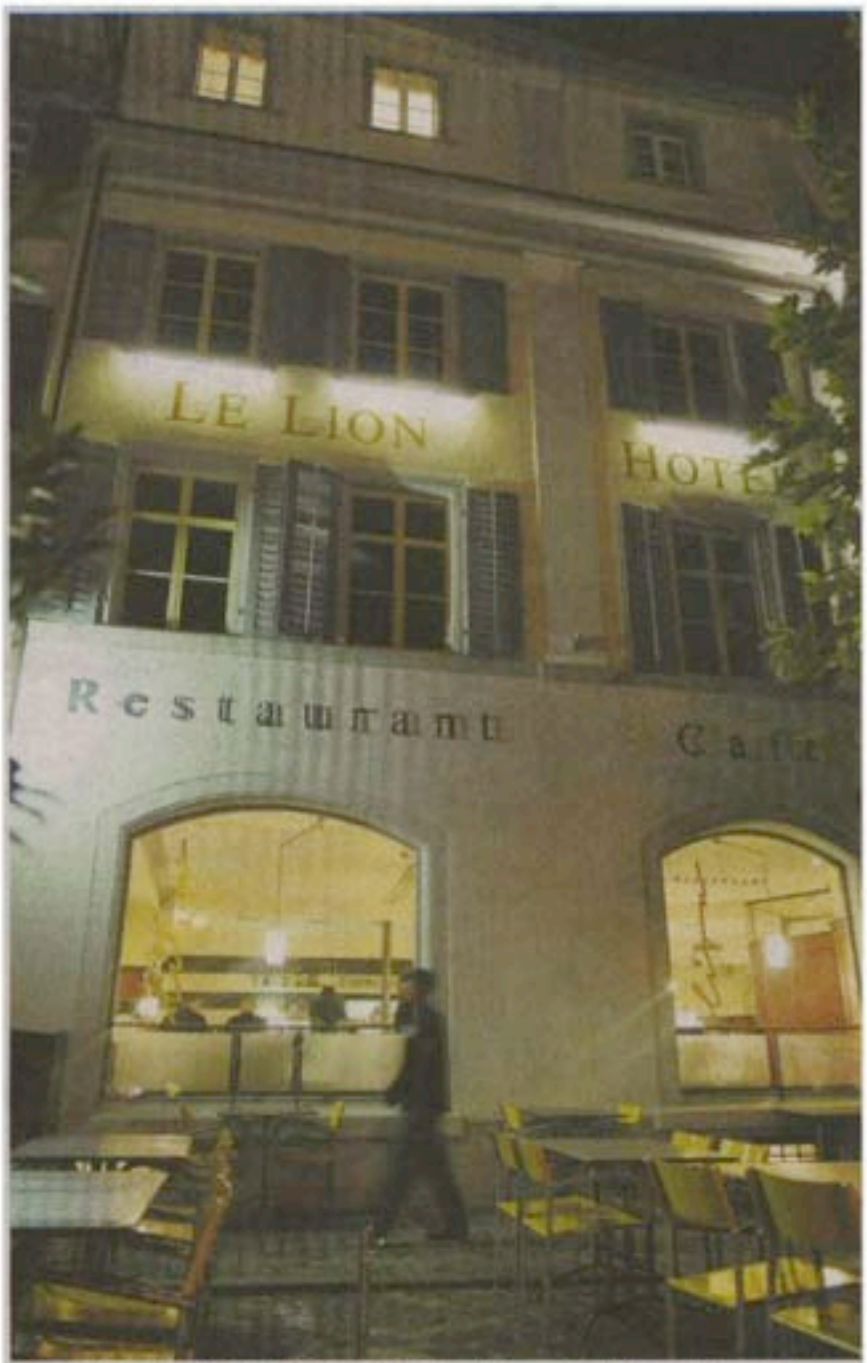


Synergien nutzen

Das Restaurant Lion sei Teil seines Projektes, das er mit viel Elan aus der Taufe gehoben habe, sagt Frederick Bietenholz. «Die Schliessung wäre ein zu grosses Risiko.» Er hoffe, mit der Genossenschaft über den Preis der Übernahme einig zu werden. Bietenholz möchte das Restaurant in eigener Verantwortung führen und einen Betriebsleiter einstellen. «Das Restaurant wird zum Hotelbetrieb gehören, um Synergien nutzen zu können. Aber es wird daraus kein Viersterne-Hotel-Restaurant entstehen, sondern bleibt ein Bistro.» Bisher hätten Hotel und Restaurant wenig bis gar nicht zusammen gearbeitet und dabei «kolossal viele Kräfte verloren». Einen Betriebsleiter hat Bietenholz bereits gefunden. Es sei jemand, der schon im Lion arbeite. Gemeinsam seien sie daran, Ideen für ein Gastronomiekonzept zu entwickeln. Er möchte die Übernahme rasch über die Bühne bringen, um im Frühjahr den Neuanfang in Angriff nehmen zu können. *URS BÄNZIGER*

Auch Lounge in eigener Regie

Nicht nur das Restaurant, sondern auch die Hotel-Lounge will Besitzer Frederik Bietenholz selber führen. Der Vertrag mit der jetzigen Pächterin läuft im Juni des nächsten Jahres aus, er wird nicht verlängert. Am Konzept wolle er nichts Wesentliches ändern, sagt Bietenholz. Die Lounge soll weiter als Bar betrieben werden. Er hat vor, mit dem bisherigen Aushilfspersonal weiter zu machen. Bietenholz möchte, dass Hotel, Restaurant und Lounge zusammenarbeiten. «Als eine Familie, die am gleichen Strick zieht und die gleiche Philosophie lebt.» *(urb)*



Bis auf ein Jahr erwirtschaftete das Restaurant Lion nur Verluste. Bild: Nana do Carmo

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

LA QUOTIDIANA

7007 Chur
Auflage 5x wöchentlich 5'468

1075326 / 571.19 / 6'987 mm2 / Farben: 3 Seite 1 29.09.2008

Proget da l'ESTSA pel «milestone 2008»

■ **(anr/fa) Per la novavla jada vain organisada la concurrenza turistica svizra «milestone».** Quella distincziun survegnan organisaziuns turisticas o persunas chi praistan alch extraordinari e cun ün effet positiv a lunga vista pel turissem in Svizra. Per guadagnar il «milestone 2008» han inoltrà 102 turistikers resp. organisaziuns turisticas lur progets, tanter quels es eir il proget da l'Engiadina Scuol Turissem SA (ESTSA): Il böt da quist d'eira da pisserar cha'l giast survegna in mincha cumün da la regiun da Susch fin Martina infuormaziuns turisticas. Insembel culla SAB (Gruppa svizra per regiuns da muntogna) e cun sustegn da la Posta svizra ha l'ESTSA sviluppà trais models.

Servetsch d'abunents e da distribuziun: tel. 0844 226 226

9 771424 749004 10040

LA QUOTIDIANA
Coordinar la tgira palliativa
Midada da mang
Pro Lucmagn trai bilanza

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

LA QUOTIDIANA

7007 Chur
Auflage 5x wöchentlich 5'468

1075326 / 571.19 / 26'952 mm2 / Farben: 3 Seite 10 29.09.2008

Proget exemplaric eir per otras regiuns

ESTSA candidata pel premi milestone 2008

DA FLURIN ANDRY / ANR

■ Cul premi turistic svizzer «milestone» vegnan undradas prestaziuns innovativas i'l sectur dal turissem. Ingon ha inoltrà Dani Koller da l'ESTSA il proget nomnà Recepziun turistica. Il premi «milestone 2008» vain surdat quist on al principi da november a Berna per la novavla jada. «Quista distinczion ha il plü grond effet da tuot ils premis sül marchà turistic svizzer», disch *Urs Wohler*, il directur da l'Engiadina Scuol Turissem SA (ESTSA), «in dumonda vegnan progets innovativs chi han ün effet positiv a lunga vista pel turissem da quella regiun.» Per l'ESTSA ha inoltrà *Dani Koller* sco manader il proget nomnà Recepziun turistica. Causa ch'el praista pel mumaint servezzan militar preschainta Wohler il proget.

Insembel cun SAB e Posta

Da l'on 2007 vaivan ils respunsabels da l'ESTSA examinà las pussibiltats d'unir las infuormaziuns pels giasts illa regiun da Susch fin Martina. Il böt d'eira tenor il directur da l'organisaziun da mantgnair in mincha cumün ün lö ingio cha'l giast survain infuormaziuns. Eir l'on passà da prümavaira vaivan lantschà la SAB (Gruppa svizra per las regiuns da muntogna) in collavuraziun culla Posta svizra il proget «Innovative Versorgungsnetzwerke in der Schweiz – InnovNet»: Il böt es da spordscher a regiuns muntagnardas soluziuns per ün ulteriur svilup. «La proposta da la SAB da collavurar per chattar soluziuns vaina jent acceptà.» Uschea ha realisà l'ESTSA duos progets parallelmaing: «Culs cumüns vaina pudü cunvgnir cha no surpiglian ils impiegats dals büros d'infuormaziun existents, da maniera cha quels toccan uossa pro nos team», disch Urs Wohler, «e pels cumüns sainza büro d'infuormaziun vaina tscherchà oters models, sco a Susch la cumbinaziun da la butia Müller ed infuormaziun turistica.» A Guarda s'haja pudü chattar üna soluziun culla posta: La postenenta *Sandra Dias* dà sper il servezzan da la posta eir infuormaziuns als giasts. «I s'ha eir pudü redublar il temp d'avertüra da la posta e tilla mantgnair uschea in cumün.» A Tschlin ed a Ramosch as pudessa realisar tenor Urs Wohler il model Infuormaziun in butia.

Augmaint da l'attractività dals cumüns

Cun mantgnair eir i'ls cumüns butias e postas vain mantgnüda la vita in cumün. «Per famiglias giuvnas chi's vöglian domiciliar illa regiun sun ils cumüns cun butia e posta plü attractivs co ils oters», manzuna Urs Wohler. Quist augmaint d'attractività as poja ragiundscher tenor el cun lur proget.

«Quai ed eir il fat cha regiuns muntagnardas sco il Goms s'interessan per nos proget es stat il motiv cha no vain inoltrà quist a la concurrenza 'mile-

LA QUOTIDIANA

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

7007 Chur
Auflage 5x wöchentlich 5'468

1075326 / 571.19 / 26'952 mm2 / Farben: 3 Seite 10 29.09.2008

stone'.» Als 2 d'october vegna dat cuntschaint quals progets chi rivan illa tscherna plü stretta. Sch'el conguala ils progets inoltrats schi ha il proget da l'ESTSA a seis avis «daplü substanza ed importanza per üna regiun intera co per exaimpel la plü svelta pendiculara da la Svizra».

Da l'aua a specialitats culinaricas alpinas

Ingon s'han 102 turistikers da tuot la Svizra annunzchats pel premi «milestone». 18 da quels derivan dal Grischun. Tanter ils progets grischuns as chatta il «miracul blau» dad *Ernst Bromeis* chi ha rendü attent a l'importanza da l'aua, l'hotel decentral da Vnà, l'Hotel Europa a San Murezzan chi posseda il plü grond implant solar da la Svizra, la marca regiunala cullas cornas da capricorn da *Gieri Spescha* e Grischun Vacanzas o eir il proget «Dal campo alla tavola» da *Giampietro Crameri* da Poschiavo, il qual ha il böt da laschar reviver la tradiziun culinarica alpina.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Coopzeitung
Gesamtausgabe
4002 Basel (Fächer)
Auflage 52x jährlich 1'771'706

1075326 / 571.19 / 101'001 mm2 / Farben: 3 Seite 110 30.09.2008

Der Familien-Herbstspass

Handy-Safari-Zeit

Tolle Sofort-Preise, Spass, Bewegung und als Hauptgewinn Ferienwochen und Weekends: Tausende von Coop Handy-Safari-Teilnehmern sind begeistert.

Angefangen hat alles mit der Idee, dass Bewegung auch für Kinder wichtig ist, jedoch Spass machen muss. Darum spannten die Coopzeitung, die Touristiker von Arosa und Lenzerheide und Schweiz Tourismus zusammen. Entstanden ist die Handy-Safari. Seither sind drei Jahre vergangen, das Spiel hat Tausende von Familien in inzwischen 16 Schweizer Feriorten fasziniert und auch den wichtigen Schweizer Tourismuspreis «Milestone» gewonnen. Apropos gewinnen: Jede Teilnehmer-Familie oder -Gruppe erhält einen Coop Znüni-Rücksack, einen Coop Einkaufsgutschein von 10 Franken und nimmt an der Verlosung von Ferienwochen, Gratis-Weekends und weiteren Preisen teil. Auf gehts! *ba*

«Weisst du es?» Reto und Cindy Schmid gefällt das Spiel.

Die Spielregeln So einfach gehts!

Die Teilnahme ist für Tagesausflügler gratis. In jedem Ort sind innert 72 Stunden 5 Aufgaben zu erfüllen. Die Dauer des Spiels beträgt etwa 2,5 bis 4 Stunden, wenn man alles an einem Stück absolviert und die Bergbahn benützt. Die Wanderetappen sind alle familientauglich. Die Reihenfolge der zu besuchenden Orte ist durch den Spielablauf fest vorgegeben. Die Kosten pro SMS belaufen sich auf 20 Rappen. Alle SMS müssen mit demselben Handy gesendet werden!

link
www.coopzeitung.ch/handysafari

Arosa GR
Der Ferienort, in dem für Gäste (fast) alles inklusive ist.
www.arosa.ch

Beatenberg BE
Das «längste Dorf Europas» mit einer weltberühmten Legende.
www.beatenberg.ch

Bellinzona TI
Wo gibts das schon? Handy-Safari im Unesco-Kulturerbe.
www.bellinzonaturismo.ch

Bettmeralp VS
Zum Aletschgletscher ist es nur ein Katzensprung.
www.bettmeralp.ch

Braunwald GL
Mit der Braunwaldbahn hinaus aus dem Alltagsgrau.
www.braunwald.ch

Brigels GR
Golfplatz? Alpkäse? Bergwanderung? Am besten alles und mehr!
www.brigels.ch

Crans-Montana VS
Fondue, Walliser Gastfreundschaft, Golfen, Wandern und, und ...
www.crans-montana.ch

Grächen VS
Alte Wasserleitungen, neue Spielwege und versteckte Seelein.
www.graechen.ch

Hasliberg BE
Das Reka-Dorf lädt zu Familienferien und zur Handy-Safari.
www.reka.ch

Lenk BE
Hier steht im Oktober das Brauchtum im Zentrum.
www.lenk-simmental.ch

Lenzerheide GR
Heimat von Silvano Beltrametti und einem versteckten Wasserfall.
www.lenzerheide.ch

Malbun FL
Fürstliche Momente im Liechtensteiner Alpendorf.
www.tourismus.li

Saas-Fee VS
Stolze Viertausender, Gletscher zum Anfassen, stahlblauer Himmel.
www.saas-fee.ch

Savognin GR
Hier lockt die längste Flying-Fox Seilbahn der Schweiz.
www.savognin.ch

Toggenburg SG
Wandern im Bann von Säntis und Churfirsten, Thur und Necker.
www.toggenburg.org

Zinal VS
Einfach schön! Nicht umsonst hat die Reka hier ein Feriendorf.
www.reka.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

DIE SÜDOSTSCHWEIZ
AUSGABE GRAUBÜNDEN

7007 Chur
Auflage 7x wöchentlich 35'681

1075326 / 571.19 / 3'848 mm2 / Farben: 0 Seite 1 30.09.2008

18 Bewerber für einen «Milestone»

Chur. – 102 Tourismusprojekte aus der ganzen Schweiz bewerben sich dieses Jahr um den Tourismuspreis «Milestone». Allein aus Graubünden sind 18 Projekte im Rennen um den «Milestone» in diesem Jahr dabei. Unter anderem mit dabei sind «Graubünden – Das blaue Wunder», der digitale Stadtführer für Chur in zehn Sprachen, die Marke «graubünden» mit dem Steinbock als Aushängeschild und das dezentrale Hotel «Vnà» der Stiftung Fundaziun Vnà. Die Preisverleihung des diesjährigen «Milestone» findet am 10. November in Bern statt.

DIE SÜDOSTSCHWEIZ
Die Schweiz steht vor einer Rezession

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

DIE SÜDOSTSCHWEIZ
AUSGABE GRAUBÜNDEN

7007 Chur
Auflage 7x wöchentlich 35'681

1075326 / 571.19 / 58'518 mm2 / Farben: 0 Seite 5 30.09.2008

Die Schweizer Touristiker buhlen um eine Auszeichnung

Am kommenden Donnerstagabend werden die Nominationen für den diesjährigen «Milestone-Tourismuspreis Schweiz» bekannt gegeben. Unter den zahlreichen Bewerbungen befinden sich auch Projekte aus Graubünden.

Chur. – Der «Milestone» 2008 wird am Montag, 10. November, zum neunten Mal in Bern verliehen. Der Preis würdigt herausragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus und fördert Innovationen, Know-how-Transfer und Attraktivität der Destination Schweiz, wie es in einer Medienmitteilung heisst.

Die Auszeichnung ist mit insgesamt über 33 000 Franken dotiert und wird in den Kategorien «Nachwuchspreis», «Sonderpreis Nachhaltigkeit», «Lebenswerk einer Persönlichkeit» und «Herausragendes Projekt» vergeben. In diesem Jahr haben sich 102 Touristiker aus der ganzen Schweiz für den Tourismuspreis beworben.

Die Bündner Projekte im Überblick:

- **«Graubünden – Das blaue Wunder»**: Ernst Bromeis-Camichel, Initiant von «Graubünden – Das blaue Wunder»: Das Projekt hat den Einheimischen und den Gästen die Bedeutung des Wassers für die Gebirgskantone auf vielfältige Art und Weise näher gebracht.
- **Digitaler Stadtführer für die Stadt Chur**: Studenten der SSTH Passugg/Chur Tourismus: Der von Studenten der SSTH entwickelte Audioguide wurde im Auftrag von Chur Tourismus in insgesamt zehn Sprachen realisiert.
- **Direct Mailing für jeden Geschmack**: Peter J. Schönenberger und Michael Böhler, «Kulm Hotel & Alpin Spa» Arosa: Die Generationsgäste werden in vier verschiedene Cluster eingeteilt und erhalten so je nach Interesse unterschiedliche Prospekte.
- **Kunst im öffentlichen Raum**: Uwe Susanne Fassnacht, Arosa: Mit verschiedenen Aktivitäten wird Kunst einer breiten Öffentlichkeit zur Anregung und Diskussion zur Verfügung gestellt.
- **Audio-Tour durchs Skigebiet**: Franco Gilli, Corvatsch AG: In Zusammenarbeit mit iGuide Media wurde die erste geführte Audio-Tour durch das Skigebiet lanciert.
- **Grösste Hotel-Solaranlage der Schweiz**: Armin Bützberger, Hotel «Europa», St. Moritz: Durch die Nutzung von Sonnenenergie werden pro Jahr bis zu 50 000 Liter Heizöl und 120 Tonnen CO_2 eingespart.
- **Regionenmarke mit Steinbock**: Gieri Spescha, Graubünden Ferien: Die Regionenmarke «graubünden» wurde 2003 lanciert, seit 2007 mit dem Steinbock als Aushängeschild.
- **Erlebnis-Berg Savognin**: Leo Jeker, Savognin Bergbahnen AG: Die Sommer-Bergbahnstationen bieten Abfahrten für Sommer-Rollgeräte an.
- **Essen zum halben Preis**: Susanne Jörger und Rainer Flaig, Lenzerheide Bergbahnen AG: Gegen Vorweisen eines persönlichen Halbtax- oder Generalabos kann in allen bergbahneneigenen Restaurants für die Hälfte des regulären Preises gegessen werden.
- **Erstes dezentrales Hoteldorf der Schweiz**: Gisela Göttmann, Stiftung Fundaziun Vnà und Piz Tschütta AG: Das dezentrale Hotel «Vnà» sei ein

schweizweit beachtetes Modell für die naturnahe Entwicklung im Berggebiet.

- **Lehrlingstag in Lenzerheide**: Michaela Maissen, Lenzerheide Tourismus: Am Lehrlingstag schliessen sich Lernende verschiedener Berufe zusammen.
- **Luftseilbahn Rhäzüns-Feldis**: Peter Oeschger, Inauen-Schätti AG: Die neue Pendelbahn mit einer neuartigen «berührungslosen Spanngewichtsdämpfung» führt die Gäste – ohne Lärmbelästigung für die Anwohner – von Rhäzuns nach Feldis.
- «**Buy-to-use-and-let**»: Christoph Schmidt, Weisse Arena Gruppe: Das Hotel Resort «Rockresort» setzt neue Standards im Verkauf von Ferienwohnungen.
- **Tourismusrezeption**: Dani Koller, Engadin Scuol Tourismus: Die Tourismusrezeption stellt Gästen und Einheimischen möglichst viele Angebote der Grundversorgung an einem Punkt zur Verfügung.
- **Lej da Staz**: Projektgruppe Hotelknow-how-Forum: Das Konzept für die Neugestaltung und Neupositionierung des Hotel-Restaurants «Lej da Staz» in St. Moritz/Celerina wurde vom Hotelknow-how-Forum teilweise umgesetzt.
- **Schnellste Pendelbahn der Schweiz**: Martin Kreiliger, Bergbahnen Disentis AG: Ab der kommenden Wintersaison transportiert die neue und schnellste Pendelbahn der Schweiz die Gäste ins Disentiser Ski- und Wandergebiet.
- **Ein Herz für Tschiertschen**: TK0601, IST Zürich: «Ein Herz für Tschiertschen» ist ein Projekt sowohl für das Walserdorf als auch für die touristische und regionale Entwicklung.
- **Vom Feld auf den Tisch**: Giampietro Crameri, Poschiavo: Die Mitarbeiter des Projekts «Dal campo alla tavola» wollen die alpine kulinarische Tradition wieder aufleben lassen. *(so)*

Die Bedeutung des Wassers in den Mittelpunkt gestellt: Ernst Bromeis-Camichel, Initiant von «Graubünden – Das blaue Wunder», ist mit seinem aussergewöhnlichen Projekt für den «Milestone» nominiert. Bild Nadja Simmen

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Engadiner Post

7500 St. Moritz
Auflage 3x wöchentlich 8'792

1075326 / 571.19 / 2'374 mm2 / Farben: 0 Seite 1 30.09.2008

ESTSA voul Milestone 2008

Per la novavla jada vain organisada la concurrenza turistica svizra «milestone». Quella distincziun survegnan organisaziuns turisticas o persunas chi praistan alch extraordinari e cun ün effet positiv a lunga vista pel turissem in Svizra. Pel «milestone 2008» sun gnüts inoltrats 102 progets, tanter quels es eir il proget da l'Engiadina Scuol Turissem SA.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Engadiner Post

7500 St. Moritz
Auflage 3x wöchentlich 8'792

1075326 / 571.19 / 25'369 mm2 / Farben: 0 Seite 9 30.09.2008

ESTSA candidescha pel «milestone 2008»

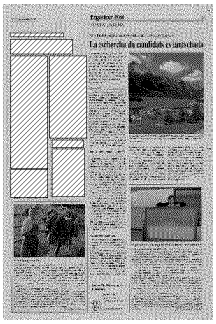
Proget exemplaric eir per otras regiuns

Cul premi turistic svizzer «milestone» vegnan undradas prestaziuns innovativas i'l sectur dal turissem. Ingon ha inoltrà Dani Koller da l'ENGIADINA Scuol Turissem SA il proget nomnà «Recepziun turistica».

(anr/fa) Il premi «milestone 2008» vain surdat quist on al principi da november a Berna per la novavla jada. «Quista distincziun ha il plü grond effet da tuot ils premis sül marchà turistic svizzer», disch Urs Wohler, il directer da l'ENGIADINA Scuol Turissem SA (ESTSA), «in dumonda vegnan progets innovativs chi han ün effet positiv a lunga vista pel turissem da quella regiun.» Per l'ESTSA ha inoltrà Dani Koller sco manader il proget nomnà «Recepziun turistica». Causa ch'el praista pel mumaint servezzan militar preschainta Wohler il proget.

Da l'on 2007 vaivan ils respunsabels da l'ESTSA examinà las pussibiltats d'unir las infuormaziuns pels giasts illa regiun da Susch fin Martina. Il böt d'eira tenor il directer da l'organisaziun da mantgnair in mincha cumün ün lö ingio cha'l giast survain infuormaziuns. Eir l'on passà da prümavaira vaivan lantschà la SAB (Gruppa svizra per las regiuns da muntogna) in collavuraziun culla Posta svizra il proget «Innovative Versorgungsnetzwerke in der Schweiz – Innov-Net»: Il böt es da spordscher a regiuns muntagnardas soluziuns per ün ulteriur svilup. «La proposta da la SAB da collavurar per chattar soluziuns vaina gugent acceptà.» Uschè ha realisà l'ESTSA duos progets parallelmaing: «Culs cumüns vaina pudü cunvgnir cha nus surpigliain ils impiegats dals büros d'infuormaziun existents, da maniera cha quels toccan uossa pro nos team», disch Urs Wohler, «e pels cumüns sainza büro d'infuormaziun vaina tscherchà oters models, sco a Susch la cumbinaziun da la butia Müller ed infuormaziun turistica.» A Guarda s'haja pudü chattar üna soluziun culla posta: La postenenta Sandra Dias dà sper il servezzan da la posta eir infuormaziuns als giasts. «I s'ha eir pudü redublar il temp d'avertüra da la posta e tilla mantgnair uschè in cumün.» A Tschlin ed a Ramosch as pudessa realisar tenor Urs Wohler il model Infuormaziun in butia.

Cun mantgnair eir i'ls cumüns butias e postas vain mantgnüda la vita in cumün. «Per famiglias giuvnas chi's vöglian domiciliar illa regiun sun ils cumüns cun butia e posta plü attractivs co ils oters», manzuna Urs Wohler. Quist augmaint d'attractività as poja ragiundscher tenor el cun lur proget. «Quai ed eir il fat cha regiuns muntagnardas scoil Gomss'interessan per nos proget es stat il motiv cha nus vain inoltrà quist a la concurrenza 'milestone'.» Als 2 october vegna dat cuntschaint quals progets chi rivan illa tscherna plü stretta. Sch'el conguala ils progets inoltrats schi ha il proget da l'ESTSA a seis avis «daplü substanza ed importanza per üna regiun intera co per exaimpel la plü svelta pendiculara da la Svizra.»



Engadiner Post

7500 St. Moritz
Auflage 3x wöchentlich 8'792

1075326 / 571.19 / 25'369 mm2 / Farben: 0 Seite 9 30.09.2008

Da l'aua a specialitats culinaricas alpinas

Ingon s'han annunzchats 102 turistikers da tuot la Svizra pel premi «milestone». 18 da quels derivan dal Grischun. Tanter ils progets grischuns as chatta il «miracul blau» dad Ernst Bromeis chi ha rendü attent a l'importanza da l'aua, l'hotel decentral da Vnà, l'Hotel Europa a San Murezzan chi posseda il plü grond implant solar da la Svizra, la marca regiunala cullas cornas da capricorn da Gieri Spescha e Grischun Vacanzas o eir il proget «Dal campo alla tavola» da Giampietro Crameri da Poschiavo, il qual ha il böt da laschar reviver la tradiziun culinarica alpina.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

DIE SÜDOSTSCHWEIZ
AUSGABE GLARUS

7007 Chur
Auflage 7x wöchentlich 8'072

1075326 / 571.19 / 4'102 mm2 / Farben: 0 Seite 2 01.10.2008

Der Tourismuspreis Milestone

Glarus/Bern. – Der Milestone 2008 wird am Montag, 10. November, in Bern zum neunten Mal verliehen. Seit 2000 würdigt der Preis Innovationen, Wissenstransfer, herausragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus. Die Auszeichnung ist mit über 33 000 Franken dotiert und wird in den Kategorien Nachwuchspreis, Sonderpreis Nachhaltigkeit, Lebenswerk einer Persönlichkeit und Herausragende Projekte vergeben. In diesem Jahr haben sich 102 Projekte aus der Schweiz für den Tourismuspreis beworben – unter ihnen auch drei Projekte, bei denen Glarner mitwirken. *(nr)*

REGION

Glarner Projekte buhlen mit um Milestone-Tourismuspreis

Wie sich die Linthebene entwickeln soll

Argus Ref 32767868

ARGUS
ARGUS der Presse AG Küdigerstrasse 15 Postfach CH-8027 Zürich
Tel. 044 388 82 00 Fax 044 388 82 01 www.argus.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

DIE SÜDOSTSCHWEIZ
AUSGABE GLARUS

7007 Chur
Auflage 7x wöchentlich 8'072

1075326 / 571.19 / 3'260 mm2 / Farben: 0 Seite 1 01.10.2008

Glarner Anwärter auf Tourismuspreis

Glarus. – Die neue Gumenbahn, der Vierländerpass Meilenweiss mit Glarner Beteiligung und die von der Inauen-Schätti AG gebaute Bahn Rhäzüns–Feldis wollen ausgezeichnet werden: Sie haben sich für den Tourismuspreis Milestone 2008 beworben und warten nun gespannt, ob es ins Finale reicht. Im Jahr 2006 hatte der Preis bereits den Weg ins Glarnerland gefunden: Das Märchenhotel in Braunwald siegte in der Sparte Klein&Kreativ.

DIE SÜDOSTSCHWEIZ
SVP will sich nicht auf Blocher festlegen

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

DIE SÜDOSTSCHWEIZ
AUSGABE GLARUS

7007 Chur
Auflage 7x wöchentlich 8'072

1075326 / 571.19 / 51'093 mm2 / Farben: 0 Seite 2 01.10.2008

Glarner Projekte buhlen mit um Milestone-Tourismuspreis

Morgen Abend werden die Nominationen für den Milestone-Tourismuspreis 2008 bekannt gegeben. Dieser wird im November verliehen. Unter den vielen Bewerbungen sind auch Glarner Projekte.

Von Nathalie Rutz

Glarus. – Am 10. November wird in Bern entschieden, wessen Regal künftig der Schweizer Tourismuspreis Milestone 2008 ziert. Davor muss jedoch die Spreu vom Weizen getrennt werden: Aus den 102 eingegangenen Bewerbungen werden nur rund 20 Projekte für das Finale nominiert. Drei Eingaben mit Glarner Hintergrund wollen vorne mitmischen.

Glarner bewahren Nostalgie

Durch und durch glarnerisch ist die Bewerbung der Sportbahnen Braunwald, sie haben die neue Gumenbahn für den Milestone 2008 angemeldet. «Nachdem das Projekt der neuen Gumenbahn nicht ganz den Kriterien des Swiss Mountain Awards entsprach, hat man uns vorgeschlagen, uns für den Milestone zu bewerben», so Werner Bäbler, Geschäftsleiter der Sportbahnen Braunwald. Bäbler ist überzeugt, dass das Braunwalder Projekt einen Preis verdient: «Die Kombination aus nostalgischen Zweier-Sesseln und modernen Vierer-Gondeln ist einzigartig.»

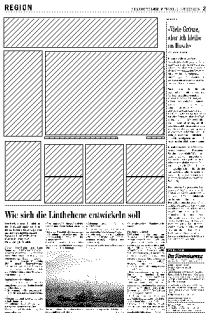
Rund 9 Millionen Franken seien in den Bau der neuen Gumenbahn geflossen, um alte und neue Transportmittel kombinieren zu können und eine weitere Sommerattraktion zu schaffen. «Und auch in die Bewerbung haben wir einiges an Arbeit investiert», so Bäbler. Sollte die Gumenbahn mit dem Milestone ausgezeichnet werden, erhofft er sich einen massgeblichen Werbeeffekt für die Tourismusdestination Braunwald.

Glarner bieten Meilenweiss

Ähnliches erhofft sich auch ein anderer Sportbahnen-Geschäftsführer. Für den Meilenweiss-Verbund wünscht sich Bruno Landolt von den Sportbahnen Elm eine Marktfestigung durch eine Milestoneauszeichnung. In der Schweiz gebe es einige Verbände, welche Skipässe für mehrere Gebiete anbieten. «Mit einem Milestone wollen wir uns hervorheben und beweisen, dass unser Angebot das Beste ist», so Landolt, der im Vorstand des Meilenweiss-Verbunds die Region Glarus vertritt.

Neben Elm und Braunwald sind 14 weitere Skigebiete aus vier verschiedenen Ländern Mitglied bei Meilenweiss, seit letztem Jahr sogar die Skihalle in Dubai. «Und es kommen laufend neue Gebiete hinzu», so Landolt, «Meilenweiss und Milestone – das passt doch auch gut zusammen».

Das dritte Projekt mit Glarner Wurzeln steht auf Bündner Boden. Die Luftseilbahn von Rhäzüns nach Feldis wurde von der Inauen-Schätti AG aus Schwanden errichtet. Weil sich die Bergstation der Bahn mitten im Wohngebiet befindet, war die Lärmbelastung bei der Planung ein wichtiges Thema. Dieses Problem habe man mit einer neuartigen, berührungslosen Spanngewichtsdämpfung gelöst, heisst es in der Bewerbung.



Entscheid am morgigen Abend

Ob die drei glarnerischen Projekte am 10. November auch tatsächlich um den begehrten Milestone zittern dürfen, entscheidet sich morgen Abend. Vergangene Preisanwärter wie der Landsplattenberg in Engi und das Märchenhotel «Bellevue» in Braunwald beweisen, dass Glarner Meilensteine keine Seltenheit sind.

Glarner Meilenstein? Die neue Gumenbahn bewirbt sich für den Milestone.

Archivbild Maya Rhyner

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ewo
Engadiner Wochenzeitung

7503 Samedan
Auflage 52x jährlich 17'000

1075326 / 571.19 / 119'452 mm2 / Farben: 3 Seite 1 01.10.2008

Innovationen im Tourismus

Für den diesjährigen «Milestone Tourismuspreis Schweiz» haben sich auch Bündner Projekte angemeldet, drei davon aus dem Engadin und dem Puschlav. Die ewo stellt auf den folgenden Seiten die Projekte vor: «Tourismus Rezeption» (Engadin Scuol Tourismus), Hotel Restaurant «Lej da Staz», St. Moritz (Hotelknowhow Forum) und «Dal campo alla tavola», Giampietro Crameri, Coordinatore DCAT, San Pietro/Poschiavo.

Das Projekt «Dal campo alla tavola» gibt Einblicke in die bäuerliche Kultur der Vergangenheit. Hier wird Buchweizen für Pizzoccheri gemahlen.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ewo
Engadiner Wochenzeitung

7503 Samedan
Auflage 52x jährlich 17'000

1075326 / 571.19 / 119'452 mm2 / Farben: 3 Seite 1 01.10.2008

Ideenreichtum für attraktiven Tourismus

Morgen Donnerstag werden die Nominationen für den «Milestone Tourismuspreis Schweiz» bekannt gegeben. Unter den Bewerbern befinden sich auch zwei aus dem Engadin und einer aus Poschiavo.

Von Barbara Paz Soldan

Insgesamt 102 Touristiker aus der ganzen Schweiz haben sich dieses Jahr angemeldet, 18 aus Graubünden. Mit dem Preis werden herausragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus ausgezeichnet. Dahinter steckt die Idee, Innovationen, Know-how-Transfer und Attraktivität der Destination Schweiz zu fördern. Über 33 000 Franken werden auf die Kategorien «Nachwuchspreis», «Sonderpreis Nachhaltigkeit», «Lebenswerk einer Persönlichkeit» und «Herausragendes Projekt» verteilt.

Museen für Feinschmecker

Die Initianten des Projekts «Vom Feld auf den Tisch» sind Gustavo Lardi, Presidente della Fondazione Museo Poschiavino in Poschiavo, und Giampietro Crameri, Presidente dell'Associazione Centro Preindustriale Aino, San Carlo. Es wird vom Regio-Plus-Projekt «Museen_Musei_Museums Graubünden» unterstützt. Thema ist die Ernährung und ihr Wandel in der Zeit. Das Projekt will das reiche kulinarische Erbe des südlichen Bergtals wieder aufleben lassen. Nicht nur theoretisch, sondern indem alle Sinne miteinbezogen werden. Die Besucher sollen direkt erleben, indem sie Speisen geniessen dürfen, die sie auf der offenen Feuerstelle oder im alten Brotofen selber zubereitet haben.

Nur das Beste wollen die beiden musealen Institutionen des bündnerischen Puschlavs den Besuchern in drei historischen Häusern auftischen. Denn neben den Pizzoccheri und dem Ringbrot wartet das Puschlav mit vielen weiteren Speisen der traditionellen Küche auf. Speziell angelegte Felder und Gärten ermöglichen einen Einblick in die bäuerliche Kultur der Vergangenheit, in vorindustrielles Handwerk die Verarbeitung der Grundnahrungsmittel wie Roggen, Gerste und Buchweizen.

Das Projekt will auch die Erforschung und Sammlung von materiellen und immateriellen Gütern im Bereich des regionalen Essens vorantreiben. Um so Synergien zu schaffen und mit einem gemeinsamen Programm Einheimischen, Schulen, Forschern sowie Touristen ein lebendiges Museum zu präsentieren. www.saraceno.ch, www.museoposchiavino.ch, www.mulinoaino.ch.

Hotelknowhow Forum vernetzt Hotel-Know-how

Im eingereichten Projekt wurde zusammen mit dem Hotelknowhow Forum herausgearbeitet, was man mit dem alten Hotel Restaurant «Lej da Staz» in St. Moritz/Celerina machen könnte. Jürg Mettler, Besitzer des Hotels «Misani» und Teilhaber zu 50 Pozent am «Lej da Staz» sowie operativer Leiter, ist selber überrascht über den Erfolg: «Die Studie war sehr umfangreich und visionär. Als ich im vergangenen Juni das «Staz» eröffnet habe, merkte ich, dass ich vieles, was die Arbeitsgruppe vorgeschlagen hatte, bereits habe einfliessen lassen.» Bei der Präsentation an der Hotelfachschule meinten die Dozenten damals, viele solcher Projekte würden nie umgesetzt – im Fall «Staz» sind schon rund 60 Prozent der Ideen realisiert worden und vom Markt mit Erfolg akzeptiert. «Und

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ewo
Engadiner Wochenzeitung

7503 Samedan
Auflage 52x jährlich 17'000

1075326 / 571.19 / 119'452 mm2 / Farben: 3 Seite 1 01.10.2008

dies ist der Grund, weshalb wir uns für den 'Milestone' beworben haben.»
Das «Lej da Staz» gehört zu den kleinen Gasthäusern. Diese haben es, laut Erik Roedenbeck, Vertreter der Projektgruppe Hotelknohow Forum, oftmals schwer, sich gegen Hotelketten, Hotels des Mäzenatentums oder Grossbauprojekte durchzusetzen.
Das Hotelknowhow Forum ist eine nicht kommerzielle Alternative der Unternehmensberatung für kleine und mittelgrosse Hotels/Restaurants. Praxisorientiertes Wissen aus der Privat- und Kettenhotellerie wird unter den Fachkräften ausgetauscht und vernetzt. Die Projektgruppe besteht aus fünf Mitgliedern, alles erfahrene Hotelfachleute, die den Nachdiplomstudiengang der Hotellerie Suisse/Hotelfachschule Thun zum Hotelmananger NDS HF absolvierten.
Und so kam eines zum andern: Auf der Suche nach einem Thema für eine Projektarbeit während des Studiengangs kontaktierte Roedenbeck also Mettler, der gleich begeistert war von der Idee, von angehenden Hotelmanagern wiederum sein Projekt bearbeiten zu lassen: die Neugestaltung und Neupositionierung des «Lej da Staz». Roedenbeck: «Überwältigt von der grossen Freude, die wir an der Arbeit hatten, hat sich die Gruppe entschlossen, das Netzwerk Hotelknowhow Forum zu gründen. Es geht bei dem Netzwerk, das noch in den Kinderschuhen steckt, darum, die Hotelvielfalt in der Schweizer Hotellerie zu erhalten.» www.htr-milestone.ch.

Gäste-Information neben Brot und Gemüse

Hinter der Bezeichnung Tourismus Rezeption verbirgt sich ein im Grunde einfaches, aber geniales Konzept. Tourismus Rezeption soll den Gästen sowie auch den Einheimischen möglichst viele Angebote der Grundversorgung wie Einkaufen, Geld Beziehen, Postdienstleistungen, Gäste-Information usw. an einem Punkt zur Verfügung stellen. Diese innovative Vernetzung soll gerade in kleinen Ortschaften helfen, die Angebote der Grundversorgung zu stärken und einen Abbau zu verhindern.
Vertreter der Interessengemeinschaft Engadin/Scuol haben an der Lösung für zukünftige Gäste-Informationsstellen im Unterengadin gearbeitet. Initiiert und begleitet wurde der Prozess durch das Projekt InnoV-Net der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für Berggebiete (SAB), der es ein grosses Anliegen ist, Angebote der Grundversorgung zu stärken.
Und so ist in Susch an zentraler Lage eine erste neuartige Gäste-Infostelle im Lebensmittelladen Treffpunkt eröffnet worden. Neben dem Verkauf von Lebensmitteln hat sich die Ladenbetreiber-Familie Müller auch auf das Anbieten von touristischen Leistungen spezialisiert. Dieses Modell von Gäste-Infostellen lässt sich zudem sehr kostengünstig und schnell realisieren und betreiben. Urs Wohler, Direktor von Engadin Scuol Tourismus AG: «In kurzer Zeit haben wir zwei weitere Modelle umgesetzt: die Gäste-Infostelle, die gleichzeitig auch die Postagentur führt (Modell Guarda), und die Gäste-Infostelle als selbständige Gäste-Beratungsstelle (Modell Sent und Ftan).»
Die Basis für diese Erfolgsgeschichte legte eine beispielhafte Zusammenarbeit der verschiedenen Behörden, Vereine und Organisationen sowie die gut organisierte Aufgabenteilung zwischen den politischen Gemeinden und der Engadin/Scuol Tourismus AG. «Dieses Projekt zeigt, dass die entscheidenden Schritte der kantonalen Tourismusreform an der Basis gemacht werden, was zwar nicht spektakulär ist, aber für den Prozesserfolg wichtig und entscheidend», so Wohler. www.engadin.com.
Auch wenn keines der drei Projekte unter den glücklichen Gewinnern sein sollte, ist es gut zu wissen, welche Anstrengungen für einen attraktiven Tourismus unternommen werden.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ewo
Engadiner Wochenzeitung

7503 Samedan
Auflage 52x jährlich 17'000

1075326 / 571.19 / 119'452 mm2 / Farben: 3 Seite 1 01.10.2008

Die Besucher der Idasoon in Poschiavo lernen, wie früher Getreide gemäht wurde.

Das Hotel Restaurant «Lej da Staz» hat eine Neugestaltung und Neupositionierung durch das Hotelknowhow Forum erfahren.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ewo
Engadiner Wochenzeitung

7503 Samedan
Auflage 52x jährlich 17'000

1075326 / 571.19 / 119'452 mm2 / Farben: 3 Seite 1 01.10.2008

Kinder backen Brot nach alter Väter Sitte.

Daniel Koller, Stv. Direktor der Estag (Engadin Scuol Tourismus AG) und Leiter aller Infostellen, zusammen mit Seraina Bickel, Gemeinderat Susch, Departement Tourismus.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Sarganserländer

8887 Mels
Auflage 5x wöchentlich 10'379

1075326 / 571.19 / 62'765 mm2 / Farben: 3 Seite 5 01.10.2008

Ein «Milestone» lockt die Touristiker

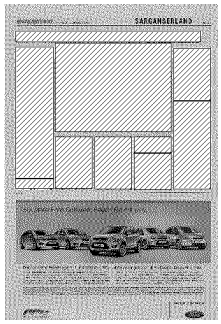
Morgen Abend werden die Nominationen für den «Milestone-Tourismuspreis Schweiz» 2008 bekannt gegeben. Unter den zahlreichen Bewerbungen befinden sich auch zwei Projekte mit Bezug zum Sarganserland.

Sarganserland. – Der «Milestone» 2008 wird am Montag, 10. November, in Bern zum neunten Mal verliehen. Der Preis würdigt herausragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus und fördert Innovationen, Know-how-Transfer und Attraktivität der Destination Schweiz, wie es in einer Medienmitteilung heisst.

Die Auszeichnung ist mit insgesamt über 33 000 Franken dotiert und wird in den Kategorien «Nachwuchspreis», «Sonderpreis Nachhaltigkeit», «Lebenswerk einer Persönlichkeit» und «Herausragendes Projekt» vergeben. In diesem Jahr haben sich 102 Touristiker aus der ganzen Schweiz für den begehrten Tourismuspreis beworben.

Einige Projekte bzw. deren offizieller Selbstbeschrieb im Überblick:

- **Flumserberg und Bank Linth – zwei Marken, ein Ziel:** Vertreten durch René Zimmermann, Bergbahnen Flumserberg AG und Robert Hangartner, Bank Linth AG: Zwei erfolgreiche, selbständige Marken aus unterschiedlichen Branchen, welche dieselben Werte vertreten, präsentieren sich mit diesem «Co-Branding» gemeinsam, bündeln damit ihre Marketingkraft und eröffnen gleichzeitig ihren Gästen, Kunden und Mitarbeitern neue Vorteile. Die grösste Regionalbank der Ostschweiz und das grösste Wintersportgebiet zwischen Zürich und Chur ergänzen sich – auch geografisch – ideal und setzen damit ein hohes Mass an Synergieeffekten frei.
- **Tarifverbund Meilenweiss:** Bruno Landolt, Tarifverbund Meilenweiss: Der Tarifverbund wurde vor fünf Jahren von den grössten Bergbahnen der Ostschweiz gegründet, mit dem Ziel, einen überregionalen Skipass zu schaffen. Von anfänglich 622 verkauften Tickets konnte innert fünf Jahren der Verkauf auf über 1 000 Tickets gesteigert werden. «Meilenweiss», dem u. a. die Schneesportgebiete Pizol, Flumserberg, Amden und Filzbach angehören, ist der grösste Tarifverbund der Schweiz und ist international tätig. Ein Schneepass sorgt mit vier Ländern, 18 Wintersportgebieten, 280 Bahnanlagen und über 800 Pistenkilometern für Überraschung deluxe! Kein Witz: Neu ist «Meilenweiss» sogar auf dem asiatischen Kontinent, in der Skihalle von Dubai, gültig.
- **Kindermuseum in St. Gallen:** Stiftung St. Galler Museen: Freche Farben haben das oberste Geschoss des Historischen und Völkerkundemuseums verwandelt und laden ein, die Museumswelt einmal auf eine ganz andere Art und Weise zu entdecken. Im neuen Kindermuseum machen Türchen und kleine Guckfenster, Fühlkästchen und Duftstationen neugierig. Man tritt näher, öffnet, tastet, riecht, probiert alles aus, lüftet Verborgenes. Hier bieten sich unzählige Möglichkeiten, miteinander aktiv zu werden und dabei das Leben von Kindern früher kennenzulernen. Das Kindermuseum möchte zum Austausch und zum Verständnis zwischen den Generationen anregen.
- **Säntisbahn, moderne Ticketinglösung:** Bruno Vattioni, Säntis-Schwebebahn AG: Einführung eines elektronischen Ticketingsystems, indem die Sihot-Kassensoftware als Ticketsystem erweitert, mit der Skidata-Zutrittslösung zusammengeführt, zusätzlich ausgebaut und unter Leitung des EDV-System- und Netzwerkspe-



zialisten implementiert wurde. Vorteile: Vollständig automatisierter Geldfluss, Potenzial für Personaleinsparungen, neue Möglichkeiten für Marketingaktivitäten, optimierte Gästeinformation.

- **«Graubünden – Das blaue Wunder»:** Ernst Bromeis-Camichel, Initiant von «Graubünden – Das blaue Wunder»: Das Projekt hat den Einheimischen und den Gästen die Bedeutung des Wassers für die Gebirgskantone auf vielfältige Art und Weise näher gebracht.
- **Digitaler Stadtführer für die Stadt Chur:** Studenten der SSTH Passugg/Chur Tourismus: Der von Studenten der SSTH entwickelte Audioguide wurde im Auftrag von Chur Tourismus in insgesamt zehn Sprachen realisiert.
- **Audio-Tour durchs Skigebiet:** Franco Gilli, Corvatsch AG: In Zusammenarbeit mit iGuide Media wurde die erste geführte Audio-Tour durch das Skigebiet lanciert.
- **Grösste Hotel-Solaranlage der Schweiz:** Armin Bützberger, Hotel «Europa», St. Moritz: Durch die Nutzung von Sonnenenergie werden pro Jahr bis zu 50 000 Liter Heizöl und 120 Tonnen CO_2 eingespart.
- **Regionenmarke mit Steinbock:** Gieri Spescha, Graubünden Ferien: Die Regionenmarke «graubünden» wurde 2003 lanciert, seit 2007 mit dem Steinbock als Aushängeschild.
- **Essen zum halben Preis:** Susanne Jörger und Rainer Flaig, Lenzerheide Bergbahnen AG: Gegen Vorweisen eines persönlichen Halbtax- oder Generalabos kann in allen bergbahneneigenen Restaurants für die Hälfte des regulären Preises gegessen werden.
- **Tourismusrezeption:** Dani Koller, Engadin Scuol Tourismus: Die Tourismusrezeption stellt Gästen und Einheimischen möglichst viele Angebote der Grundversorgung an einem Punkt zur Verfügung.
- **Schnellste Pendelbahn der Schweiz:** Martin Kreiliger, Bergbahnen Disentis AG: Ab der kommenden Wintersaison transportiert die neue und schnellste Pendelbahn der Schweiz die Gäste ins Disentiser Ski- und Wandergebiet.
- **Gumenbahn – weltweit einzigartig.** Werner Bäbler, Sportbahnen Braunwald AG: Das Gumengebiet ist im Sommer und im Winter der Hauptanziehungspunkt des autofreien Ortes Braunwald. Die altehrwürdige Sesselbahn auf den Gumen (Baujahr 1946) wurde abgebrochen. An ihrer Stelle entstand eine neue Anlage, bei der Nostalgieerhaltung einen grossen Stellenwert einnahm und ein aufwendiges Trassee einzuhalten war. *(hg/so)*

Mit «Meilenweiss» Platzhirsch in 16 Revieren sein: Der überregionale Skipass des von den grössten Ostschweizer Bergbahnen gegründeten Tarifverbundes reicht bis nach Dubai.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ST. GALLER
TAGBLATT
Stammausgabe
9001 St. Gallen
Auflage 6x wöchentlich 32'211

1075326 / 571.19 / 7'879 mm2 / Farben: 0 Seite 26 02.10.2008

Skipass bewirbt sich um Preis

Heute werden die Nominationen für den «Milestone 2008», den Schweizer Tourismuspreis, bekanntgegeben, der am 10. November vergeben wird – darunter auch St. Galler Projekte. Der Preis würdigt herausragende Leistungen und Projekte im Tourismus und fördert Innovationen, Know-how-Transfer und die Attraktivität der Destination Schweiz.

«Meilenweiss» überregional

Unter den Bewerbungen ist etwa der Tarifverbund «Meilenweiss», der grösste Verbund in der Schweiz, wie er sich nennt. Vor fünf Jahren von den grössten Ostschweizer Bergbahnen gegründet, will er einen überregionalen Skipass schaffen. Zum international ausgelegten «Meilenweiss» mit 18 Wintersportgebieten, 280 Bahnanlagen und über 800 Pistenkilometern gehören unter anderem die Skigebiete Pizol, Flumserberg, Amden und Filzbach. Neu ist der Skipass sogar in der Skihalle von Dubai gültig.

Ostschweizer Vorschläge

Auch das Kindermuseum St. Gallen im obersten Geschoss des Historischen und Völkerkundemuseums, die Säntisbahn mit einer moderner Ticketlösung und die Bergbahnen Disentis AG mit der schnellsten Pendelbahn der Schweiz bewerben sich um den «Milestone». (red.)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

20 minuten
St. Gallen
8021 Zürich
Auflage 5x wöchentlich 44'647

1075326 / 571.19 / 11'460 mm2 / Farben: 3 Seite 5 03.10.2008

Appenzeller Projekte sind top

APPENZELL. Der Schweizer Hotelierverband hat die 20 besten Tourismus-Projekte nominiert. Darunter sind gleich zwei aus dem Appenzellerland.

Eine Geurmettour der anderen Art bietet die Appenzeller Genuss-Safari 2008. Zu Fuss, mit Bahn und Bus sowie auf einem Ochsenwagen werden den Teilnehmern Kulinarisches und Kultur nähergebracht. Die Reise beginnt in Teufen und führt nach Speicherschwende, Gais, Urnäsch, Trogen, Speicher und wieder zurück nach Teufen. An verschiedenen Stationen werden Appenzeller Spezialitäten angeboten, Museen besucht, Biber gebacken, Brettchen geschnitzt oder Hackbrettmusik gespielt. «Es läuft super, wir planen bereits das nächste Jahr», sagt Herbert Sidler von der Genuss-Safari. Die Safari ist in der Kategorie «Herausragendes Projekt» für den Milestone, den Tourismuspreis der Schweiz, nominiert worden. Die Auszeichnung wird von Hotelleriesuisse verliehen. Bloss 20 Projekte erlangten eine Nomination – darunter ein weiteres Appenzeller Projekt, das Reka-Feriendorf in Urnäsch. Es ist für den Sonderpreis Nachhaltigkeit im Rennen. «Mit dem Reka-Feriendorf ist Urnäsch die Symbiose zwischen Landwirtschaft und Tourismus gelungen», so Jury-Mitglied Elsbeth Hobmeier. **sei**

Für Preis nominiert: Appenzeller Genuss-Safari.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

BERNER OBERLÄNDER

3602 Thun
Auflage 6x wöchentlich 23'057

1075326 / 571.19 / 5'278 mm2 / Farben: 3 Seite 1 03.10.2008

«MILESTONE»

Gstaad 2 Mal im Finale

Der «White Bull» und «www.yourgstaad.ch» sind für den Schweizer Tourismuspreis «Milestone» nominiert.

Gstaad ist am diesjährigen Wettbewerb um den Gewinn des Schweizer Tourismuspreises «Milestone» gleich 2 Mal vertreten. Mit dem Zug «White Bull», der künftig Wintersportler von Bern direkt nach Zweisimmen transportiert, und der Internetseite www.yourgstaad.ch, welche ein einzigartiges Angebot für Gastro-Angestellte ist.

Unter den insgesamt 104 Bewerbungen fanden sich 9 weitere Innovationen aus dem Oberland. Der Preis der Branchenzeitschrift «hotelrevue» würde mit einem Gstaader Gewinner nicht zum ersten Mal ins Oberland gehen.

FAG

BERNER OBERLÄNDER
Merz kehrt zurück

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

BERNER OBERLÄNDER

3602 Thun
Auflage 6x wöchentlich 23'057

1075326 / 571.19 / 80'477 mm2 / Farben: 3 Seite 21 03.10.2008

MILESTONE: «WHITE BULL» UND «YOURGSTAAD.CH» HABEN GEWINNCHANCEN

Zwei Gstaader Projekte im Finale

Neun Oberländer Tourismusprojekte wurden eingereicht, zwei Simmentaler Innovationen haben eine Chance auf den Hauptpreis: Der wichtigste Schweizer Tourismuspreis «Milestone» wird wieder verliehen.

Der Schweizer Tourismus ist innovativ: Insgesamt 104 Bewerber wollten in diesem Jahr den Schweizer Tourismuspreis «Milestone» gewinnen, neun Projekteingaben stammen aus dem Berner Oberland. Die Jury der Branchenzeitschrift «hotelrevue» hat 20 Bewerber in die engere Auswahl gewählt. Darunter zwei Simmentaler Projekte: den Schnellzug «White Bull» und die Webseite www.yourgstaad.ch. Das Geheimnis, wer einen der vier mit insgesamt 33 000 Franken dotierten Preise gewinnt, wird am 10. November im Kultur-Casino Bern gelüftet.

Bern–Zweisimmen direkt

«Wir schaffen mit dem ‹White Bull› eine echte Alternative», ist Ruedi Schenk, Präsident der Vereinigung Bergbahnen Gstaad, überzeugt. Der BLS-Zug befördert Wintersportler von Spiez direkt zum Bahnhof Zweisimmen, gegenüber dem sich die Talstation des Skigebiets Gstaad Mountain Rides befindet.

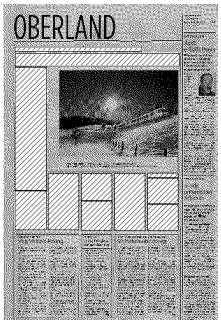
«Der ‹White Bull› ist etwas Einmaliges und soll vor allem Junge dazu anspornen, das Auto zu Hause zu lassen», sagt Ruedi Schenk. «Wir können so eine CO_2-neutrale und staufreie Beförderung ins Skigebiet anbieten.» Ausserdem ist der Zug mit einem Barwagen ausgestattet, womit das Wintersporterlebnis auf der Hinfahrt beginnen und auf der Rückfahrt anhalten soll. Ab diesem Winter verkehrt der «White Bull» direkt vom Bahnhof Bern-Weissenbühl über das Gürbetal nach Thun, Spiez und Zweisimmen.

Das zweite nominierte Projekt aus dem Simmental ist Angestellten im Gastrobereich gewidmet: die Internetseite www.yourgstaad.ch. «Die Webseite ermöglicht es unseren Mitarbeitern, sich zu vernetzen», sagt Laurenz Schmid, Präsident des Hoteliervereins Gstaad-Saanenland. Das Angebot stellt Gastroarbeitern alle nötigen Informationen zum Leben und Arbeiten in Gstaad zur Verfügung, wie etwa zu Logis, Aufenthaltsbewilligung, Weiterbildung bei sogenannten Topshots oder zu freien Arbeitsstellen. Schmid: «Unsere Absicht ist es, dass die Arbeitnehmenden Gstaad nicht nur als Arbeitsort, sondern auch als ihr persönliches Umfeld anschauen.»

Mehr Bekanntheit

Nicht zum Kreis der 20 Nominierten gehört unter anderem die Wiedereröffnung der Alpbachschlucht in Meiringen. Stefan Gurtner von Haslital Tourismus: «Wir haben nicht unbedingt mit der Nomination gerechnet.» Mit der Eingabe des Projekts erhoffte er sich eine Steigerung des Bekanntheitsgrads der während über 50 Jahren für den Besucher unzugänglichen Schlucht. «Wir wollten auf diese Weise auch den vielen freiwilligen Helfern danken, die die Wiedereröffnung erst möglich gemacht haben.»

Die Auszeichnung «Milestone» wird seit dem Jahr 2000 an Firmen und Personen aus der Schweiz vergeben, die im Tourismus entweder persönliche Leistungen ausweisen oder spezielle Projekte verwirklicht haben. Unterstützt wird der Preis vom Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) und vom Schweizer Tourismus-Verband. Laut der «hotelrevue» soll mit der Auszeichnung die Vermittlung von Know-how und damit die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusdestination Schweiz gefördert werden. Dieses Jahr gibt es erstmals vier Auszeichnungen und zwar für herausragende Projekte, einen Nachwuchspreis, den Sonderpreis



Nachhaltigkeit und ausserdem wird eine Persönlichkeit für ihr Lebenswerk geehrt.

«Rechnen mit Chancen»

Die beiden Simmentaler Projektbetreuer sind zuversichtlich für ein gutes Abschneiden ihrer Eingaben: «Der ‹White Bull› trifft den Nerv der Zeit. Es ist ein ökologisches Projekt», sagt Ruedi Schenk. «Wir rechnen uns Chancen aus.» Auch Laurenz Schmid sieht der Verleihung optimistisch entgegen: «Unser Projekt ist, wie wir nach einigen Nachforschungen herausgefunden haben, weltweit einzigartig.»

FABIAN VON ALLMEN

Der «White Bull» unterwegs auf dem Gleis zum Hauptgewinn? Die direkte Bahnverbindung Spiez–Zweisimmen ist für den Schweizer Tourismuspreis «Milestone» nominiert.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

BERNER OBERLÄNDER

3602 Thun
Auflage 6x wöchentlich 23'057

1075326 / 571.19 / 80'477 mm2 / Farben: 3 Seite 21 03.10.2008

DIE NOMINIERTEN

Von Vnà bis Peking

Neben den Gstaader Projekten sind für den Hauptpreis nominiert:

- Schweiz-Mobil: Hat sich zum Ziel gemacht, für die verschiedensten Aktivitäten wie Velofahren, Wandern oder Kanufahren eine einheitliche Signalisation auszuarbeiten.
- Stanserhorn: Naturkundige Ranger weihen Touristen in die Geheimnisse der Bergwelt und ihrer Bewohner ein.
- Vnà: Das Bündner Bergdorf hat das Gasthaus zur Reception und die Wohnhäuser zu Hotelzimmern umgebaut.
- Graubünden: Der Kanton vermarktete sich erfolgreich mit dem Steinbock als Aushängeschild.
- Luzern: Die Stadt nutzte die Olympischen Spiele in Peking erfolgreich als Werbeplattform für Touristen und Geschäftsleute.
- Zürich: Während der Euro 08 übernahm Zürich-Tourismus das Marketing für die ganze Stadt.
- Snowsports: Die Swiss Snow Weeks sollen den Wintersport fördern und wieder zu einer Aktivität der ganzen Familie machen.
- «Schweizerhof», Luzern: Das Hotel veranstaltet regelmässig Kulturanlässe in grossem Stil.
- Gnoss-Safari, Appenzell: ein Streifzug durch Appenzeller Kultur und Kulinarik mit Reiseleitung.
- Rockresort, Laax: Im Hotel-Resort werden kalte Betten durch Weitervermietung vermieden.
- Bed & Breakfast: Klare Qualitätskriterien schaffen Transparenz für die Gäste.
- Erlebnis Schweiz: Organisiert spezielle Erlebnisse für Gruppen und Firmen. **fag**

OBERLAND

Diese Projekte gingen leer aus

Folgende neun Bewerbungen aus dem Berner Oberland sind aus dem Rennen:

- Aktion Kandertaler Kids auf die Ski!, Adelboden.
- Wiedereröffnung Alpbachschlucht, Meiringen.
- Alpenbad Adelboden, Adelboden.
- Alpines Kulinarium Adelboden, Adelboden.
- Männlichenbahn goes Oranje, Grindelwald.
- First-Flieger – der Traum vom Fliegen wird wahr, Grindelwald.
- Götti-System Berner Bergbahnen, Christoph Egger.
- Victoria-Jungfrau-Collection – VJC Kinderpass, Interlaken.
- Volunteer Center Bern by Berner Oberland, Adelboden Tourismus. **fag**

GEWINNER AUS DEM BERNER OBERLAND

Sie haben überzeugt

- Im Jahr 2000 wurde die verkehrsfreie Promenade im Gstaader Dorfkern ausgezeichnet. Eine Umfahrungsstrasse mit Tunnel, ein feines Netz von Zufahrtsmöglichkeiten bis nahe an den Dorfkern sowie ober- und unterirdische Parkplätze sind die Hauptelemente dieses 48-Millionen-Projektes.
- Im Jahr 2003 wurde der Mystery Park in Matten für die Schaffung eines «emotionalen und realen Mehrwerts» für die Region Interlaken ausgezeichnet. Er schaffe «neue Arbeitsplätze, Bedarf an Waren und Dienstleistungen» und sorge «für die Akquisition neuer Gäste für die Hotellerie».
- Im Jahr 2005 wurde Jungfrau Winter für das Angebot «Samstags fahren Kinder gratis» mit dem «Milestone» geehrt. Das Angebot leiste einen «aktiven Beitrag zur Nachwuchsförderung», was dringend nötig sei, denn der Wintersport sei «ein Verdrängungsmarkt mit rückläufiger Nachfrage».
- Im Jahr 2006 gehörte das Projekt «SAC-Hütten – Vom Unterschlupf zur modernen Bergunterkunft» zu den Gewinnern. Es fand im Rahmen des Schweizer-Alpen-Club-Jahres der Hütten statt und umfasste 120 Veranstaltungen kultureller, gastronomischer oder sportlicher Art in

über 70 SAC-Hütten. Preisträger war Bruno Lüthi, Bereichsleiter Hütten SAC.

• Im vergangenen Jahr ging der Preis an die «Handy Safari», ein interaktives Entdeckungsspiel per Mobiltelefon. Als einziger Ort im Oberland war die Lenk Durchführungsort – und somit Preisträger.

fag

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

BERNER ZEITUNG BZ
Ausgabe Stadt+Region Bern/Nord
3001 Bern
Auflage 6x wöchentlich 29'677

1075326 / 571.19 / 3'497 mm2 / Farben: 0 Seite 31 03.10.2008

GSTAAD

Zwei Projekte im Finale

104 Bewerber wollten in diesem Jahr den Schweizer Tourismuspreis «Milestone» gewinnen, 9 Projekteingaben stammen aus dem Berner Oberland. Die Jury der Branchenzeitschrift «hotelrevue» hat 20 Bewerber in die engere Auswahl gewählt. Darunter sind 2 Simmentaler Projekte: der Schnellzug «White Bull» und die Webseite www.yourgstaad.ch. Der Preis wird am 10. November im Kultur-Casino Bern vergeben. FVA

RUNDSCHAU
Sicherheitsdienst bleibt vorerst

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 2'204 mm2 / Farben: 0 Seite 1 03.10.2008

Geht der Milestone nach Graubünden?

Von den rund 20 Bündner Projekten, die sich um den diesjährigen Milestone beworben haben, sind noch vier im Rennen. Drei davon haben die Chance, den begehrten Hauptpreis zu gewinnen. Ein Projekt wurde für die Kategorie Nachwuchs nominiert. ▸Seite 3

Bündner Tagblatt
Regierung will keine «Katze im Sack»
Engadiner Bauer dabei

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 18'133 mm2 / Farben: 0 Seite 3 03.10.2008

Vier Projekte buhlen um Milestone

Von den rund 20 für den Milestone-Preis eingereichten Projekten sind vier von der Jury nominiert worden.

Wird Vnà als erstes dezentrales Hotel-Dorf mit dem Milestone ausgezeichnet? Die Chancen sind intakt. (bt-Archiv)

Von der Appenzeller Genuss-Safari bis zum Hoteldorf Vnà: 20 Projekte sind von der Jury ausgewählt und für den Milestone-Tourismuspreis Schweiz nominiert worden. Diese wichtigste Auszeichnung der Branche würdigt seit dem Jahr 2000 herausragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus. Sie wird am 10. November in Bern verliehen.

Die 20 nominierten Projekte stammen aus den verschiedensten Landesgegenden und aus unterschiedlichen Themenbereichen. Aus dem Kanton Graubünden wurden vier Projekte nominiert. Das Projekt *Lehrlingstag Lenzerheide* von Lenzerheide Tourismus ist beim Nachwuchspreis im Rennen. Beim Sonderpreis Nachhaltigkeit sind keine Bündner Projekte nominiert worden. Dafür bestehen Chancen, dass ein Bündner Bewerber in der Kategorie «Herausragendes Projekt» gewinnen wird. Nominiert wurden die Marke «graubünden», das erste dezentrale Hotel-Dorf der Stiftung Fundaziun Vnà und Piz Tschütta AG in Vnà, das rocksresort der Weisse Arena Gruppe in Laax. Der Tourismuspreis Schweiz steht laut Medienmitteilung für Innovationen, Förderung von Know-how-Transfer, Attraktivität der Destination Schweiz und Image für die Tourismuswirtschaft. *(bt)*

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Jungfrau Zeitung

3855 Brienz BE
Auflage 2x wöchentlich 2'746

1075326 / 571.19 / 18'129 mm2 / Farben: 0 Seite 9 03.10.2008

Pleite vom Vorjahr wiederholt sich

Bei den 20 nominierten Projekten fehlt der Mikrokosmos Jungfrau

BEAT KOHLER

Von der Appenzeller Genuss-Safari bis zum Hoteldorf Vna: 20 Projekte wurden von der Jury ausgewählt und sind für den «Milestone. Tourismuspreis Schweiz» nominiert. Wie schon im vergangenen Jahr geht der Mikrokosmos Jungfrau am 10. November komplett leer aus.

■ **Milestone** – Die Schlagzeile vom vergangenen Jahr könnte ohne Änderung übernommen werden: kein Milestone für ein innovatives Tourismusprojekt wird in den Mikrokosmos Jungfrau vergeben. Das ist bereits klar, nachdem am Donnerstag, 2. Oktober, die 20 Nominierten bekannt gegeben wurden. Bis zum offiziellen Schlusstermin der Ausschreibung am 31. August gingen 104 Bewerbungen ein. Dies sind laut dem Veranstalter mehr denn je, seit der «Milestone» vor acht Jahren zum ersten Mal ausgeschrieben wurde. Zu den bisherigen Hauptpreisen gesellt sich 2008 neu ein Umweltpreis, der nachhaltige, energiesparende Projekte speziell auszeichnen wird. Die vier Preiskategorien des Milestone sind mit insgesamt 33'000 Franken dotiert. Zu ihnen gehört ein Preis für ein herausragendes Projekt, ein Nachwuchspreis, ein Sonderpreis Nachhaltigkeit und ein Preis für das Lebenswerk einer Persönlichkeit. Die Kriterienliste erfüllt haben laut Jury 14 Anwärter auf den Titel «herausragendes Projekt» und je drei für den Nachwuchspreis und den Sonderpreis Nachhaltigkeit. Die Fachjury setzt sich aus Elsbeth Hobmeier, Chefredaktorin htr hotel revue, Mario Lütolf, Direktor Schweizer Tourismusverband STV, und Richard Kämpf, Chef Ressort Tourismus SECO, zusammen. Die fünf eingereichten Projekte aus dem Mikrokosmos Jungfrau sind bei ihr nicht in die engere Wahl gekommen. Zu ihnen gehörten die Alpbachschlucht in Meiringen, die Oranje-Gondeln der GGM, der First-Flyer, das Minimuseum Mürren und der Kinderpass der Victoria-Jungfrau Collection.Im 2003 gewann der Mystery Park den steinernen «Tourismus-Oskar», der im Jahr 2000 ins Leben gerufen worden ist. Initiantin waren die «htr hotel revue» und das Staatssekretariat für Wirtschaft seco und der Schweizer Tourismusverband und der Hotela arbeiten mit. Die nach Angaben der Veranstalter «wichtigste Auszeichnung der Branche» wird für die Auslösung und Umsetzung von Innovationen, für die Förderung und Weitervermittlung von Know-how, für die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Destination Schweiz und die Öffentlichkeitsarbeit für die Tourismuswirtschaft vergeben. Die prämierten Projekte förderten den Marktwert des Unternehmens und erfüllten die Mitarbeitenden mit Stolz auf ihre erbrachten Leistungen. Der Milestone soll für die gesamte Branche Ansporn sein, immer wieder Neues zu erschaffen. Er wird zum 9. Mal am 10. November im Kultur-Casino Bern verliehen.

Nr. 88926, online seit: 2. Oktober – 14.50 Uhr

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ST. GALLER
TAGBLATT
Stammausgabe
9001 St. Gallen
Auflage 6x wöchentlich 32'211

1075326 / 571.19 / 12'572 mm2 / Farben: 0 Seite 27 04.10.2008

Appenzeller Projekte auf Preiskurs

Drei Ostschweizer Projekte überzeugten die Fachjury im Milestone-Wettbewerb der Schweizer Tourismusbranche – total wurden 20 Projekte nominiert.

Die Fachjury aus hotel revue, dem Schweizer Tourismusverband und dem Seco wählte aus 108 Bewerbungen aus, darunter elf aus der Ostschweiz. Der wichtigste Tourismuspreis wird am 10. November verliehen.

Nominiert in der Sparte Nachhaltigkeit ist das im Frühling eröffnete Reka-Feriendorf Urnäsch. Laut Projektbeschrieb werden hier «neue, intensive Wege in der Verknüpfung zwischen Tourismus und Gastgeberregion» gesucht. Das Rekadorf bringt der strukturschwachen Region mit jährlich 7000 Gästen und 50 000 Logiernächten substanzielle Wachstums- und Entwicklungsimpulse.

In der Sparte «herausragend» wurde die «Appenzeller Genuss-Safari 2008» der Gemeinschaft etablierter Gastrobetriebe Appenzellerhof nominiert. Zu Fuss, mit Bahn und Bus wird den Teilnehmern Kulinarisches und Brauchtum nähergebracht. Die Rundreise führt von Teufen in sieben Etappen über Speicher zurück nach Teufen.

Ebenfalls in der Kategorie «herausragend» figuriert das «rocks-resort» der Weissen Arena Gruppe an der Talstation Laax. Mit dem Konzept «Kaufen, selber nutzen und restliche Zeit vermieten» werden kalte Betten vermieden.

Bei den Nominationen nicht berücksichtigt wurden die Ticketlösung bei der Säntisbahn, der Tarifverbund Meilenweiss, die MS Sonnenkönigin auf dem Bodensee, das Kindermuseum St. Gallen sowie die Verbindung von Flumserberg und Bank Linth. (cz)

www.htr-milestone.ch

Teufen gönnt sich Gutes

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

montagna

3001 Bern
Auflage 10x jährlich 4'000

1075326 / 571.19 / 76'778 mm2 / Farben: 3 Seite 13 06.10.2008

Il Monte Tamaro

e la conversione al turismo estivo

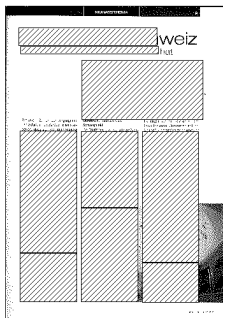
Cinque anni fa era una stazione invernale in difficoltà; oggi, grazie a scelte coraggiose e lungimiranti, il Monte Tamaro – sopra Rivera, al centro del Canton Ticino – è una destinazione turistica estiva dinamica, con conti in salute (80000 franchi di utile nel 2007), il cui nome comincia ad essere conosciuto anche nella vicina Italia. Vi raccontiamo come, salutata la neve e smantellati gli skilift, la società che gestisce la montagna ha saputo disegnarsi un futuro di sicurezza e successo.

Oliver Broggini, Via al Mulign 4, 6653 Verscio

I fattori all'origine della decisione – presa tutt'altro che a cuor leggero dal Consiglio d'amministrazione della Tamaro SA – furono sostanzialmente tre. Oltre ai crescenti problemi legati all'insicurezza dell'innevamento, particolarmente sentiti sul Monte Tamaro, dove gli impianti di risalita si trovavano a una quota compresa tra i 1200 e i 1600 metri, sin dalla fine degli anni '90 emersero infatti altri due fenomeni tali da imporre un ripensamento. «Da un lato», ci ha spiegato il presidente del CdA Rocco Cattaneo, «la concorrenza, anche da fuori Cantone, era cresciuta; località a solo un'ora e mezza di macchina si stavano rivelando sempre più attraenti, anche considerato il cambiamento di mentalità della clientela.» La clientela, ovvero il terzo fattore: «Ci accorgemmo che le abitudini del pubblico si stavano velocemente allontanando dal modello tradizionale della ‹sciata di giornata›, a favore di soggiorni più lunghi in località ben più attrezzate della nostra.» «Anche con condizioni perfette di meteo e neve», ricorda il presidente, «ci trovavamo così a non registrare sulle piste le affluenze abituali fino agli anni '80.»

La decisione di cambiare

A questo trittico di problemi si aggiunse, poco dopo l'ingresso negli anni Duemila, una scadenza chiave: la revisione completa degli impianti di risalita, in funzione sin dall'avvio dell'attività invernale sul Tamaro, nell'inverno del 1971; un investimento importante, con prospettive di successo incerte, che diede la spinta finale per la rivoluzione. E di rivoluzione si trattò a tutti gli effetti, dato che il passo compiuto sulla montagna sottocenerina – rinunciare all'ammodernamento degli impianti, smantellare gli skilift e optare per una «multistagione» da Pasqua a ottobre – non aveva precedenti nell'arco alpino svizzero. «La nostra scelta», ricorda Rocco Cattaneo, «fu di far valere le nostre indiscusse qualità, soprattutto lo scenario naturale e l'ottima accessibilità stradale e ferroviaria, con un pac-



chetto di proposte turistiche innovative.» Comunicata all'assemblea, nell'ottobre del 2003, la decisione di rinunciare alla stagione invernale, la Tamaro SA fece così partire da subito un piano che si concretizzò in una serie di iniziative all'avanguardia, nella scia di quanto già promosso nel 1996, con la costruzione di una chiesa in pietra firmata dall'arch. Mario Botta.

Iniziative all'avanguardia

Primi tasselli del rilancio furono uno scivolo estivo su rotaia, lungo 800 metri, e di un «Parcoavventura»: ovvero, di una serie di 45 piattaforme sospese nel bosco, ad altezze variabili, collegate tra loro da un sistema di passerelle e giochi con differenti livelli di difficoltà. Negli anni successivi, mentre lo smantellamento degli skilift procedeva senza rimpianti, si sono aggiunti all'offerta ricreativa anche la corda tirolese più lunga della Svizzera – un filo d'acciaio in pendenza, lungo il quale scendere assicurati a una carrucola – e un nuovo parco giochi sull'alpe Foppa. In aggiunta a tali investimenti, il Monte Tamaro puntò forte sulla mountain bike, raccogliendo l'eredità dei Campionati mondiali di specialità ospitati proprio nel 2003.

Le cifre del risanamento

La coraggiosa manovra avviata cinque anni fa dal CdA, con uno sguardo retrospettivo, è stata premiata dal pubblico, e non solo; nel 2006, giunse da Svizzera turismo la «nomination» per il premio Milestone, con l'inserimento del progetto ticinese tra i 15 migliori a livello nazonale. «Il bilancio è senz'altro positivo», può così affermare oggi il presidente, che di quando in quando viene invitato a presentare il «Modello Tamaro» a convegni o ai colleghi di altre stazioni invernali in difficoltà; «la nostra attività è diventata più sicura, e la quarta stagione del nuovo corso si è chiusa con cifre interessanti». Già nel 2005, che era stato definito «anno zero» per il Monte Tamaro, i visitatori erano aumentati del 36% rispetto alla stagione precedente; gli esercizi seguenti hanno confermato tale tendenza, e ora il flusso annuo si è stabilizzato a poco meno di 110 mila ospiti. Un assestamento delle presenze che si è accompagnato al risanamento delle finanze. Con una manovra da 10 milioni di franchi, che ha coinvolto azionisti, banche e Cantone, nel febbraio del 2005 vennero azzerati tutti i debiti della Tamaro SA, ed ebbe così il via libera anche il piano di investimenti da oltre due milioni per dare corpo alle nuove iniziative estive.

Iniezione di visibilità

Una storia di coraggio e successo, che non è ancora finita. Nei prossimi anni, attraverso un investimento da oltre 40 milioni di franchi, sul piazzale di partenza della funivia per il Monte Tamaro dovrebbe sorgere un grande Parco acquatico; una struttura di sicuro richiamo, dalla quale la montagna si attende una nuova iniezione di visibilità turistica.

ZUSAMMENFASSUNG

Monte Tamaro – historische Winterstation in Sommerstation umgewandelt

Vor fünf Jahren steckte die Winterstation Monte Tamaro in grossen Schwie-

rigkeiten. Der Schneemangel hatte zu einem massiven Einbruch der Gästefrequenzen geführt. Heute jedoch ist dank mutig und weitblickend getroffenen Entscheidungen Monte Tamaro (oberhalb von Rivera, mitten im Tessin gelegen) eine reizvolle Sommerstation mit einer positiven fianziellen Lage. Damals vor fünf Jahren hatte die Monte Tamaro SA beschlossen, den Winterbetrieb definitiv einzustellen. Die Konkurrenz der benachbarten Winterstationen und die geänderten Gewohnheiten der Besucher, die nicht mehr nur für einen Tag zum Skifahren kommen wollen, sondern lieber ein ganzes Wochenende in einer dafür besser gerüsteten Station verbringen, hatte den Ausschlag für diesen Entschluss gegeben. Ausserdem wusste man auch, dass die Skianlagen, die aus dem Jahr 1972 stammen, erneuert werden müssten.

Ab Oktober 2003 wurde die neue Richtlinie befolgt und Monte Tamaro in eine Sommerstation umgewandelt. Um Sommerferiengäste anzuziehen, wurde u.a. auf der Alpe Foppa ein Parcours für Mountain Bike gebaut, ein Adventure Park an der Mittelstation und die Kirche Santa Maria degli Angeli, von dem bekannten Architekten Mario Botta geplant.

Das mutige Manöver hat sich gelohnt. Schon 2005 war die Gästefrequenz um 36% gestiegen. 2006 wurde Monte Tamaro für den Preis «Milestone» nominiert. Und es geht noch weiter: Es befindet sich ein Projekt für einen Aquapark (40 Mio. Franken) an der Endstation der Gondelbahn in Planung.

RÉSUMÉ

Monte Tamaro devient une station d'été

Il y a cinq ans, la station d'hiver du Monte Tamaro a connu d'importants problèmes financiers, en raison du manque d'enneigement. Les amateurs de glisse se sont ainsi tournés vers d'autres domaines skiables. Aujourd'hui, grâce à de courageuses décisions, Monte Tamaro (au-dessus de Rivera) est devenu un site estival prospère (80000 francs de bénéfice net en 2007). Il y a environ cinq ans, les responsables de la station ont décidé de fermer les installations de ski. Les raisons de cet abandon: la concurrence des stations voisines, l'engouement des skieurs pour des régions proposant des séjours de courte durée (week-end), ainsi que le manque de fonds nécessaires au renouvellement des installations vieillissantes.

Dès 2003, la station tessinoise s'est reconvertie dans le tourisme d'été. Plusieurs infrastructures estivales ont été créées pour attirer les vacanciers (parc aventure, grande tyrolienne, parcours pour VTT, etc.). Cette reconversion a été appréciée par le public. En 2005, la fréquence touristique a connu un bond de 36%. Les milieux touristiques ont également salué ce repositionnement, en désignant la station de Monte Tamaro parmi les nominés du prix «Milestone» 2006. Actuellement, un projet de centre de loisirs aquatiques de 40 millions de francs est à l'étude. ■

La stazione del Monte Tamaro si è riconvertita nel turismo estivo.
(Monte Tamaro)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Anzeiger von Saanen

3780 Gstaad
Auflage 2x wöchentlich 5'221

1075326 / 571.19 / 9'786 mm2 / Farben: 0 Seite 3 07.10.2008

GSTAAD Zwei Angebote im Rennen um den Schweizer Tourismuspreis

Wieder ein «Milestone» für die Destination Gstaad?

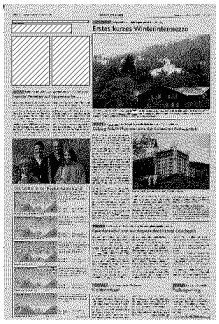
Der «Milestone-Tourismuspreis Schweiz» ist die wichtigste Auszeichnung in der Branche. Er steht für Innovationen, Förderung von Know-how, Attraktivität der Destination Schweiz und für Publizität in der Tourismuswirtschaft. Träger ist der Branchenverband hotelleriesuisse mit der Zeitschrift «hotel revue». Unterstützt wird die Veranstaltung vom Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) und vom Schweizer Tourismusverband (STV).

Gstaad war 2000 Gewinner

Gstaad gewann den Preis im Jahr 2000 für die Gestaltung der Promenade. 104 Projekte wurden für den diesjährigen Wettbewerb eingereicht. Nun hat die Jury zwanzig Projekte für die Endausmarchung nominiert. Darunter befinden sich das Mitarbeiter-Projekt des Hoteliervereins Gstaad Saanenland «your-gstaad.ch» (der «Anzeiger von Saanen» berichtete) und die im letzten Winter erfolgreich eingeführte Lancierung des Angebots «White Bull». Der Schneesportzug fand sich schon bei der Preisverleihung der Schweizer Bergbahnen unter den Nominationen.

Preisverleihung am 10. November

Der «Milestone 2008» wird am 10. November im Casino Bern im Rahmen eines Galaabends im Kreise von über 500 Entscheidungsträgern aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Medien verliehen. ERNST HODEL



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bote
der Urschweiz
6431 Schwyz
Auflage 6x wöchentlich 15'051

1075326 / 571.19 / 49'182 mm2 / Farben: 3 Seite 6 07.10.2008

Aus Milestone-Rennen gefallen

Seit acht Jahren werden vom Bund und von nationalen Tourismus-Organisationen die «Milestones» vergeben. Für dieses Jahr haben sich auch drei Schwyzer Projekte angemeldet, keines hat es in die Endrunde geschafft.

Von Josias Clavadetscher

Kanton. – In der Tourismus-Branche war die Schweiz traditionell innovativ. Nur ist dies in der jüngeren Zeit offenbar vergessen gegangen. Dem will der auf die Jahrtausendwende eingeführte «Milestone-Tourismuspreis Schweiz» nachhelfen. Diese wichtigste Schweizer Auszeichnung der Branche steht für Innovation, Förderung von Know-how-Transfer, für die Attraktivität der Destination Schweiz und für Publizität für die volkswirtschaftlich wichtige Tourismuswirtschaft. Getragen wird der «Milestone» via das Staatssekretariat für Wirtschaft (seco) durch den Bund, dann durch den Tourismusverband Schweiz STV, durch die Hotel-Revue, das zentrale Fachorgan für den Tourismus, und durch die Hotela, die Sozialversicherung der Branche.

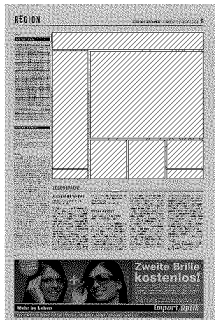
Mehr als 100 Bewerbungen

Die diesjährige Preisverleihung findet am 10. November in Bern statt. Dabei werden Preise in den Kategorien Nachwuchs, Nachhaltigkeit, Lebenswerk und «Herausragendes Projekt» vergeben. Für den «Milestone 2008» haben sich landesweit mehr als 100 Projekte beworben, 20 sind nun nominiert worden. Wer Gewinner ist, wird noch nicht bekannt gegeben.

Unter den Bewerbungen haben sich auch mehrere aus dem Kanton Schwyz befunden. Keine der drei Eingaben aber schaffte den Sprung in die Endrunde. Die Begründung für das Ausscheiden ist nicht bekannt, wobei es sich auch bei den Schwyzer Projekten um durchaus valable Eingaben gehandelt hat. Beworben hat sich so der Natur- und Tierpark Goldau – «Jeder Zoo ist halb so wild» – mit seiner auf Kommunikation, Information und Nachhaltigkeit ausgerichteten Tierparkschule. Ebenso ist das auf Rigi-Staffel realisierte Rigi-Eventzelt der Rigi Bahnen AG ins Rennen gestiegen, aber nicht in die Endrunde gelangt. Oder dann das sehr innovative Projekt «Bankgeschichten» der Audiotours GmbH, dank welchem der Besucher in Einsiedeln einen Rundgang absolvieren und via das eigene Mobiltelefon Geschichten und touristische Informationen abhören kann.

Indirekt doch in der Endrunde

Indirekt in der Endrunde geblieben sind immerhin aus der Zentralschweiz das Hotel «Schweizerhof» in Luzern, als Festivalhotel, das sich «ungewöhnlich anders präsentiere», sowie die Ranger am Stanserhorn, welche den Gästen erklärend zur Verfügung stehen. Der Kanton Schwyz ist mit den Bed-and-Breakfast-Angeboten dabei, zu denen auch einige Schwyzer Betriebe gehören, dann «Schweiz Mobil» mit Wander-, Velo-, Bike-, Skate- und Kanu-Angeboten auch aus und durch Kantonsgebiet Schwyz. Weiter ist auch die Aktion «Erlebnis Schweiz» dabei, welche zum Beispiel einen Besuch bei Tell (Vitznau) oder bei den Muotathaler Wetterfröschen vorsieht. Und vor al-



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bote
der Urschweiz
6431 Schwyz
Auflage 6x wöchentlich 15'051

1075326 / 571.19 / 49'182 mm2 / Farben: 3 Seite 6 07.10.2008

lem ist auch das «Keypartner House of Switzerland» in Peking im Rennen. Ein Projekt, an dem massgeblich die Victorinox AG beteiligt gewesen ist.

Wenigstens indirekt nominiert: Das als Market ng-Plattform erfolgreiche «House of Switzerland» an der Olympiade in Peking mit dem Stand der Victorinox AG. Archivbild

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Coopération
Gesamtausgabe
4002 Basel (Fächer)
Auflage 52x jährlich 548'039

1075326 / 571.19 / 43'914 mm2 / Farben: 3 Seite 77 07.10.2008

Handy Safari, le jeu de piste continue cet automne

Jouez et gagnez!

Comme des milliers d'enfants, Reto et Cindy Schmid ont adoré participer au jeu de piste Handy Safari.

Des prix immédiats, une bonne occasion de s'amuser et de bouger et des week-ends à gagner! Vous aussi participez au Handy Safari de Coop!

Les enfants ont besoin de mouvement, mais cela doit être pour eux un plaisir. Cette idée a été très motivante pour Coopération ainsi que pour les promoteurs du tourisme d'Arosa et de Lenzerheide, qui ont ainsi créé le fameux Handy Safari. Depuis trois ans, ce rallye a conquis des milliers de familles séjournant dans seize stations de vacances et s'est vu décerner le prix du tourisme suisse Milestone.

A propos: chaque famille ou chaque groupe qui participe au Handy Safari reçoit un sac à dos pour un casse-croûte ainsi qu'un bon d'achat Coop de dix francs. Et participe en plus à un tirage au sort où l'on peut gagner des semaines de vacances, des week-ends ou bien d'autres prix encore! *ba*

Handy Safari
A vous de jouer!

La participation au Handy Safari est gratuite. Dans chacune des seize localités, les participants ont cinq problèmes à résoudre durant septante-deux heures. Le rallye dure entre deux heures et demie et quatre heures si l'on procède d'une seule traite et en utilisant les remontées mécaniques. Les étapes de randonnées sont toutes accessibles aux familles. Les frais par SMS s'élèvent à 20 centimes, tous les SMS devant être envoyés du même téléphone portable. On joue en français à Zinal et à Crans-Montana. Infos sur:

lien www.cooperation-online.ch/handysafari

Zinal VS

Super! Reka n'a pas choisi ce site par hasard pour créer un village de vacances...
www.reka.ch

Crans-Montana VS

Hospitalité, spécialités valaisannes, golf, randonnées et bien plus encore!
www.crans-montana.ch

Handy Safari, c'est aussi à.

Arosa GR
www.arosa.ch

Beatenberg BE
www.beatenberg.ch

Bellinzona TI
www.bellinzonaturismo.ch

Bettmeralp VS
www.bettmeralp.ch

Braunwald GL
www.braunwald.ch

Brigels GR
www.brigels.ch

Grächen VS
www.graechen.ch

Hasliberg BE
www.reka.ch

Lenk BE
www.lenk-simmental.ch

Lenzerheide GR
www.lenzerheide.ch

Malbun FL
www.tourismus.li

Saas-Fee VS
www.saas-fee.ch

Savognin GR
www.savognin.ch

Toggenburg SG
www.toggenburg.org

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

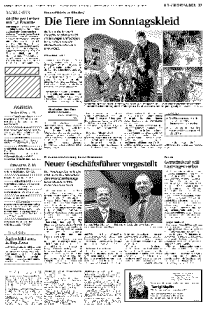
NEUE NIDWALDNER ZEITUNG

6002 Luzern
Auflage 6x wöchentlich 9'226

1075326 / 571.19 / 2'219 mm2 / Farben: 0 Seite 27 07.10.2008

Stanserhorn-Bahn für Preis nominiert

Stans – Seit dieser Saison geben auf dem Stanserhorn zwölf Rangers ihr Wissen über die Region an interessierte Gäste weiter. Nun ist das Bahnunternehmen für den «Milestone» (Schweizer Tourismuspreis) in der Kategorie «Herausragende Projekte» nominiert worden. Die Verleihung ist im Herbst. (red)


Die Tiere im Sonntagskleid

Neuer Geschäftsführer vorgestellt

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

APPENZELLER VOLKSFREUND

9050 Appenzell
Auflage 4x wöchentlich 5'457

1075326 / 571.19 / 10'413 mm2 / Farben: 0 Seite 5 08.10.2008

«Milestone»: Appenzeller Nominierungen

Von der Appenzeller Genuss-Safari bis zum Hoteldorf Vna: 20 Projekte wurden von der Jury ausgewählt und sind für den «MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz» nominiert.

(pd) Diese wichtigste Auszeichnung der Branche würdigt seit dem Jahr 2000 herausragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus. Sie wird am 10. November 2008 in Bern verliehen.

Zu den bisherigen Hauptpreisen gesellt sich 2008 neu ein Umweltpreis, der nachhaltige, energiesparende Projekte speziell auszeichnen wird. Die vier Preiskategorien des Milestone sind mit insgesamt 33 000 Franken dotiert: Herausragendes Projekt, Nachwuchspreis, Sonderpreis Nachhaltigkeit (Umwelt), Lebenswerk einer Persönlichkeit.

Die «Appenzeller Genuss-Safari 2008» der Gemeinschaft etablierter Gastrobetriebe Appenzellerhof, Herbert Sidler, Speicher, ist in der Kategorie «Herausragendes Projekt» nominiert. Für den «Sonderpreis Nachhaltigkeit» liegt eine weitere appenzellische Nomination vor: Es ist das Reka-Feriendorf Urnäsch (Gemeinde Urnäsch, Stefan Frischknecht, Urnäsch).

Die Jury machte sich die Aufgabe nicht leicht und prüfte jedes einzelne Projekt, ob es der jeweiligen Kriterienliste in möglichst vielen Punkten entspreche. Diese Hürde nahmen insgesamt 14 Anwärter auf den Titel «herausragendes Projekt» und je 3 Nominationen für den Nachwuchspreis und den Sonderpreis Nachhaltigkeit. Für die Ehrung eines «Lebenswerks» wird ein Kandidat oder eine Kandidatin von der Jury direkt berufen.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

DIE SÜDOSTSCHWEIZ
AUSGABE GRAUBÜNDEN

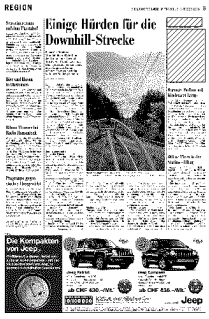
7007 Chur
Auflage 7x wöchentlich 35'681

1075326 / 571.19 / 4'901 mm2 / Farben: 3 Seite 5 08.10.2008

Vier Projekte stehen in der Endauswahl

Chur/Bern. – Von den 20 eingereichten Projekten für den Schweizer Tourismuspreis Milestone sind vier Bündner Vorschläge für die Preisverleihung am 10. November in Bern nominiert worden. Davon drei Projekte in der Kategorie «Herausragendes Projekt»: Es sind dies die Marke «graubünden», das erste dezentrale Hoteldorf der Stiftung Fundaziun Vnà und Piz Tschütta AG in Vnà sowie das «Rockresort» in Laax. Das Projekt Lehrlingstag Lenzerheide von Lenzerheide Tourismus wurde in der Kategorie Nachwuchspreis nominiert.

Der Tourismuspreis steht für Innovationen, Förderung von Know-how-Transfer, Attraktivität der Destination Schweiz und Image für die Tourismuswirtschaft. *(so)*


REGION

Einige Hürden für die Downhill-Strecke

Die Kompaktos von Jeep.

Jeep

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Zürichsee-Zeitung
Ausgabe Meilen rechtes Ufer
8712 Stäfa
Auflage 6x wöchentlich 19'663

1075326 / 571.19 / 87'962 mm2 / Farben: 3 Seite 22 08.10.2008

Hanspeter Danuser

Mit seinem Abgang Ende Oktober geht eine Ära zu Ende

Der letzte klassische Kurdirektor

Drei Jahrzehnte lang prägte Hanspeter Danuser das Image von St. Moritz. Ende Oktober tritt er als Kurdirektor ab. Damit endet eine Ära.

Heini Hofmann

Mit seinen Alphornauftritten auf Werbetourneen rund um den Globus wurde er selbst zur Ikone. Doch ob allem Erfolg blieb er immer sich selbst, nimmermüd aktiv, aber bescheiden. Wäre er nicht Kurdirektor, sondern Chef eines Unternehmens, würde man ihn nicht als Manager, sondern als Patron bezeichnen, als etwas, das es eigentlich gar nicht mehr gibt. Deshalb nennt er sich selbst, humorvoll wie er ist, «ein Auslaufmodell».

Ein pathologischer Optimist

Sein Arbeitspensum ist randvoll, als Kurdirektor ist er gefragt wie kaum ein anderer. Doch das schafft er locker; er beginnt den Tag immer dort, wo er angefangen hat – ganz unten. Im Keller des Gemeindehauses ist jeden Werktag um 7 Uhr Alphorntraining angesagt. Weil er in der Gruppe die erste Stimme spielt, muss er auch die hohen Töne beherrschen. So, wie er sich auch unter der Hautevolée des Nobelkurorts sicher bewegen muss. Selber zählt er sich zwar nicht zur feinen Gesellschaft, muss aber an vielen Schickimicki-Anlässen seine Aufwartung machen.

Ende Saison geht er nun – nach 30 Jahren im Amt – unfreiwillig, aber in Ehren in Frühpension. Denn wer aktiv ist und Erfolge feiert, hat auch Neider, die finden, dass 30 Jahre «Mister St. Moritz» genug seien. Doch er nimmt es locker, wird bis zum letzten Tag Dampf machen im Kessel gemäss seinem Motto: «Ein Kurdirektor muss ein pathologischer Optimist sein.»

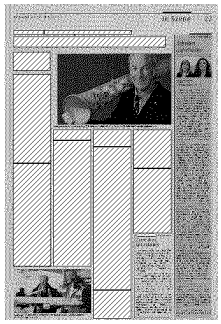
Grösster Bekanntheitsgrad

Auch nach seinem Abgang werden seine Spuren sichtbar bleiben: St. Moritz figuriert heute nicht nur unter den wertvollsten Marken der Schweiz, es ist zu einem eigentlichen Global Brand geworden. Gemäss einer Studie der Universität Wien ist St. Moritz die bekannteste Feriendestinations-Marke schlechthin und laut deutscher Marktforschung der mit Abstand bekannteste Winterferienort, der sogar in Übersee Messwerte anderer Schweizer Produkt- und Dienstleistungsmarken übertrumpft.

Doch was führte zu solcher Vormachtstellung einer einzelnen Marke? Drei Dinge: Zum einen ein während mehr als 150 Jahren gelebter Pioniergeist im Engadiner Weltdorf, welcher das solide Fundament zum Erfolg legte, zum andern ein gekonntes professionelles Branding und schliesslich Kurdirektoren mit Verve und Ideen. Der letzte dieser Spezies, Hanspeter Danuser, der nun 2008 seine Abschiedssaison bestreitet, machte seinen Beruf zur Berufung.

Markenwunder St. Moritz

«Das Phänomen des St. Moritzer Markenerfolgs», dessen ist Hanspeter Danuser überzeugt, «ist nichts weiter als langfristiges Beherzigen einiger Grundprinzipien professionellen Brandings, das heisst gute Qualität in Angebot, Design und Kommunikation, langfristige Strategien, innovative und nach-



Zürichsee-Zeitung
Ausgabe Meilen rechtes Ufer
8712 Stäfa
Auflage 6x wöchentlich 19'663

1075326 / 571.19 / 87'962 mm2 / Farben: 3 Seite 22 08.10.2008

haltige Produkt- und Kommunikationspolitik, einzigartiger und unverwechselbarer Auftritt am Markt mit langfristig glaubwürdiger, klarer Positionierung sowie einfache, aber starke Identität.»

Resultat solcher Konsequenz: Heute werden in diesem vom Bauerndorf zum Nobelkurort mutierten St. Moritz pro Quadratmeter Wohnfläche die schweizweit höchsten Preise bezahlt von mehr als 30 000 Franken.

Grund dafür ist – neben der wunderschönen Seen- und Gebirgslandschaft, der hohen Schneesicherheit, der qualitativ hochstehenden Angebots- und Servicequalität und der strahlenden Engadiner Sonne – nicht zuletzt auch der hohe Bekanntheitsgrad der Marke St. Moritz. «Nur so ist erklärbar», meint der erfahrene Tourismusfachmann, «dass in diesem Ort auf 1000 Einwohner im Schnitt ein Luxushotel und zwei Erstklasshäuser zu stehen kommen – die weltweit höchste Dichte an Nobeletablissements. Das zeigt, dass die Investoren an die Zukunft des Ortes glauben.»

Erster geschützter Ortsname

Die Perlenkette Danusers «Marketing-Erfindungen» ist lang: 1978/79 kreierte er den symbol- und heimatträchtigen Begriff «Heidiland» und liess ihn pfiffigerweise auch gleich als Marke schützen. 1981 initiierte er den Relaunch des «Glacier-Express», des «langsamsten Schnellzugs der Welt», der als «Märchen auf Schienen» quer durch die Schatztruhen imposanter Gebirgslandschaft fährt und zwei erste alpine Adressen verbindet, St. Moritz und Zermatt. Dasselbe folgte mit «Bernina-Express» und «Palm-Express».

Der Grandcoup folgte 1986, als Danuser St. Moritz als Wortmarke registrieren liess – notabene als ersten geschützten Ortsnamen der Welt. Das war die Geburtsstunde des Markenbegriffs im Destinations-Management. Doch nicht genug: Der clevere Touristikpionier vergab den Brand «St. Moritz – Top of the World» in Lizenz an strategische Partner der Privatwirtschaft – ein zu jener Zeit revolutionäres und (aus dem Blickwinkel der Konkurrenz) umstrittenes Verhalten für einen Kurort.

Leader aller Bergferienorte

«Professionelles Branding wird», so betont Danuser, «auch im Destinationsmanagement immer wichtiger. Dies verlangt von den Verantwortlichen nicht nur hohe Kompetenz und persönliches Engagement, sondern auch personelle Kontinuität. All das schafft Vertrauen, Sympathie und Goodwill am Markt.» Und er doppelt nach: «Basis des Markenmythos St. Moritz war und ist die langfristige, konsequente und konsistente Umsetzung klarer Marketingstrategien, die darauf abzielen, St. Moritz weltweit zur ersten Adresse unter allen Bergferienorten zu machen.»

«Doch dies», und dessen ist sich «Mister St. Moritz» bewusst, «kann mangels grosser Finanzmittel nicht über konventionelle Kampagnen erreicht werden, sondern hat sich durch innovatives Eventmarketing bewährt, auf dessen Plattform der Brand St. Moritz virtuos und äusserst wirksam inszeniert wird.» Deshalb gibt der Kur- und Verkehrsverein St. Moritz gut die Hälfte seiner operativ verfügbaren Mittel für Eventmarketing in diesem Sinn aus.

Grundkapital: intakte Natur

Der erfahrene Touristiker mit Bodenhaftung kennt auch die verborgenen Gefahren des Erfolgs. Deshalb ist er nicht für Wachstum um jeden Preis. «Ein Tal auf 1800 m ü. M. sollte nicht mehr als 100 000 Betten haben; sonst sind wir auf Dauer nicht mehr Top of the World – wegen Verkehrs-, Logistik- und Recycling-Problemen. In der Hochsaison sind wir jetzt schon die sechstgrösste Stadt der Schweiz. Darum setzen wir auch auf das Clean-Energy-Projekt und auf umweltfreundliches Reisen.»

«Man hat», gibt Hanspeter Danuser aus Erfahrung zu bedenken, «lange das schnelle Geschäft gesucht, die Kuh verkauft statt die Milch. Das grösste Kapital eines Kurdirektors in den Bergen sind intakte Landschaft und Natur. Deshalb haben wir gegen einen unbeschränkten Boom von Zweitwohnungen angekämpft und für deren Weitervermietung plädiert.»

Kurdirektor und Traumberater

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Zürichsee-Zeitung
Ausgabe Meilen rechtes Ufer
8712 Stäfa
Auflage 6x wöchentlich 19'663

1075326 / 571.19 / 87'962 mm2 / Farben: 3 Seite 22 08.10.2008

Eines wurde Hanspeter Danuser im Lauf der Zeit bewusst: «Marketing im Tourismus ist viel komplexer als im Konsumgüterbereich; die Anforderungen sind heute enorm. Man muss strategisch denken und taktisch handeln, Zusammenhänge erkennen und spüren, wie die Märkte funktionieren. Denn ein Angebot kommt erst dann zum Tragen, wenn man es kennt. Und hier liegt die Krux der Schweiz; wir sind keine Marktschreier und stellen unsere hervorragenden Produkte meist unter den Scheffel.» Sagt einer, der es anders machte.

Seine Aussage gipfelt in der verschmitzt vorgetragenen Feststellung: «Ferien sind Gefühlsprodukte, und Ferienentscheide sind Bauchentscheide. Also müssen die Angebote emotional verpackt und kommuniziert werden, sich an denselben Gesetzmässigkeiten orientieren wie vergleichbare Produkte der Konsumgüterindustrie, Kosmetika etwa oder Uhren. Deshalb ist man als Kurdirektor in dieser ‹kurligen› Branche so etwas wie ein Berater für Träume.»

Curriculum und Palmarès

Geboren wurde «der letzte Kurdirektor» Hanspeter Danuser 1947 in Felsberg. Nach Kantonsschule Chur, HSG St. Gallen, Universität Zürich und Dissertation (Swissair) folgten Produkt-Management (Nestlé) und Direktionsassistenz (CWS International), bis er 1978 Kurdirektor in St. Moritz wurde.

Danuserhorn im Nachklang

Obschon es problemfreiere Gepäckstücke gäbe als Alphörner, hat er das sperrige Instrument seit einem Vierteljahrhundert auf jede Geschäftsreise in alle Ecken der Welt mitgenommen. «Denn», so meint er, «das Alphorn ist wie eine gute Marke: einmalig, einzigartig, unverwechselbar. Es ist voller Geschichten, die meine Botschaft für Ferien in der Schweiz glaubhaft machen. Was ich sage, vergessen die meisten rasch; das Alphorn jedoch bleibt in Erinnerung, oft das ganze Leben lang.»

Kein Wunder, dass sein Alphorn global fast so bekannt ist wie das Matterhorn. Man wird sich im Nobelkurort St. Moritz auch noch Jahre später an den letzten Kurdirektor erinnern, immer dann, wenn irgendwo ab den Bergen Alphornklänge widerhallen. Warum eigentlich, so fragt man sich, trägt dieses Instrument nicht die Marke Danuserhorn?

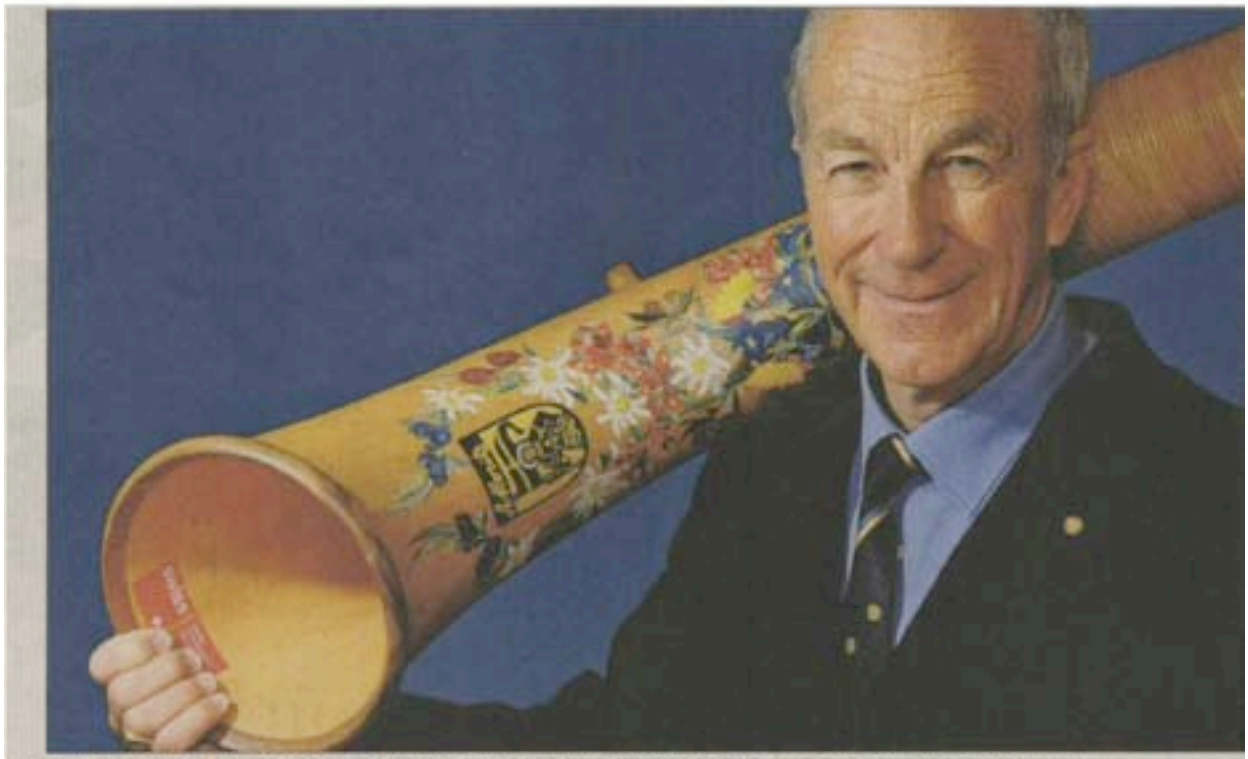
Sein Palmarès lässt sich sehen: 1987 «Marketingpreis» der Schweizerischen Gesellschaft für Marketing, 1999 «Kopf des Jahres», 2003 «Bündner des Jahres», «Milestone-Tourismuspreis Schweiz» sowie «Tourismuspreis». 2006 «Preis Herbert, 2007 «Europa-Preis des EWI».

Die Liste der Hobbys des nimmermüden Workaholic ist so kunterbunt wie seine Marketingideen: Es beginnt gutbürgerlich mit Familie und Lesen, wird dann sportlich mit Windsurfen, Snowboarden und Skaten und endet schliesslich exzentrisch-exotisch mit Alphornblasen und Palmenzüchten. (HH)

Zürichsee-Zeitung
Ausgabe Meilen rechtes Ufer
8712 Stäfa
Auflage 6x wöchentlich 19'663

1075326 / 571.19 / 87'962 mm2 / Farben: 3 Seite 22 08.10.2008

Flugzeugtaufe im Schnee: Strategische Partner werden zu Lizenznehmern des Brands von St. Moritz.



Hanspeter Danuser hat den Begriff St. Moritz zu einer Weltmarke gemacht. Sein Label war das Alphorn. (KVSM)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 45'080 mm2 / Farben: 0 Seite 3 09.10.2008

Tourismus

All-inclusive-Angebote steigern Frequenzen

Attraktiv und lukrativ: Nachdem es Arosa vor fünf Jahren vorgemacht hat, haben seit zwei Jahren auch Davos und Lenzerheide All-Inclusive-Angebote. Bahnen und Hoteliers sind begeistert.

Von Verena Zimmermann

All inclusive in den Bündner Bergen: Arosa war die erste Destination im Alpenraum, die ein umfassendes All-inclusive-Angebot lanciert hat. Nachdem die Arosa Bergbahnen das Pauschalangebot im Sommer 2002 erstmals zusammen mit einigen Hoteliers unterbreiteten, ergriff Arosa Tourismus die Initiative zur flächendeckenden Einführung im Ort, auch für Einheimische.

Laut dem ehemaligen Aroser und heutigen Davoser Tourismusdirektor *Hans-Kaspar Schwarzenbach* wird in ganz Arosa seit Sommer 2003 der «Gratis-Berg» konsequent und ohne irgendwelche Ausnahmen durchgezogen. «Seither konnte der Sommertourismus um über 20 Prozent zulegen», freut sich Schwarzenbach. Weil alle Zahlen dafür sprächen, sei das Aroser All-inclusive-Modell nicht nur mit dem Tourismuspreis Milestone ausgezeichnet, sondern mittlerweile auch mehrfach kopiert worden.

«Wir konnten seit der Einführung von All-inclusive eine Mehrfrequentierung der Bahn von zirka 15 Prozent erreichen», sagt *Roger Meier*, Leiter Marketing/Events Arosa Bergbahnen AG. So wurden im vergangenen Sommer 140 000 Gästeeintritte auf den Bahnanlagen verzeichnet. Doch nicht nur die Bahnfrequenzen seien höher, sondern auch die Wertschöpfung im Ort, was Meier optimistisch in die Zukunft blicken lässt.

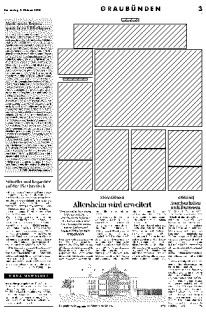
Nicht mehr wegzudenken

«Für die Hotels ist das Angebot sehr lukrativ, lässt es sich doch einfach ohne eigene Mehrkosten verkaufen. Es gibt für die Gäste keine Aufpreise für etwelche Sachen, weil halt alles gratis ist», beurteilt *Thomi Blatter*, Präsident Hotelierverein Arosa, das All-inclusive-Angebot. Dieses habe geholfen, Arosa im Sommer noch attraktiver zu machen und sei nicht mehr wegzudenken. Im Gegenteil.

Bei der Lancierung seien es vor allem die Anbieter von Ferienwohnungen gewesen, die an dem neuen Modus «höhere Taxen für ein umfängliches Gratisangebot» noch keinen Gefallen gefunden hätten. Die Hotellerie habe jedoch bereits damals über gute Erfahrungen mit einem Aufpreis auf die Kurtaxen für die Gratisbenutzung der Bergbahnen im Sommer verfügt und habe die Idee voll unterstützt.

Während in Arosa einzelne Hoteliers die Bergbahntickets auch im Winter integrieren, bietet Davos den «Gratis-Berg» nur im Sommer und Lenzerheide diesen ganzjährig im Package an (siehe Kasten). So heisst es bei den Davos Klosters Bergbahnen seit Sommer 2006 freie Fahrt mit allen geöffneten Bergbahnen inklusive weiterer Gratis-Angebote wie Tennisplatz oder Schwimmbad. «Die Frequenzen haben im Sommer massiv zugenommen und vor allem die Bergrestaurants profitieren», meint *Britta Schnewlin*, Medienverantwortliche Davos Klosters Bergbahnen AG. Das Ziel heisse aber nicht einfach, Gäste nach Davos und Klosters zu holen, sondern wiederkehrende Gäste zu gewinnen.

«Davos Aktiv Inklusiv» biete den Beherbergungsbetrieben die Möglichkeit, mit einem attraktiven Angebot zu werben, so *Jürg Zürcher*, Präsident Hotel Gastro Davos, der von dem Produkt eine



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 45'080 mm2 / Farben: 0 Seite 3 09.10.2008

durchwegs positive Bilanz zieht. «Es bringt einerseits mehr Privatgäste, die eine höhere Wertschöpfung generieren und andererseits ist es auch leichter möglich, bei Reisegruppen eine längere Verweildauer zu erreichen, was sich auf der Kostenseite positiv auswirkt.»

Die Arosa Bergbahnen AG verzeichnet eine Mehrfrequentierung von rund 15 Prozent seit der Einführung von All-inclusive. (Foto Arosa Tourismus)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Engadiner Post

7500 St. Moritz
Auflage 3x wöchentlich 8'792

1075326 / 571.19 / 33'604 mm2 / Farben: 3 Seite 3 09.10.2008

Letzte Woche wurden die Finalisten nominiert

Vnà kämpft um Tourismuspreis

In drei Kategorien kämpfen innovative Tourismusideen dieses Jahr um den begehrten Milestone. Aus 104 im Sommer eingereichten Projekten wurden letzte Woche die 20 Finalisten nominiert. In der Hauptkategorie hat das Hoteldorf Vnà gute Chancen den Preis zu holen.

(ep) Milestone steht für Innovation, Förderung von Know-how-Transfer, Attraktivität der Destination Schweiz sowie Image für die Tourismuswirtschaft. Der Preis wird von der Hotelrevue htr, mit hotelleriesuisse als Trägerin verliehen und im Rahmen des InnoTour-Förderprogrammes vom Staatssekretariat für Wirtschaft scco mitgetragen. Unter Beteiligung des Schweizer Tourismusverbandes STV und der Hotela. Am 10. November erfolgt die Auszeichnungsfeier in drei Kategorien im Casino Bern vor 500 Entscheidungsträgern aus Politik, Tourismus, Wirtschaft und Medien.

20 Finalisten

Vor Wochenfrist wurden aus 104 Bewerbungen deren 20 für die Endausmarchung nominiert. Neun Projekte kämpfen um den Hauptpreis, darunter zwei aus Graubünden. Die Kommunikationsoffensive mit dem Steinbock von GraubündenFerien sowie das Hoteldorf Vnà im Unterengadin. Bündner Beteiligung gibt es beim Projekt SchweizMobil, das ebenfalls in der Endausmarchung steht.

Das Unterengadiner Dorf und seine touristische Entwicklung wird in der Nomination von der Jury wie folgt erklärt: «Das ganze Dorf Vnà präsentiert sich heute wie ein Hotel-Verbund: Gebucht wird zentral, geschlafen verteilt im Dorf. Das Hoteldorf ist ein schweizweit beachtetes Entwicklungsmodell für das Berggebiet. Das umgebaute Gast- und Kulturhaus Piz Tschütta am Dorfplatz von Vnà ist wieder Dorfzentrum und zugleich die Buchungszentrale des Hoteldorfes. Der Umbau der ehemaligen Bauernhausanlage kombiniert Traditionelles mit modernen Elementen. Die Dorfbevölkerung war von Beginn weg am Projekt beteiligt.»

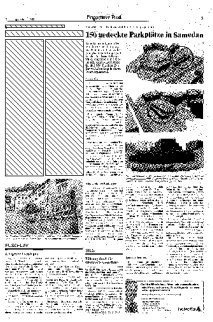
Zu den Nominierten beim Hauptpreis gehören weiter der «White Bull» von Gstaad, die Stanserhorn-Ranger, die Marketingplattform von Luzern an Olympia 2008, das Euro-Marketing von Zürich Tourismus, «Alles fährt Ski» von Swiss Snowsports und das Festivalhotel Schweizerhof in Luzern. Für den Nachwuchspreis nominiert worden sind «Privat Selection», der Lehrlingstag Lenzerheide und der Ateliertag Tourismusberufe.

Bleibt der Nachhaltigkeitspreis, für den die Appenzeller Genuss-Safari, die Mitarbeiterplattform des Hoteliervereins Gstaad-Saanenland, das Nutzungskonzept im Rockresort Laax, die Web-Präsenz von «Bed and Breakfast», Erlebnis Schweiz, der Energiehaushalt von Manotel, das Reka-Feriendorf Urnäsch gemeinsam mit der Landwirtschaft nominiert worden sind. Für Erholung mit gutem Öko-Gewissen steht zudem das 5-Sterne-Hotel Ferienart Resort&Spa Saas Fee.

Nicht nominierte Projekte

Von den Bündner respektive Engadiner Projekten nicht für die Endausmarchung nominiert worden sind u.a. «Graubünden – das blaue Wunder» von Ernst Bromeis-Camichel, die Solaranlage des Hotels Europa in Champfèr, Lej da Staz, Tourismus Rezeption von Dani Koller (Engadin Scuol Tourismus).

www.htr-milestone.ch



Das Projekt des Hoteldorfes Vnà gehört zu den Nominierten für den Hauptpreis bei der Milestone-Vergabe 2008, die am 10. November in Bern stattfindet.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Engadiner Post

7500 St. Moritz
Auflage 3x wöchentlich 8'792

1075326 / 571.19 / 2'524 mm2 / Farben: 0 Seite 1 09.10.2008

Vnà will Tourismuspreis

104 Bewerbungen sind eingegangen, 20 haben es ins Finale geschafft, Die Rede ist vom Milestone, einem Preis in der Tourismusbranche für innovative Projekte. Bis ins Finale geschafft hat es auch das Hoteldorf Vnà, ein Projekt aus dem Unterengadin. Idee des Hoteldorfs Vnà ist das kleine Dorf, das sich gegen aussen wie ein Hotel-Verbund präsentiert.

Engadiner Post
POSTA LADINA
Aldi macht Coop Konkurrenz

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Luzerner Rundschau

9500 Wil SG
Auflage 52x jährlich 39'469

1075326 / 571.19 / 16'520 mm2 / Farben: 3 Seite 19 09.10.2008

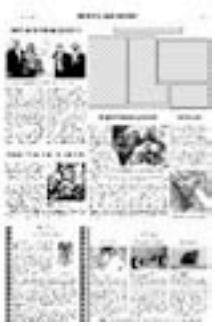
Rangers machen «Karriere»

jv- Alljährlich werden herausragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus belohnt. Bei der zuständigen Jury ist die Idee der Stanserhorn Rangers gut angekommen. Das Bahnunternehmen wurde für den begehrten «Milestone» nominiert. Aus den 104 eingereichten Bewerbungen wurde die Idee der Rangers in der Kategorie «herausragende Projekte» nominiert. Die Fachjury, Vertreter der Branchenzeitung Hotel Revue, des Schweizer Tourismus Verbandes sowie des SECO haben 20 Bewerber in die engere Wahl gezogen. Anfangs Saison wurden auf dem Stanserhorn insgesamt zwölf Rangers ausgebildet. Es sind begeisterte Berggänger, die sich in der Natur auskennen und es verstehen, ihr Wissen den interessierten Gästen weiterzugeben. «Die «wandelnden Wegweiser» kommen sehr gut an und unsere Gäste schätzen diesen Zusatzservice», erklärt dazu **Jürg Balsiger**, Direktor der Stanserhorn-Bahn-Gesellschaft und geistiger Vater der Idee. «Die Rangers sind schon weit über die Kantonsgrenze hinaus bekannt». Die mit insgesamt 33 000 Franken dotierten Tourismuspreise werden in vier verschiedene Kategorien unterteilt. So gibt es einen Nachwuchspreis, einen Preis für herausragende Projekte, ein Sonderpreis ‚Nachhaltigkeit' sowie der Preis für das Lebenswerk einer Persönlichkeit.

Bild: z.V.g

Die Rangers sind äusserst beliebt.

«Wir sind jetzt schon stolz, dass wir überhaupt nominiert sind», meint Balsiger stellvertretend für seine ganze Rangers Crew. Das Geheimnis, wer einen Milestone erhält, wird dann am 10. November gelüftet.



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

NEUE LUZERNER ZEITUNG

6002 Luzern
Auflage 6x wöchentlich 86'695

1075326 / 571.19 / 68'840 mm2 / Farben: 3 Seite 35 10.10.2008

Infos, Tipps und Hits im Herbst

Jassnachmittag mit Zvieri-Fahrt auf dem **Ägerisee** am 25. Oktober. 13 Uhr Beginn Jassturnier am Schiffssteg Oberägeri. Einzelschieber-Turnier mit zugelosten Partnern, 4-mal 12 Spiele. Attraktive Preise und professionelle Spielleitung durch Heiri Zgraggen. 16 bis 17 Uhr Schiffrundfahrt mit schmackhaftem Zvieri-Teller. Pauschalpreis Fr. 55.– pro Person. Anmeldung erforderlich unter Telefon 041 728 58 50.

Sport und Spass

Sportlicher Wettkampf der besonderen Art auf **Brüsti-Attinghausen.** Am 12. Oktober wird das erste «Stäckämettlä-Turnier» ausgetragen. Wettkampfbeginn 10 Uhr beim Berggasthaus Z'Graggen.

Muisig-Stubätä im Berggasthaus Urnerstaffel auf der **Bannalp** am 11. Oktober. Ab 16 Uhr musikalische Unterhaltung. Bergfahrt mit der Luftseilbahn Fell-Chrüzhütte bis 21 Uhr.

Wieder jeden Montag Lama-Trecking für Familien in **Brigels,** jeweils von 9 bis 15 Uhr. Treffpunkt bei der Kapelle. Gemütliche Wanderung über San Giacun/Brigels, Alp Tschegn Dadens, Plaun da Plaids und wieder zurück ins Dorf. Jede Familie führt ein Lama. Mittagspause in Plaun da Plaids mit Verpflegung aus dem Rucksack oder auf Wunsch ein feines «Zmittag» vom Grill mit biologischen Produkten aus der Region. Kosten Fr. 96.– pro Familie zuzüglich allenfalls Kosten für Mittagslunch. Anmeldung bis am Vortag, 17 Uhr. Telefon 081 941 13 31.

Gemütlichkeit auf dem **Brunni,** der Sonnenseite über Engelberg. Direkt neben der Bergstation der Luftseilbahn liegt das Bergrestaurant Ristis mit heimeligem Interieur und schöner Terrasse. Das Pächterehepaar Trudy und Hampy Feierabend-Matter freut sich über gut gelaunte und zufriedene Gäste. Das Bergrestaurant Ristis ist ideal für festliche Firmen-, Vereins- und Familienanlässe aller Art. Telefon 041 637 14 83. www.ristis.ch

Familienausflug

Ausflugstipp im Herbst. Die **Goldi-Familien-Safari** mit fünf verschiedenen Transportmitteln von Beckenried nach Beckenried. Mit der Luftseilbahn auf die Klewenalp, in 1½ Stunden zu Fuss bis zur Stockhütte, mit der neuen Gondelbahn nach Emmetten, mit dem Postauto nach Seelisberg, mit der Standseilbahn nach Treib und mit dem Schiff zurück nach Beckenried.

Fondue-chinoise-Abend auf der **Marbachegg** am 11. Oktober mit grossem Fleisch- und Zutatenbuffet. Kombibillette für Gondelbahn und Fleischfondue. Am 12. Oktober Älplerzmorge bis 11 Uhr. Unterhaltung mit dem Schwyzerörgeli-Trio Roland Wiedmer, Wolfwil. Am 17. Oktober Grillplausch-Abend mit musikalischer Unterhaltung. Am 19. Oktober Älplerzmorge. Vom 20. Oktober bis 2. November sind die Gondelbahn und das Berghaus nur noch an Wochenenden in Betrieb bzw. geöffnet. Am 25. Oktober und 1. November Berghaus offen von 10 Uhr bis Mitternacht. Am 26. Oktober Älplerzmorge. Am 2. November Saisonschluss-Älplerzmorge mit dem Alleinunterhalter Budi.

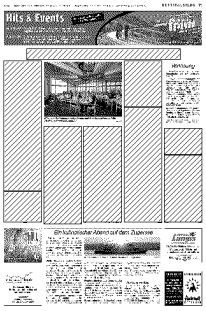
Herbstwanderung im Gebiet **Maria-Rickenbach.** Am 18. Oktober Gratwanderung mit Wanderleiter Sepp Fluri. Verschiebedatum 19. Oktober. Infos und Anmeldung 041 628 17 35.

Die Sommersaison der Sportbahnen **Melchsee-Frutt** endet am 19. Oktober, die Fischereisaison am 1. November. Bis zum ersten grossen Schneefall mit Start des Winterbetriebes bleibt die Frutt der Natur überlassen, Bahnen, Hotels und Restaurants sind geschlossen.

Im **Natur- und Tierpark Goldau** hat sich die Murmeli-Familie Feuerstein in ihren weit verzweigten Erdgängen schlafen gelegt. Die Wintersaison im Tierpark beginnt am 1. November und dauert bis 31. März. Öffnung täglich von 9 bis 17 Uhr.

Ein ganzes Jahr Pilatus

Ganzjahresberg **Pilatus.** Auf den Drachenberg fahren, sooft man Lust und Laune hat. Die Ganzjahreskarte kostet nur Fr. 279.–. Noch bis 30. No-



vember, von Sonntag bis Donnerstag, gilt das Herbstzauber-Angebot für nur 100 Franken pro Person. Inbegriffen: Berg- und Talfahrt mit Gondel- und Luftseilbahn ab Kriens oder/und Zahnradbahn ab Alpnachstad, Welcome-Drink, Übernachtung mit reichhaltigem Frühstück im Hotel Bellevue. Reservation erforderlich, Telefon 041 329 12 12.

Die herbstliche Kühle vergessen und die romantische Seite der «Königin der Berge» kennen lernen an den Single-Weekends in der **Rigi Hostellerie** auf Rigi Kaltbad am 25./26. Oktober sowie 1./2., 8./9. und 15./16. November zum Pauschalpreis von Fr. 350.–, inklusive der Anreise nach Rigi Kaltbad ab Weggis oder Goldau. Das Programm: Samstag, 14.30 Uhr, Willkommensdrink beim Aussichtspunkt Känzeli mit kurzweiligen Geschichten über den Rigi-Tourismus und die Rigi-Sagenwelt. Besuch der legendären Kraftquelle Kaltbad. Ab 17 Uhr Sushi-Kurs mit Kaiten Sushi Planet, Luzern, und anschliessend festliches japanisches Sushi-Dinner im Gourmand-Restaurant Trotte. Ab 22 Uhr Salsa-Tanzparty in der Mark-Twain-Bar mit DJ und Animation. Übernachtung im Einzelzimmer. Sonntag: Geführte Bergwanderung zum Sonnenaufgang auf Rigi Kulm. Zünftiges Bauernfrühstück beim Rigi-Älpler. Die Teilnehmenden stellen unter kundiger Anleitung ihren Rigi-Alpkäse selber her. Der Käse wird nach Hause geschickt. Infos und Anmeldung: Telefon 041 399 81 81.

Heimatklänge in **Sörenberg.** Am 10. Oktober, 14 Uhr, Abschlusskonzert der Teilnehmer des Alphornbläser-Ferienkurses beim Parkplatz Restaurant Bäckerstube.

Goldener Herbst

Ökumenischer Berggottesdienst auf dem **Stanserhorn** am 12. Oktober, 9.30 Uhr, mit Arthur Salcher und Pfarrer Rüdiger Oppermann, begleitet vom Requiem-Chor Stans. Am 19. Oktober kein Berggottesdienst, danach wieder jeden Sonntag bis 23. November. Noch viele goldene Herbsttage auf dem Fünfsterneberg. Am 23. November ist der letzte Betriebstag dieses Jahres mit «Uistrinket» und musikalischer Unterhaltung durch das Ländlertrio Chlewägruess von Beckenried. Spannung bei den Stanserhorn-Bahnen. Alljährlich werden hervorragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus belohnt. Der begehrte Preis ist der Milestone Award. Das Projekt der Stanserhorn-Ranger hat den Einzug in den Final vom 10. November in Bern geschafft.

Auch im Herbst und während des ganzen Winters Candle-Light-Dinner beim Mondschein auf dem **Titlis,** nächstes Mal am 18. Oktober. Bei schönem Wetter Apéro auf der Terrasse und ein traumhaft schöner Sonnenuntergang über den Alpen. In einzigartiger Atmosphäre bei Kerzenlicht ein Fondue chinoise vom reichhaltigen Buffet. Danach entführt die Gletschergrotte in die verzaubernde Welt des Eises. Einzige Bergfahrt 18.30 Uhr. Rückfahrt zwischen 22 und 23 Uhr zurück nach Engelberg. Preise für Fondue chinoise à discrétion und Bahnfahrt: Erwachsene Fr. 82.–, Jugendliche, 16 bis 19 Jahre, Fr. 72.–, Kinder, 6 bis 15 Jahre, Fr. 52.–. Saisonabos, Tageskarten und Freikarten sind nicht gültig. Information und Reservation: 041 639 50 80 oder gastroland@titlis.ch

Originelle und preiswerte Wildgerichte in der Wirtschaft **Trumpf-Buur** im Erholungsgebiet Riedholz über Ebikon. Zum Beispiel Wildschweinrohschinken und Hirschsalsiz oder Rehrücken nach Art des Chefs, reich garniert. www.trumpf-buur/Speisekarte/Wild

Auf unbekannten Pfaden

Geführte Wanderung über dem **Vierwaldstättersee.** Die Rigi auf unbekannten Wegen am 12. Oktober. Abseits grosser Wanderrouten führt die Tour von Romiti nach Oberebnet, Gwürz, Schild, Felsenweg und First nach Kaltbad. Abstieg übers Chlämmerli zum Felsentor und wieder zurück nach Romiti. Wanderzeit 3 Stunden. Verpflegung aus dem Rucksack. Fahrpreis mit Halbtaxabo Fr. 36.–, ohne Halbtaxabo Fr. 72.–. Die Billette sind an der SGV-Station Luzern erhältlich. Auskunft über die Durchführung am Vorabend ab 19 Uhr, Telefon 1600, Rubrik 2. Fahrplan: Luzern Brücke 1 ab 9.21, mit Rigi-Bahn Vitznau ab 10.40, Romiti Felsentor an 10.53, ab 15.01, Vitznau ab 15.40, Luzern an 16.34.

Dampferchilbi

Jubiläums-Dampferchilbi auf dem 80-jährigen Raddampfer «Stadt Lu-

zern» am Sonntag, 19. Oktober, organisiert von den Dampferfreunden Vierwaldstättersee. Chilbibetrieb und Wettbewerb mit attraktiven Preisen. Gastronomie von Tavolago. Musikalische Unterhaltung mit der Innerschweizer Jungformation Urs Meier und Remo Gwerder, Akkordeon, sowie Schöff Röösli, Klavier. Luzern ab 11.25, Flüelen an 14.57, ab 15.03, Luzern an 18.35.

Touchscreen-Kurse

Willkommene Dienstleistung der **Zentralbahn.** Unter dem Patronat der Pro Senectute werden Gratiskurse zur einfacheren Bedienung der neuen Billettautomaten mit Touchscreen durchgeführt. Die Kurse finden direkt an Billettautomaten in verschiedenen Bahnhöfen statt. Dauer zirka 30 Minuten, keine Anmeldung erforderlich. Die nächsten Daten: Freitag, 17. Oktober, Bahnhof Stans; Mittwoch, 22. Oktober, Bahnhof Stansstad; Donnerstag, 23. Oktober, Bahnhof Hergiswil; Mittwoch, 29. Oktober, Bahnhof Engelberg. Immer von 9 bis 12 und von 13.30 bis 16 Uhr. *REI*

Verlosung

Diese Woche verlosen wir **zwei Gutscheine** der Titlis Rotair im Wert von je Fr. 82.–.

Senden Sie eine **Postkarte** mit Ihrer Adresse bis nächsten Mittwoch an: Neue Luzerner Zeitung AG, Verlag, Sommerausflug, Postfach, 6002 Luzern; oder wählen Sie heute **Telefon 0901 83 30 26** (90 Rp./Anruf) oder senden Sie ein **SMS** mit dem Kennwort «Sommer» sowie Namen und Adresse an 4636 (90 Rp./SMS). Beispiel: Peter Muster, Musterstrasse 6, 6002 Luzern; oder nehmen Sie kostenlos an der Verlosung teil: **www.zisch.ch**

Je zwei Gutscheine der Sattel-Hochstuckli AG gehen an Marlies Wechsler, Rothenburg; Raphael Widmann, Rotkreuz, und Manuela Ettlin-Durrer, Kerns.

Über die Verlosung wird keine Korrespondenz geführt, der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Blick vom Drehrestaurant Rondorama auf dem Stanserhorn auf die frisch verschneiten Berggipfel. BILD PD

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

AUSGABE FÜR DEN KANTON THURGAU
TAGBLATT
für den Kanton Thurgau
9001 St. Gallen
Auflage 6x wöchentlich 14'339

1075326 / 571.19 / 2'802 mm2 / Farben: 0 Seite 104 13.10.2008

Für den Tourismuspreis nominiert

Für den Milestone-Wettbewerb 2008 (Tourismuspreis) sind folgende Projekte in unserer Region nominiert worden: Kategorie Sonderpreis Nachhaltigkeit: Reka-Feriendorf Urnäsch. Herausragendes Projekt: Appenzeller Genuss-Safari 2008, Hotel Vnà in Vnà. Die wichtigste Auszeichnung der Branche wird am 10. November in Bern verliehen.

www.htr-milestone.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Der Bund

3001 Bern
Auflage 6x wöchentlich 56'295

1075326 / 571.19 / 3'747 mm2 / Farben: 0 Seite 1 16.10.2008

Berner mit guten Chancen

TOURISMUSPREIS Zum neunten Mal verleiht das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) zusammen mit dem Schweizer Tourismus-Verband am 10. November den Tourismuspreis «Milestone». Von den 14 nominierten Projekten für den Hauptpreis stammen fünf aus der Region Bern.

Darunter findet sich die Stiftung Schweiz Mobil mit Sitz in Bern. Mit der Internetseite lassen sich Aktivferien wie Wander-, Velo-, oder Kanutouren leichter planen. Auch nominiert ist der Schnellzug «White Bull», der zwischen Spiez und Zweisimmen verkehrt und den Skiausflug bereits im Zug zum Erlebnis macht. (nt)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Der Bund

3001 Bern
Auflage 6x wöchentlich 56'295

1075326 / 571.19 / 65'546 mm2 / Farben: 3 Seite 11 16.10.2008

Berner Projekte dominieren

Für den renommierten **Tourismuspreis «Milestone»** sind fünf

Berner Beiträge im Rennen – hier ein Einblick in zwei der Projekte

Egal ob Wander-, Velo- oder Kanuferien: Die Internetseite von Schweiz Mobil hilft bei der Routenplanung. Das Gesamtprojekt Schweiz Mobil ist für den Tourismuspreis nominiert.

Dass wir in der Schweiz über ein breites Netz an Wanderwegen verfügen, ist allgemein bekannt. Auch dass zahlreiche Velowege durch die ganze Schweiz führen, ist nichts Neues. Weniger bekannt ist: Sowohl die Wanderwege als auch die Velorouten wurden im Gesamtprojekt Schweiz Mobil zusammengefasst. Wo liegt der Nutzen für den Aktivtouristen?

Seit Frühling 2008 ist die Internetseite von Schweiz Mobil (www.schweizmobil.ch) aufgeschaltet. Wer in der Schweiz Aktivferien machen will, kann seine Tour komplett über diese Seite planen. Verfügbar sind auch nationale und regionale Routen für Mountainbike-, Inlineskate- und Kanufahrer. «Wir bieten eine Best-of-Auswahl für Leute, die eine Region nicht kennen», sagt Peter Anrig, Geschäftsführer der Stiftung Schweiz Mobil. Die Stiftung hat ihren Hauptsitz in Bern und beschäftigt 13 Personen.

Die verschiedenen Aktivitäten lassen sich verbinden, denn die Ausrüstung wie Fahrrad oder Kanu kann man vor Ort mieten und am Zielort wieder abgeben. Man kann also eine Strecke mit dem Fahrrad absolvieren und dann einen Abschnitt mit den Inlineskates unternehmen.

Für jede Fortbewegungsart sind übersichtlich die einzelnen Routen aufgelistet. Praktisch: Dadurch dass die Seiten mit anderen Dienstleistern verknüpft sind, lässt sich die gesamte Tour mit wenigen Klicks planen: mit Übernachtung, Gepäcktransport, Fahrzeugmiete und Anreise mit öffentlichem Verkehr. Wer eine detaillierte Routenbeschreibung wünscht, kann im Internet oder im Buchgeschäft einen Führer kaufen. Das gilt auch für die entsprechenden Karten. Führer und Karten kosten zwischen 22 und 29 Franken.

Kostenloser Kartenausdruck

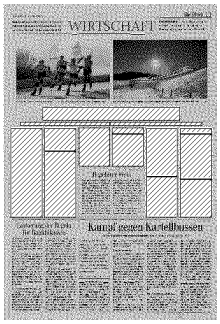
Frei wählbare Kartenausschnitte lassen sich im Internet kostenlos ausdrucken – das Navigieren ist jedoch noch etwas langsam. «Daran arbeiten wir zusammen mit Swisstopo – dem Bundesamt für Landestopografie», sagt Anrig. Ab nächsten Frühling erscheine der Kartenausschnitt schneller und könne selber verschoben werden.

Das Angebot wird von Schweiz Tourismus auch im Ausland vermarktet. Die Seiten lassen sich entsprechend neben Deutsch auch in Französisch, Italienisch und Englisch abrufen.

An der Finanzierung und am Aufbau des Angebots waren unter anderen acht Bundesämter, Schweiz Tourismus und alle Kantone beteiligt. Besonders bei der einheitlichen Signalisation schweizweit war die Kooperation der Kantone unentbehrlich – und funktioniert gemäss Anrig «sehr gut». (nt)

Im Zug eine Bar mit Musik und Videos: Die Betreiber des Schnellzuges «White Bull», der zwischen Spiez und Zweisimmen fährt, wollen bereits die Anfahrt zum Erlebnis machen.

«Die grösste Herausforderung bestand darin, einen weiteren Zug im dichten Verkehrsnetz zwischen Spiez und Zweisimmen aufzunehmen», sagt Roger Seifritz, Direktor von Gstaad Saanenland Tourismus. Aber es hat geklappt. Mit der Betreiberin BLS zusammen hat man eine Möglichkeit gefunden, den weissen Schnellzug «White Bull» dazwischenzuschieben. Seit Dezember 2007 verkehrt er mit bis zu 280 Fahrgästen auf der Strecke Spiez–Zweisimmen. Er hält direkt vor der Talstation des Skigebiets Gstaad Mountain Rides in Zweisimmen. Die Projektleitung – Vertreter der Vereinigung Bergbahnen von Gstaad und Umgebung und Vertreter der BLS AG – hat die Wintersportler im Visier. In Betrieb ist der Zug zwischen Mitte Dezember und Ende März, fährt jeweils samstags und sonntags und an den Feiertagen. Die Fahrt dauert 37 Minuten, und die einzige Verbindung geht



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Der Bund

3001 Bern
Auflage 6x wöchentlich 56'295

1075326 / 571.19 / 65'546 mm2 / Farben: 3 Seite 11 16.10.2008

um 8.45 Uhr los. Tagsüber steht der Weisse Bulle in Zweisimmen regungslos da. Abends fährt er um 16.36 Uhr wieder heimwärts.

Kondukteur verteilt Geschenke

Angesprochen seien bei dem Angebot besonders junge Menschen, die «bereits auf der Zugfahrt ins Skigebiet etwas erleben möchten», sagt Seifritz. Stierhufe am Boden führen zu Sitzen mit Fellüberzug. Neben drei normalen Wagen hängt in der Zugkomposition ein Barwagen. An der Bar gibt es zwar keinen Alkohol, dafür viel Musik und Videos. Der Kondukteur verkauft im Zug die Skipässe, und jeder Passagier erhält von ihm eine Tüte mit kleinen Geschenken wie Bonbons, Sonnencreme, Taschentücher und ein Heft mit Gutscheinen für zahlreiche Vergünstigungen im Skigebiet.

Von Bern direkt nach Zweisimmen

Da die Teststrecke ein voller Erfolg war, planen die Betreiber bereits für den kommenden Winter einen Ausbau der Strecke direkt ab Bahnhof Bern-Weissenbühl über das Gürbetal nach Thun, Spiez und Zweisimmen. Ab 7. Dezember ist auch im regulären Zugfahrplan ein Zug unterwegs, der «Lötschberger», der direkt von Bern nach Zweisimmen fährt. In Spiez wird der Zug gesplittet – ein Teil der Komposition fährt Richtung Lötschberg-Bergstrecke, der andere Richtung Zweisimmen.

Der «White Bull» ist eine Gegenoffensive zum Lötschberg-Basistunnel. Seit Mitte Dezember rollen die Züge durch den Lötschberg-Tunnel. Damit ist das Berner Oberland gefordert. Denn Berner sparen auf ihrer Reise nach Brig 72 Minuten ein. Gerade für Tagestouristen aus dem Grossraum Bern hat das Wallis als Skiregion an Attraktivität gewonnen. (nt)

Begehrter Preis

Zum neunten Mal verleiht das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) zusammen mit dem Schweizer Tourismus-Verband den Tourismuspreis «Milestone». Von den vierzehn nominierten Projekten für den Hauptpreis stammen fünf aus der Region Bern. Neben den zwei vorgestellten Beiträgen (siehe Texte nebenan) gehört auch die Internetseite www.yourgstaad.ch dazu. Das Projekt aus dem Simmental ist Angestellten im Gastrobereich gewidmet. Die Webseite ermöglicht es Mitarbeitern der Gastrobetriebe in der Region Saanenland, sich zu vernetzen. Das Angebot stellt alle nötigen Informationen zum Leben und Arbeiten in Gstaad zur Verfügung – unter anderem zu Unterkunft, Aufenthaltsbewilligung, Weiterbildung und freien Arbeitsstellen.

Der renommierte Preis wird am 10. November im Kultur-Casino Bern vergeben. (nt)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Der Bund

3001 Bern
Auflage 6x wöchentlich 56'295

1075326 / 571.19 / 65'546 mm2 / Farben: 3 Seite 11 16.10.2008

Auf der Webseite von SchweizMobil lassen sich neben Velo- und Wander- auch **Skatingrouten** planen. zvg

Mit dem Schnellzug **«White Bull»** reisen Schneesportler in 37 Minuten von Spiez nach Zweisimmen. zvg

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

La Pagina da Surmeir

7460 Savognin
Auflage 52x jährlich 1'700

1075326 / 571.19 / 23'989 mm2 / Farben: 0 Seite 5 16.10.2008

Milestone: amprendists da Planeiras èn nominos

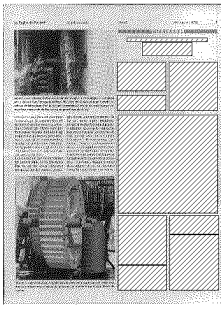
Dad amprendists per amprendists

● pb. Scu tgi dat distincziun, schinumnos «awards» per igl film, per producziuns da tv, per igl sport, per la musica ed anc bler oter, dattigl er ena distincziun per project turistics. Igls amprendists da Planeiras èn nominos per la disticziuns da giuventetna.

Igl nom digl premi da distincziun per igl turissem è «Milestone», chegl tgi vot deir tant scu paracar. Simbolicamaintg da metter en term sen la veia digl svilup turistic. Chesta distincziun turistica purtada dalla gasetta «hotel revue» da hotelleriesuisse e sustigneida digl dalla confederaziun antras SECO less dar impuls all'economia turistica cun sustigneir projects innovativs. Siva digl onn 2000 dattigl igl «Milestone». Er per prestaziuns extraordinarias aint igl turissem dattigl premis da rancunaschientscha. Uscheia ò Leo Jeker, igl manader administrativ da Savognin Pendicularas SA survagnia igl 2006 igl «Milestone» per sia ovra antiera scu pionier sen divers camps turistics an connex cun las pendicularas.

En premi da promoziun

Er chest onn dattigl puspe igl «Milestone». Chel vign surdo igls 10 da november 2008 agl Kultur-Casino a Berna. Passa 100 projects èn nias inoltros. Igls 2 d'otgover è stada la nominaziun, chegl tgi è tant scu ena preselecziun, noua tgi 20 projects èn anc vedlonder. Igls premis vignan surdos an quatter categorias: premi da promoziun, premi spezial per persistenza, ovra dalla veta dad ena persunalitad ed igl project extraordinari. Digl cantun Grischun èn nias nominos quatter projects. Chegl è eneda la marca regiunala grischuna cun igls capricorns, igl Hotel Vnà scu amprema vischnanca d'otel decentrala, igl rockresort dalla Arena Alvra a Laax cunter letgs freids ed igl de digls amprendists a Planeiras. Chel ò li la stad 2009 per la terza geda ed è nomino per igl premi da promoziun dalla giuventetna. L'ideia è stada chella tgi amprendists ed amprendistas dall'antiera regiun sa scuntran tras tot igls mastiers e lessan promover la tgapientscha vicendevla scu er la solidaritad e la sensibilitad turtistica.



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

La Pagina da Surmeir

7460 Savognin
Auflage 52x jährlich 1'700

1075326 / 571.19 / 23'989 mm2 / Farben: 0 Seite 5 16.10.2008

Chels tgi èn dumang igls purtaders digl turissem duessan gio oz neir sensibilisos da trer ved la soua an la madema direcziun.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Luzerner Rundschau

9500 Wil SG
Auflage 52x jährlich 39'469

1075326 / 571.19 / 64'030 mm2 / Farben: 3 Seite 5 16.10.2008

Im Scheinwerferlicht

2009 wird Luzern zum Mittelpunkt der Schweizer-Tourismusbranche

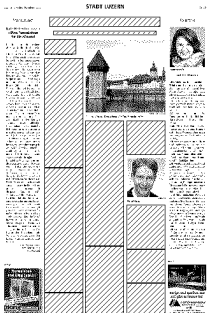
Die Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee wird im Frühjahr 2009 zur Drehscheibe der Schweizer Tourismusbranche.
Zum «Schweizer Ferientag», der Plattform des internationalen Tourismusmarketings, werden rund 1500 Branchenvertreter erwartet. Rund 450 internationale Reiseveranstalter und –journalisten treffen sich anlässlich des «Switzerland Travel Mart», des wichtigsten Incoming-Events, in Luzern.

«Nachhaltig oder erfolgreich?»

Der von der nationalen Tourismusorganisation Schweiz Tourismus (ST) durchgeführte Schweizer Ferientag wird im Jahr 2009 in Luzern stattfinden. Der zweitägige Anlass ist die Plattform des Schweizer Tourismus und wird jährlich zusammen mit einer Tourismusdestination und deren Partnern durchgeführt. Luzern darf am 3. April 2009 rund 1500 Vertreter von Tourismusdestinationen, touristischen Dachorganisationen sowie aus den Bereichen Hotellerie, Gastronomie, Kultur und Freizeit begrüssen. Am Kongress werden Referentinnen und Referenten wie Paola Ghillani (Unternehmensberaterin mit Spezialisierung in der Implementierung von Nachhaltigkeit und Ethik in der Wirtschaft), Andreas Meyer (CEO SBB), Ruud J. Reuland (Direktor Ecole Hôtelière de Lausanne), Hans Wiedemann (Managing Director im Badrutt's Palace Hotel St.Moritz) sowie Jürg Schmid (Direktor ST) unter der Leitung von Kurt Aeschbacher (SF) das Thema «Nachhaltig oder erfolgreich?» in Form eines Podiumsgesprächs beleuchten. David Bosshart, Geschäftsleiter des Gottlieb Duttweiler Instituts, wird im Beisein von Vertretern aus Politik und Bundesrat zum Thema «Der Gast der Zukunft» referieren.

Luzern als Gastgeberin des Switzerland Travel Mart 2009

Die Region Luzern-Vierwaldstättersee ist vom 15. bis 16. Mai 2009 Gastgeberin des Switzerland Travel Mart (STM), der grössten und wichtigsten Veranstaltung im Bereich des Incoming-Tourismus. In Zusammenarbeit mit ST, der Swiss und dem Switzerland Travel System begrüssen Luzern Tourismus und Partner rund 450 Einkäufer und Produktmanager von internationalen Reiseveranstaltern sowie Reisejournalisten aus 40 Ländern. Rund 400 Schweizer Aussteller werden Tourismusdestinationen und –regionen, Interessen- und Angebotsverbände, Verkehr und Hotellerie an der alle zwei Jahre stattfindenden Fachtagung vertreten. Luzern Tourismus koordiniert zusammen mit ST und ihren Partnern diverse Pre- und Post-Convention-Tours, um den Teilnehmern das touristische Angebot der



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Luzerner Rundschau

9500 Wil SG
Auflage 52x jährlich 39'469

1075326 / 571.19 / 64'030 mm2 / Farben: 3 Seite 5 16.10.2008

Region vor Ort zu präsentieren. Für die Region Luzern-Vierwaldstättersee bedeutet die Gastgeberrolle für diese beiden touristischen Grossanlässe nach der Auslosung der UEFA EURO 08 und dem Auftritt im «House of Switzerland» an den olympischen Sommerspielen in Peking erneut eine vielversprechende Möglichkeit, sich der internationalen Tourismusfach- und Medienwelt zu präsentieren.
Wir haben mit Tourismus-Direktor, Marcel Perren über die aktuelle Situation und gesprochen und einen Blick in die Zukunft gewagt.

Wie sind Sie bis anhin mit der diesjährigen Tourismus-Saison zufrieden?
Wir sind sehr zufrieden. Die Zusammenarbeit mit unseren touristischen Partnern ist sehr konstruktiv und es stehen viele spannende Projekte an. Nach dem Rekordegebnis im Jahr 2007 sind auch die Logiernächte-Zahlen nach wie vor auf sehr gutem Kurs.

Denken Sie, dass sich die weltweite Finanzkrise auf das Verhalten der Touristen aus dem amerikanischen und asiatischen Raum auswirken wird?
Mittelfristig muss mit einer negativen Entwicklung gerechnet werden. Für das Jahr 2009 rechnen wir mit einem Rückgang der Übernachtungen von ca. 4-5 %. Vor allem aus den USA erwarten wir weniger Gäste. Auf dem asiatischen Markt sind die Perspektiven besser. Vor allem aus Indien und China dürfen wir mehr Gäste erwarten.

Haben Sie sich bereits Gedanken gemacht, wie Luzern Tourismus darauf reagieren könnte?
Wir verfolgen weiterhin unseren Businessplan und haben uns klare Ziele gesetzt. Luzern Tourismus will die Marke LUZERN stärken und auch mehr Mittel ins Marketing investieren. Durch eine zielgerichtete Marktbearbeitung können wir teilweise auch konjunkturell bedingte Rückgänge aus einzelnen Märkten mit einem Zuwachs vor allem in den europäischen Märkten kompensieren.

Was bedeuten die beiden Grossanlässe im 2009 für die Touristenregion Innerschweiz?
Dies ist für uns und unsere Partner eine einmalige Chance, unsere Business- und Ferienregion den wichtigsten Reiseveranstaltern und Reisejournalisten aus aller Welt zu präsentieren. Eine Feriendestination ist ein Produkt, das man selbst erleben und sehen muss, um sich davon überzeugen zu können. Dies wird mit den beiden Veranstaltungen möglich.

Was bieten Sie den Teilnehmenden des STM konkret, um ihnen die Luzern-Vierwaldstättersee schmackhaft zu machen?
Im Vorfeld des STM und nach dem Anlass werden wir sogenannte Pre- resp. Post-Convention-Tours durchführen und so den Teilnehmern die Highlights unserer Region präsentieren. Die Anlässe des STM finden im Verkehrshaus, in der Messe Luzern und im KKL statt - also lernen die Teilnehmer schon während des STM attraktive Angebote kennen und werden sich die ganze Zeit über in der Stadt aufhalten. Nach dem STM werden die Teilnehmer zu Ausflügen auf den

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Luzerner Rundschau

9500 Wil SG
Auflage 52x jährlich 39'469

1075326 / 571.19 / 64'030 mm2 / Farben: 3 Seite 5 16.10.2008

See und in die Berge eingeladen.

Werden Sie die Erfahrungen, die Sie im House of Switzerland in Peking machen konnten, in die 2009 stattfindenen Events, einbringen?
Das sehr erfolgreiche «House of Switzerland» ist für uns ein Vorzeigeprojekt mit einer Win-Win-Situation. Durch eine enge Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Wirtschaft konnten wir wertvolle Synergien nutzen. Es freut uns auch, dass das Projekt für den Tourismuspreis «Milestone 09» nominiert wurde. Wir werden auch in der Zukunft vermehrt Kooperationen mit Wirtschaftspartnern und Projekte im Bereich einer Privat-Public-Partnerschaft suchen.

Jeannette Voltz

Marcel Perren

Bild: Mario P. Hermann

Luzern wird zur Drehscheibe der Tourismusbranche.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Walliser Bote

3930 Visp
Auflage 6x wöchentlich 26'727

1075326 / 571.19 / 63'470 mm2 / Farben: 0 Seite 5 16.10.2008

Ferien für Körper, Geist und Seele

Die Destination Leukerbad bietet mit dem kulturhistorischen Kapellenweg ein besonderes Ferienerlebnis an

Leukerbad. – **Die Destination Leukerbad bietet neu einen Wanderweg zu Sakralbauten der besonderen Art an. In seiner Aufmachung differenziert er sich von bekannt traditionellen Rundgängen dieser Art. Dabei steht die Kombination von Wellness, Kultur und spirituellem Tourismus im Vordergrund. Verbunden mit den Naturlandschaften bietet er eine ideale Möglichkeit, Körper, Geist und Seele in Einklang zu bringen. Der neue Kapellenweg wurde von der Arbeitsgruppe Kultur im Rahmen von Enjoy Switzerland realisiert.**

Das zweijährige Projekt Enjoy Switzerland Leukerbad läuft noch bis Ende Jahr. Unter der Leitung von Andreas Zenhäusern konnten bisher zahlreiche Projekte ausgearbeitet und umgesetzt (siehe unten) werden. Eines von ihnen ist der Kapellenweg innerhalb der Destination. Ortspfarrer Jean-Marie Perrig war es, der die Idee in die Arbeitsgruppe Kultur von Enjoy Switzerland einbrachte. Diese wurde umgehend aufgenommen. verfeinert und schliesslich zu einem attraktiven touristischen Angebot ausgearbeitet.

Ein besonderer und anderer Kapellenweg

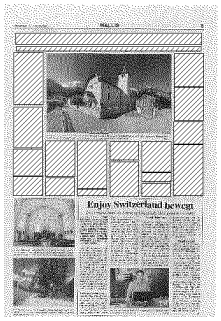
In der Schweiz und vorab auch im Oberwallis existieren bereits verschiedene Wege rund um die Sakralbauten mit einem dazugehörigen Führer. So war die Arbeitsgruppe einhellig der Meinung, einen speziellen, differenzierten, konfessionsunabhängigen Kapellenweg zu inszenieren und so ein attraktives Angebot in der freien Natur zu schaffen. Angesprochen sollen all jene sein, die in den Ferien auch Spiritualität suchen, kulturhistorisch interessiert und naturverbunden sind. Zudem wird bei jeder Kapelle oder Kirche eine persönliche Aktivität angeboten. Andreas Zenhäusern begründet: «Für viele Menschen sind Reisen und Ferien die einzige Möglichkeit, abseits vom Familienstress und beruflichen Verpflichtungen wieder zu sich selbst zu finden. Das berühmte Abschalten und Die-eigene-Mitte-Finden sind heute als touristische Angebote gefragter denn je. Immer mehr Gestresste und Ausgebrannte suchen deshalb Angebote mit spirituellem Mehrwert.»

Anregung zu persönlicher Aktivität

Die viereinhalbstündige Wanderung führt durch eine einzigartige Naturlandschaft in die Dörfer Leukerbad, Albinen und Inden zu Kapellen und Kirchen. Ein Führer, der von der Firma Mengis Druck und Verlag in Visp gestaltet und gedruckt wurde, in deutscher und französischer Sprache, zeigt die Wegroute auf und beschreibt die einzelnen Objekte. Bei jeder Kirche oder Kapelle lädt die Wanderung zu einer Aktivität vor Ort ein. So werden Möglichkeiten geboten, frankierte Postkarten zu schreiben, Orgelstücke oder historische Begebenheiten ab CD-Player zu hören sowie Online-Bilder zu bewundern. Zudem kann der Kapellenweg virtuell im Internet beschritten werden. «Im Zentrum steht die Aktivität. Der Weg wurde auch unter dem Aspekt «mehr Kultur ist mehr Tourismus», wie ihn letztlich die Europäische Tagung für Kulturtourismus in Siders darlegte, geschaffen», ergänzt Andreas Zenhäusern. Das Projekt wurde auch für den Wettbewerb «Milestone» eingereicht, schliesslich aber nicht nominiert, weil es bei der Eingabe noch zu wenig ausgereift war.

Eine Ergänzung zum Gesundheitstourismus

«Vorsorgen statt heilen.» Unter diesem Motto wollen immer mehr Menschen selbst etwas für ihr persönliches Wohlbefinden und ihre Gesundheit tun. Beauty- und Wellnessangebote zur Prävention und Linderung von Gesundheitsproblemen werden immer beliebter. Diesbezüglich weist die Destination Leukerbad ein breites und vielseitiges Angebot vor. Neben dem Körper darf auch das geistige Wohlbefinden, die Spiritualität nicht vergessen werden. Andreas Zenhäusern sieht den neuen Kapellenweg als passendes Angebot: «Er soll insbesondere diesen Aspekt berücksichtigen. Die Wanderung durch eine wunderschöne Naturlandschaft mit den spirituellen Orten bietet die ideale Möglichkeit, um Körper, Geist und Seele in Einklang zu bringen. Mit ihm kann die



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Walliser Bote

3930 Visp
Auflage 6x wöchentlich 26'727

1075326 / 571.19 / 63'470 mm2 / Farben: 0 Seite 5 16.10.2008

Destination Leukerbad zusätzlich zum Gesundheitstourismus auch einen spirituellen Tourismus anbieten.»

Angebot mit hohem Gästepotenzial

Die Kombination von Wellness, Kultur und spirituellem Tourismus, verbunden mit Erlebnissen, gilt als wegweisend für die Gäste. Immer mehr Menschen suchen während der Ferien nach entsprechenden Angeboten suchen. Umso mehr freut sich Andreas Zenhäusern über die Eröffnung des neuen Kapellenweges: «In Leukerbad wurde nicht nur darauf geachtet, eine Kurzbeschreibung zu geben, sondern ein dahingehendes Angebot zu schaffen. Mit der Wahl der Route in der herrlichen Natur und Ortschaften mit spezifischer Kultur wurde dies erreicht. Dem Wanderer begegnen neben den Sakralbauten mit ihren Beschrieben und Aktivitäten der Römerweg, ein Wasserfall, Blumenwiesen, idyllische Dörfer und historische Plätze.» Die Wanderung kann als ideale Tour für Frühling und Herbst bezeichnet werden. Jeweils am zweiten Donnerstag im Juni und Oktober wird sie als geführte Wanderung angeboten.

Einweihung ist am 23. Oktober

Im erwähnten Führer sind auch Wegbeschrieb, Übersichtskarte, Zeitangaben, Wanderprofil und Hinweise auf Ein- und Aufstiegsmöglichkeiten aufgeführt. Selbstverständlich kann jeder Ort, ohne die ganze Wanderung unter die Füsse nehmen zu müssen, einzeln aufgesucht werden. Am Donnerstag, 23. Oktober, wird nun der neue Kapellenweg in der Region von Leukerbad offiziell eröffnet. Treffpunkt ist um 8.00 Uhr bei der Pfarrkirche in Leukerbad. Bei der kostenlosen Teilnahme ist auch das Mittagessen inbegriffen. Die viereinhalbstündige Wanderung wird bei jeder Witterung durchgeführt. Aus organisatorischen Gründen sollte die Anmeldung bis am Mittwoch, 22. Oktober, bei Leukerbad Tourismus erfolgen. Wer sich jetzt schon einen Vorgeschmack auf dieses neue touristische Angebot von der Destination Leukerbad einholen will, der kann dies im Internet tun. **mav**

Die Pfarrkirche von Inden ist in den neuen Kapellenweg integriert. Dort sind für den Wanderer die berühmten Klänge der Walpen-Orgel zu hören. Eine CD liegt bereit und mit einem Tastendruck kann man die Orgelmusik geniessen. Bilder zvg

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Novitats

7007 Chur
Auflage 52x jährlich 4'949

1075326 / 571.19 / 19'907 mm2 / Farben: 0 Seite 11 17.10.2008

Lehrlingstag Lenzerheide für den Milestone nominiert

Der Lehrlingstag Lenzerheide wird von Lernenden für Lernende organisiert und findet im Sommer 2009 zum dritten Mal statt. Dieses Projekt wurde von Milestone Tourismuspreis Schweiz für den Nachwuchspreis nominiert. Am vergangenen Freitag fand das grosse Fotoshooting für die Nomination statt.

Für den Werbefilm der nominierten Milestone-Projekte, welcher am 10. November im Kultur-Casino Bern gezeigt wird, fand am vergangenen Freitag das Fotoshooting statt. Dabei wurden die Lernenden bei ihrer täglichen Arbeit in der typischen Arbeitsbekleidung sowie zusammen in der Gruppe fotografiert. Diese aussagekräftigen Fotos werden als animierte Bilder in den Werbefilm für den Milestone eingebaut.

Idee des Lehrlingstages

Beim Lehrlingstag treffen sich Lernende aus der ganzen Ferienregion und aus verschiedensten Branchen – vom Bäcker bis zum Heizungsmonteur über den Koch bis zur Hotelfachangestellten. Ziele des Lehrlingtages sind das gegenseitige Verständnis für die verschiedenen Branchen zu fördern sowie das Zusammengehörigkeitsgefühl und die Tourismussensibilisierung zu stärken.

Milestone

Der Milestone Tourismuspreis Schweiz ist die wichtigste Auszeichnung in der Branche und würdigt seit acht Jahren herausragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus. Er steht für Innovationen, Förderung von Know-how-Transfer, Attraktivität der Destination Schweiz und Publizität für die Tourismuswirtschaft. *(pd)*

Die Lehrlinge von der Region Lenzerheide hatten am letzten Freitag ein Fotoshooting für die Nomination für den Nachwuchspreis von Milestone Tourismuspreis Schweiz. (Bild zVg)

Milestone 2008: Titlis und Stanserhornbahn

Der «Milestone. Tourismuspreis Schweiz» ist die wichtigste Auszeichnung in der Tourismusbranche. Seit acht Jahren würdigt er herausragende Leistungen und Projekte. Der Preis ist mit 33'000 Franken dotiert und wird in vier Kategorien verliehen: herausragendes Projekt, Nachwuchspreis, Sonderpreis Nachhaltigkeit (Umwelt) und Lebenswerk einer Persönlichkeit. Für den Milestone 2008 sind mehr als 100 Projekte nominiert worden – darunter auch die Stanserhorn-Ranger und der Knorrli-Erlebnisweg der Bergbahnen Titlis Rotair.

Während die Stanserhorn-Ranger einen gewöhnlichen Bergbesuch in eine intensive Begegnung zwischen Mensch und Natur verwandeln sollen, bietet der Knorrli-Erlebnisweg auf dem Titlis Familien Wissenswertes rund um gesunde Ernährung und Bewegung. Weil es sich «spielend am besten lernt», wie es in der Projektbeschreibung heisst.

Der Milestone 2008 wird am 10. November im Kultur-Casino Bern verliehen.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Walliser Bote

3930 Visp
Auflage 6x wöchentlich 26'727

1075326 / 571.19 / 46'383 mm2 / Farben: 0 Seite 2 22.10.2008

Wer beerbt «Versehen Vergehen»?

Milestone-Wettbewerb 2008

Bern/Wallis. – **Zwanzig Projekte sind für den diesjährigen «Milestone Tourismuspreis Schweiz» nominiert. Am 10. November wird entschieden, wer Nachfolger der Visperterminer Inszenierung «Versehen Vergehen» wird.**

Bis zum offiziellen Schlusstermin der Ausschreibung am 21. August 2008 waren 104 Bewerbungen eingereicht worden. So viele waren es noch nie in der mittlerweile neunjährigen Geschichte des «Milestone Tourismuspreis Schweiz». Teilnahmeberechtigt sind alle im Schweizer Tourismus tätigen Personen, Unternehmen und Organisationen. Als Neuerung wird in diesem Jahr ein Umweltpreis eingeführt, der nachhaltige energiesparende Projekte speziell auszeichnen wird.

Walliser Projekte

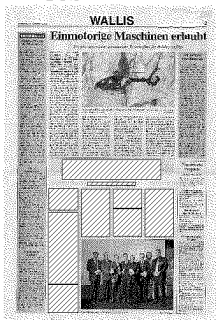
Unter den Nominierten zu diesem Umweltpreis findet sich ebenfalls ein Walliser Projekt. Es handelt sich um Wallo's Nachhaltigkeits Virus vom Ferienart Resort & Spa in Saas-Fee. «Vom normalen 5-Stern-Hotel zum nachhaltigsten 5-Stern-Hotel Europas mit unkonventionellen Massnahmen. Ferienart steht besonders für ehrliche Erholung mit gutem Gewissen – sozial und ökologisch sauber – eben nachhaltig», lobt die Milestone-Jury Hoteldirektor Beat Anthamatten und sein Ökoteam.

Mit dem «Ateliertag Tourismusberuf», einem von Enjoy Switzerland Leukerbad durchgeführten Anlass, ist ein zweites Walliser Projekt nominiert, und zwar in der Kategorie «Nachwuchspreis». Der Ateliertag Tourismusberufe ist am 15. Januar 2008 in Leukerbad durchgeführt worden. 98 Schülerinnen und Schüler der OS Leuk und Leukerbad hatten sich beteiligt. Die verschiedenen Leistungsträger der Destination ermöglichten den Jugendlichen eine Auswahl von über 140 Berufsangeboten. Im Mittelpunkt des Ateliertages stand nach der Betriebsbesichtigung und einer Einführung das praktische Arbeiten. Der Ateliertag sei von den Leistungsträgern und den Schülern professionell vor- und nachbereitet worden, schreibt die Milestone-Jury anerkennend.

Kein Walliser Projekt schaffte es in diesem Jahr indes in die Endauswahl der Hauptkategorie «Herausragendes Projekt». Als kleiner Trost mag vielleicht gelten, dass durch den Luzerner Tourismusdirektor Marcel Perren das Wallis, wenn auch nur indirekt, so doch vertreten ist. Luzern nutzte die einmalige Chance der Olympischen Spiele als strategische Marketingplattform und präsentierte sich im Wachstumsmarkt China als attraktive Reisedestination und dynamischer Wirtschaftsstandort. In Zusammenarbeit mit 11 Expo-Partnern aus Tourismus und Wirtschaft, der öffentlichen Hand und weiteren Partnern hatte Luzern Tourismus mit dem «House of Switzerland» einen attraktiven Begegnungsort geschaffen.

Ingesamt sind die vier Preiskategorien «Herausragendes Projekt», «Nachwuchspreis», «Sonderpreis Nachhaltigkeit» und «Lebenswerk einer Persönlichkeit» mit 33000 Franken dotiert. Für die Ehrung eines «Lebenswerks» wird ein Kandidat oder eine Kandidatin von der Jury direkt berufen.

Die Verleihung des Milestone wird am 10. November 2008 im Kultur-Casino Bern im Rahmen eines Galaabends über die Bühne gehen, im Kreise von über 500 Entscheidungsträgern aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Medien. **rob**


WALLIS
Einmotorige Maschinen erlaubt

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Walliser Bote

3930 Visp
Auflage 6x wöchentlich 26'727

1075326 / 571.19 / 46'383 mm2 / Farben: 0 Seite 2 22.10.2008

Stehen für Innovation: Die Milestone-Preisträger 2007. Foto ltr-milestone

Nominierte Projekte

Milestone 2008

Die zwanzig nominierten Projekte stammen aus den verschiedensten Landesgegenden und aus unterschiedlichen Themenbereichen. Es sind dies:

Nachwuchspreis

- **Ateliertag Tourismusberufe, Enjoy Switzerland Leukerbad, Andreas Zenhäusern, Leukerbad**
- Lehrlingstag Lenzerheide, Lenzerheide Tourismus
- Stefanie Loosli – Private Selection Hotels, Luzern

Sonderpreis

Nachhaltigkeit

- Programme de développement durable – Manôtel, Paul Muller, Genf
- Reka-Feriendorf Urnäsch, Gemeinde Urnäsch
- **Wallo's Nachhaltigkeits VIRUS – Ferienart Resort & Spa, Beat Anthamatten, Saas-Fee**

Herausragendes Projekt

- Appenzeller Genuss-Safari 2008 – Gemeinschaft etablierter Gastrobetriebe Appenzellerhof
- Bed and Breakfast Switzerland – Provoost Dorette, Villars-sur-Glâne
- Die Regionsmarke Graubünden – Graubünden Ferien, Chur
- Erlebnis Schweiz/Aare Seeland mobil AG, Langenthal
- Hotel Vnà, erstes dezentrales Hotel-Dorf – Stiftung Fundaziun Vnà und Piz Tschütta AG, Vnà
- Integriertes Destinationsmarketing für Zürich – Zürich Tourismus
- Luzern – Keypartner «House of Switzerland» in Peking – Luzern Tourismus, **Marcel Perren**
- rocksresort – Weisse Arena Gruppe, Laax
- SchweizMobil – Stiftung SchweizMobil, Bern
- Stanserhorn Ranger – Stanserhorn-Bahn-Gesellschaft, Stans
- Schneezug White Bull – Gstaad Mountain Rides, Gstaad
- Swiss Snow Weeks – Swiss Snowsports, Belp
- www.festivalhotel.ch! Das andere 5-Sternehotel! – Hotel Schweizerhof Luzern
- yourgstaad.ch – Hotelierverein Gstaad-Saanenland, Gstaad-Schönried

ARGUS Medienbeobachtung ARGUS der Presse AG Küdigerstrasse 15 Postfach CH-8027 Zürich
Tel. 044 388 82 00 Fax 044 388 82 01 www.argus.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Pöschtli

7007 Chur
Auflage 52x jährlich 8'759

1075326 / 571.19 / 37'762 mm2 / Farben: 3 Seite 7 23.10.2008

SAVOGNIN BERGBAHNEN AG

Generationenwechsel in der Unternehmensleitung

Aus dem 46. Geschäftsbericht 2007/08 der Savognin Bergbahnen AG entnehmen wir folgende Würdigungen:

Zwei markante Persönlichkeiten, deren Namen untrennbar mit unserer Unternehmung verbunden sind und es auch bleiben werden, nämlich Teias Wasescha und Leo Jeker, gehen nach 46 Jahren Tätigkeit für die Savognin Bergbahnen AG in Pension.

Teias Wasescha konnte die technische Leitung bereits am 1. Juni 2008 seinem Nachfolger Gerhard Marti (1968) übergeben. Gerhard Marti ist diplomierter Seilbahnfachmann mit eidgenössischem Fachausweis.

Leo Jeker wird die kaufmännische Leitung und den Vorsitz der Geschäftsleitung am 1. November 2008 auf Vendelin Coray (1965) übertragen. Vendelin Coray ist seit fünf Jahren erfolgreich als Direktor von Savognin Tourismus im Surses tätig. Leo Jeker bleibt im Verwaltungsrat und begleitet die Projekte.

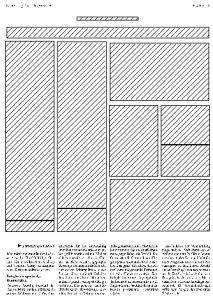
Teias Wasescha war seit der ersten Wintersaison 1962/63 im Dienste unserer Unternehmung, und zwar zuerst als Saisonangestellter, ab dem 15. April 1974 dann als ganzjährig Angestellter. Im Winter 1969/70 übernahm er die Stellvertretung der Betriebsleitung, und ab dem 1. Juni 1980 wurde ihm die sehr verantwortungsvolle Aufgabe der Betriebsleitung anvertraut. Im Jahre 1988 erfolgte seine Beförderung zum technischen Direktor, nachdem er ein Jahr zuvor das Diplom des Seilbahnfachmanns mit eidgenössischem Fachausweis erworben hatte.

Die Hingabe von Teias Wasescha für seine berufliche Aufgabe war in jeder Hinsicht vorbildlich. Die Verantwortung für den reibungslosen und sicheren Betrieb von Seilbahnen ist gross, und so scheute Teias Wasescha keine Mühe, dieser Verantwortung auch gerecht zu werden. Zu jeder Tages- und Nachtzeit war er einsatzbereit, und es konnte vorkommen, dass er während der ganzen Wintersaison praktisch keine Feiertage bezog. Seine unbedingte Bereitschaft zur Pflichterfüllung, sein Organisationstalent und seine Erfahrung, sein Flair für Technik und Energie und für einfache, praktische Hilfsmittel sind beispielhaft. Das blieb auch Aussenstehenden nicht verborgen. So wurde er durch das internationale Fachmagazin «Seilbahn und Bus Tourismus» für das Jahr 2003/04 mit dem Prädikat «Beste Betriebsführung» geehrt.

Auch Leo Jeker ist für unsere Gesellschaft seit deren Gründung tätig, welche am 25. Mai 1962 unter dem Namen Nandro Ski- und Sesselifte Savognin-Martegnas AG erfolgte. Leo Jeker war als Verwaltungslehrling bei Tobias Kuoni tätig, als die Gemeinde Savognin Ende 1961 dessen Advokaturbüro mit dem Mandat der touristischen Entwicklung und der Gründung einer Bergbahngesellschaft beauftragte. Leo Jeker arbeitete ab dieser Zeit zunehmend für die neu zu gründende Gesellschaft, in welche er hineinwuchs und in welcher er seine profesionelle Berufung fand.

Leo Jeker hat nicht nur unsere Unternehmung entscheidend geprägt und entwickelt. Vielmehr wurde er über die Kantons-, ja auch über die Landesgrenzen hinaus zur eigentlichen touristischen «Marke». Leo Jeker hat viele touristische Entwicklungen initiiert, gefördert und geprägt. Sein Name steht für Innovation, für unbedingte Treue zur Aufgabe und für selbstlosen Einsatz für Region und Unternehmung. Davon zeugen auch seine ehrenvollen Auszeichnungen. Das Fachmagazin «Seilbahn und Bus Tourismus» ernannte ihn zum Seilbahner des Jahres 2004, und im Jahre 2006 erhielt er den Schweizer Milestone für sein Lebenswerk, eine Auszeichnung, welche durch die Fachzeitung «hotel + tourismus revue», das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) und Schweiz Tourismus verliehen wurde.

Auch Leo Jeker musste den beruflichen Aufstieg sozusagen «abverdienen». 1970 wurde ihm die Prokura erteilt, 1971 avancierte er zum Vizedirektor, 1972 übernahm er die Leitung der Verwaltung (eine Aufgabe, welche mit der vollamtlichen Anstellung verbunden war), im Jahre 1978 wurde er zum kaufmännischen Direktor und zehn Jahre später zum Vorsitzenden der Geschäftsleitung und zum Direktor



befördert. Ab dem Jahre 1989 ist Leo Jeker auch Mitglied des Verwaltungsrats. Sein Einsatz und seine Leistung für unsere Unternehmung können nicht hoch genug geschätzt werden.

Verwaltungsrat
Savognin Bergbahnen AG

Reto Mengiardi (links) berät Leo Jeker in Sachen Gestaltung der freien Zeit im Ruhestand.

Auch Teias Wasescha (rechts) und seine Gemahlin erhalten Geschenke nach der langen verantwortungsvollen Zeit im Dienste der Bergbahnen. (Bilder Albert Pitschi)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Aroser Zeitung

7007 Chur
Auflage 52x jährlich 4'288

1075326 / 571.19 / 46'004 mm2 / Farben: 3 Seite 9 24.10.2008

SWISS SNOWSPORTS UND SCHWEIZER SKI- UND SNOWBOARDSCHULEN

Über 200 Delegierte waren zu Besuch in Arosa

● *Von Nadya Jeitziner*

Vom 16. bis 19. Oktober 2008 fanden in der Mehrzweckhalle und im «Tschuggen Grand Hotel» der jährliche Fortbildungskurs der 180 Leiter der Schweizer Ski- und Snowboardschulen sowie die Delegiertenversammlung von Swiss Snowsports statt. Neben Informationen vom Verband stand das Workshop-Thema «Fusionen der Schweizer Ski- und Snowboardschulen mit den Bergbahnen» im Vordergrund.

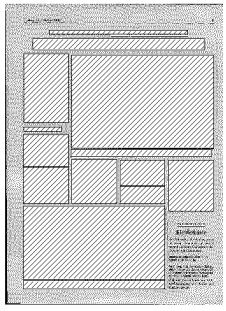
Die Leiter der Schweizer Ski- und Snowboardschulen und Delegierte von nationalen Verbänden wurden im «Tschuggen Grand Hotel» und von der Gemeinde willkommen geheissen und hielten ihren jährlichen Fortbildungskurs in der Mehrzweckhalle von Arosa ab. 180 Vertreter fanden sich zu den Theorien und dem Workshop ein.

Der Vizedirektor von Seilbahnen Schweiz und Vorstandsmitglied von Swiss Snowsports, Fulvio Sartori, hat den Direktoren in seinem Vortrag die momentane Marktsituation geschildert. Somit war die Grundlage zur gemeinsamen Analyse ihrer Stationen in Hinsicht auf Kooperationen und Fusionen mit Bergbahnen gegeben.

Zwischen den Theorien konnten alle Teilnehmer die jährlich parallel zum Kurs stattfindende Partnerausstellung besichtigen. Über 25 Aussteller aus der Schneesportindustrie sowie aus dem Gesundheits- und Fitnessbereich stellten ihre Produkte und Neuheiten für die eröffnete Wintersaison erfolgreich aus.

Erfreulicher Rückblick

An der Delegiertenversammlung vom Samstag, 18. Oktober, wurde auf ein erfolgreiches Jubiläums-Geschäftsjahr zurückgeblickt. Den über 200 Delegierten wurde der Jahresbericht präsentiert und der Direktor von Swiss Snowsports, Riet R. Campell, präsentierte Projekte und Aktionen für die kommende Wintersaison. Die Schweizer Ski- und Snowboardschulen mit ihrem Dachverband Swiss Snowsports werden auch im kommenden Winter viele Jugendförderungsprojekte und Aktionen mit nationalen Partnern wie Schweiz Tourismus und Seilbahnen Schweiz durchführen. Die für den «Milestone» nominierten Swiss Snow Weeks werden wiederum im Januar 2009 durchgeführt. Zusätzlich gilt es an den Skilehrer-Weltmeisterschaften vom März 2009 in Maribor die erkämpften Weltmeister-Titel von Levi (Fin) zu verteidigen.



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Aroser Zeitung

7007 Chur
Auflage 52x jährlich 4'288

1075326 / 571.19 / 46'004 mm2 / Farben: 3 Seite 9 24.10.2008

Gäste und Gastgeber (v.l.): Karl Eggen, Präsident von Swiss Snowsports, Gemeindepräsident Vincenz Vital, Riet R. Campell, Direktor von Swiss Snowsports und Noldi Heiz (Skischulleiter Arosa).

Über 25 Aussteller nutzten die Gelegenheit, den 200 Skischulleitern aus der ganzen Schweiz ihre Produkte anzubieten. *(Bilder Peter Lüscher)*

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

persönlich
Marketing+Unternehmungsführung
8640 Rapperswil SG
Auflage 10x jährlich 6'277

1075326 / 571.19 / 264'296 mm2 / Farben: 3 Seite 60 24.10.2008

ABGANG EINES "AUSLAUFMODELLS"

Legende mit Alphorn: Ende Oktober tritt Hanspeter Danuser – nicht ganz freiwillig – als Kurdirektor von St. Moritz zurück. Während Jahrzehnten verkörperte der 61-Jährige weltweit den Engadiner Nobelkurort und machte ihn zu einem der berühmtesten Brands. Doch Danuser eckte auch an: So wehrte er sich regelmässig gegen den Zweitwohnungsbau und die überbordende Bautätigkeit im Oberengadin. Grund genug für einen Rückblick auf eine der schillerndsten und innovativsten Marketingprofis der Schweiz.

Text: **Heini Hofmann** Bilder: **KVSM**

Während dreier Jahrzehnte war Hanspeter Danuser so etwas wie ein lebendes Logo von St. Moritz. Er prägte als dynamischer Kur- und Verkehrsdirektor das Image des Nobelferienortes, war Initiant verschiedener touristischer Pioniertaten und Promotor unkonventioneller Marketingideen, wofür er mehrere Auszeichnungen erhielt. Ende dieser Saison tritt er ab – als letzter klassischer Kurdirektor.

IKONE UND AUSLAUFMODELL

Mit seinen Alphornauftritten auf Werbetourneen rund um den Globus wurde er selbst zur Ikone. Doch ob allem Erfolg – und dies ist wohl das Geheimnis seines Palmarès – blieb er immer sich selbst, nimmermüde aktiv, aber bescheiden, offen und freundlich zu allen. Wäre er nicht Kurdirektor, sondern Chef eines Unternehmens, würde man ihn nicht als Manager, sondern als Patron bezeichnen, als etwas, das es eigentlich gar nicht mehr gibt. Deshalb nennt er sich selbst, humorvoll wie er ist, "ein Auslaufmodell".

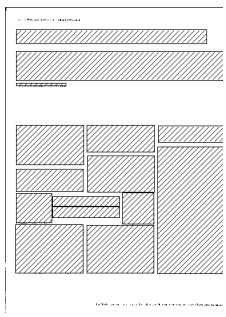
Als Kind wollte er Bauer werden. "Ab acht Jahren war ich im Sommer jeweils ein paar Monate Hüterbub bei Bergbauern ob Flims und im hintern Safiental." Organisieren konnte er schon immer. So gründete er in Felsberg eine erfolgreiche Pfadigruppe. Seine Unkompliziertheit

"Der Erfolg des St. Moritzer Markenerfolgs ist nichts anderes als die langfristige Beherrschung einiger Grundregeln des Brandings."

und Offenheit ebneten ihm den Weg; denn welche gestandene Persönlichkeit ist schon so ehrlich und gibt unumwunden zu Protokoll, dass sie die Matura nur mit viel Glück geschafft habe. Dafür hat Danuser im Leben seinen Mann gestanden und hat etwas bewegt.

LOB AUF TÜCHTIGE VORREITER

Bescheidenheit offenbart sich auch darin, dass der heute gefeierte Tourismusprofi zuerst auf die Leistungen jener hinweist, die vor ihm waren, Pioniere wie Johannes Badrutt (Hotelpionier und "Erfinder" des Wintertourismus) und Camill Hofmann (Dorfpfarrer, Kommunikator und "Erfinder" der Feriendestination) sowie seine beiden direkten Vorgänger im Amt, Walter Amstutz (Kommunikations- und Branding-Genie, "Erfinder" des Sonnenlogos) und Peter



Kasper (der die Grösse hatte, die bewährte Marke zu übernehmen, und zudem den Turnaround nach dem Krieg schaffte).
"Sie alle haben das begründet, worauf ich aufbauen konnte, nämlich die Strategie der hohen Qualität, das heisst gleicher Komfort wie in Paris, London oder New York, aber auf einer Höhe von 1800 Metern." Seine Antwort auf die Frage, welches denn sein grösster beruflicher Erfolg sei, lautet er ebenso bescheiden: "Die Fortsetzung der Arbeit meiner beiden Vorgänger Kasper und Amstutz mit den Mitteln modernen Marketings sowie die Entdeckung und Optimierung der Marke im Destinationstourismus."

PATHOLOGISCHER OPTIMIST

Sein Arbeitspensum ist randvoll, als Kurdirektor ist er gefragt wie ein roter Hund. Doch das schafft er locker; er beginnt den Tag immer dort, wo er angefangen hat – ganz unten. Im Keller des Gemeindehauses ist jeden Werktag um 7.00 Uhr Alphorntraining angesagt. Weil er in der Gruppe die erste Stimme spielt, muss er auch die hohen Töne beherrschen. So wie er sich auch unter der Hautevolee des Nobelkurorts sicher bewegen muss.
Selber zählt er sich zwar nicht zur feinen Gesellschaft, muss aber vielen Schickimicki-Anlässen seine Aufwartung machen. Das kann recht anstrengend sein; so muss er zum Beispiel an Silvester ein halbes Dutzend Mal die Kleidung wechseln. Auch das ist für ihn kein Problem, da er den Tenüfez (schneller Kleiderwechsel) vom Militär her gewohnt ist. Die vielen Partys und Events besucht er aber wohlweislich nur halbstundenweise, "weil man sonst die Bodenhaftung verliert". Dafür verbringt er die freien Tage – gleich wie der Bündner Bär – gerne in der Stille des Albulatals. Kurz: Der "letzte Kurdirektor" von St. Moritz ist ein dynamischer Macher. Doch Ende Saison geht er nun – nach dreissig Jahren im Amt – unfreiwillig, aber in Ehren in Frühpension. Denn wer aktiv ist und Erfolge feiert, hat auch Neider, die finden, dass dreissig Jahre "Mister St. Moritz" genug seien. Doch er nimmt es locker und macht bis zum letzten Tag Dampf im Kessel – gemäss seinem Motto: "Ein Kurdirektor muss ein pathologischer Optimist sein." Aber auch nach seinem Abgang werden seine Spuren sichtbar bleiben: St. Moritz figuriert heute nicht nur unter den wertvollsten Marken der Schweiz, es ist auch zu einem eigentlichen Global Brand geworden, wie auf dem Gebirgsflugplatz die vielen Privatjets aus aller Herren Länder belegen. Selbstbeweihräucherndes Eigenlob? Mitnichten; denn diese Beurteilung stammt von ausserhalb der Schweiz, wo man keine Gratislorbeeren zu verteilen pflegt.Gemäss einer Studie der Universität Wien ist St. Moritz die bekannteste Feriendestinations-Marke schlechthin, und laut deutscher Marktforschung der mit Abstand bekannteste Winterferienort, der sogar in Übersee Messwerte anderer bekannter Schweizer Produkt- und Dienstleistungsmarken deutlich übertrumpft. Doch was führte zu solcher Vormachtstellung einer einzelnen Marke? Drei Dinge: zum einen ein während mehr als 150 Jahren gelebter Pioniergeist im Engadiner Weltdorf, welcher das solide Fundament zum Erfolg legte, zum andern ein gekonntes professionelles Branding und schliesslich Kurdirektoren mit Verve und Ideen. Der letzte dieser Spezies, Hanspeter Danuser, der nun 2008 seine Abschiedssaison bestreitet, machte seinen Beruf zur Berufung und lief in Erfüllung seiner Aufgabe zu Hochform auf.

MARKENWUNDER ST. MORITZ

"Das Phänomen des St. Moritzer Markenerfolgs", dessen ist Hanspeter Danuser überzeugt, "ist nichts weiter als langfristiges Beherzigen einiger Grundprinzipien professionellen Brandings, das heisst gute Qualität in Angebot, Design und Kommunikation, langfristige Strategien, innovative und nachhaltige Produkt- und Kommunikationspolitik, einzigartiger und unverwechselbarer Auftritt am Markt mit langfristig glaubwürdiger, klarer Positionierung sowie einfache, aber starke Identität."
Das Resultat solcher Konsequenz: Heute wer-

den in diesem vom Bauerndorf zum Nobelkurort mutierten und im abgelegenen Engadiner Hochtal auf über 1800 Meter Höhe gelegenen St. Moritz pro Quadratmeter Wohnfläche die schweizweit höchsten Spitzenpreise von mehr als 30000 Franken bezahlt. Grund dafür ist – neben der wunderschönen Seen- und Gebirgslandschaft, der hohen Schneesicherheit, der qualitativ hochstehenden Angebots- und Servicequalität und der strahlenden Engadiner Sonne – nicht zuletzt auch der hohe Bekanntheitsgrad der Marke St. Moritz. "Nur so ist erklärbar", meint der erfahrene Tourismusfachmann, "dass in diesem Ort auf 1000 Einwohner im Schnitt ein Luxushotel und zwei Erstklasshäuser zu stehen kommen – die weltweit höchste Dichte an Nobeletablissements. Das zeigt, dass die Investoren an die Zukunft des Ortes glauben und der Marke St. Moritz ihr Vertrauen schenken." Die Perlenkette von Danusers "Marketing-Erfindungen" ist lang: 1978/79 kreierte er den symbol- und heimatträchtigen Begriff "Heidiland" und liess ihn pfiffigerweise auch gleich als Marke schützen. 1981 initiierte er den Relaunch des "Glacier-Express", des "langsamsten Schnellzugs der Welt", der als "Märchen auf Schienen" quer durch die Schatztruhen imposanter Gebirgslandschaft fährt und zwei erste alpine Adressen verbindet, St. Moritz und Zermatt. Dasselbe folgte mit "Bernina-Express" und "Palm-Express". Aber der Grandcoup folgte 1986, als Hanspeter Danuser St. Moritz als Wortmarke registrieren liess – notabene als ersten geschützten Ortsnamen der Welt! Das war die Geburtsstunde des Markenbegriffs im Destinations-Management. Doch nicht genug: Der clevere Touristikpionier vergab den Brand "St. Moritz – Top of the World" in Lizenz an strategische Partner aus der Privatwirtschaft – ein zu jener Zeit revolutionäres und (aus dem Blickwinkel der Konkurrenz) umstrittenes Verhalten für einen Kurort.

LEADER ALLER BERGFERIENORTE

Hanspeter Danuser ist fest davon überzeugt: "Professionelles Branding wird – wie in andern Wirtschaftsbereichen – auch im Destinationsmanagement immer wichtiger. Dies verlangt von den Verantwortlichen nicht nur hohe Kompetenz, persönliches Commitment und Überzeugung, sondern auch personelle Kontinuität. All das schafft Vertrauen, Sympathie und Goodwill am Markt." Und er doppelt nach: "Basis des Markenmythos St. Moritz war und ist die langfristige, konsequente und konsistente Umsetzung klarer Marketingstrategien, die darauf abzielen, St. Moritz weltweit zur ersten Adresse unter allen Bergferienorten zu machen."
"Doch dies", und dessen ist sich "Mister St. Moritz" bewusst, "kann mangels grosser Finanzmittel nicht über konventionelle Kampagnen erreicht werden, sondern hat sich durch innovatives Eventmarketing bewährt, auf dessen Plattform der Brand St. Moritz virtuos und äusserst wirksam inszeniert wird. Deshalb gibt der Kur- und Verkehrsverein St. Moritz gut die Hälfte seiner operativ verfügbaren Mittel hierfür aus und nimmt dank Lizenzierung seiner Marke jährlich einen sechsstelligen Betrag ein, der zum Teil wieder der Brandinszenierung zufliesst."

DIE KUH VERKAUFT STATT DIE MILCH

Der erfahrene Touristiker mit Bodenhaftung kennt auch die verborgenen Gefahren des Erfolgs. Deshalb ist er nicht für Wachstum um jeden Preis. "Ein Tal auf 1800 Meter über Meer. sollte nicht mehr als 100000 Betten haben; sonst sind wir auf Dauer nicht mehr Top of the World – wegen Verkehrs-, Logistik- und Recyclingproblemen. In der Hochsaison sind wir jetzt schon die sechstgrösste Stadt der Schweiz. Darum setzen wir auch auf das Clean-Energy-Projekt und auf umweltfreundliches Reisen."
Und er sagt es im Brustton der Überzeugung: "Es geht in erster Linie um Produktivitätssteigerung, um qualitatives Wachstum. Seit 25 Jahren bin ich gegen jedes zusätzliche Bett ausserhalb der Hotellerie. Wichtig wäre, dass die Zweitwohnungen im Nobelkurort besser ausgelastet werden, durch Vermietung an Zweitwohnungsbenützer; denn viele Ferienwohnungen stehen elf Monate im Jahr

leer und werden durchgeheizt, was jeder Nachhaltigkeit widerspricht. Man hat", gibt Danuser aus Erfahrung zu bedenken, "lange das schnelle Geschäft gesucht, die Kuh verkauft statt die Milch. Das grösste Kapital eines Kurdirektors in den Bergen sind intakte Landschaft und Natur. Deshalb haben wir gegen einen unbeschränkten Boom von Zweitwohnungen angekämpft und für deren Weitervermietung plädiert. Auch der ägyptische Investor Sawiris will in Andermatt jeden Villenkäufer überzeugen, zu vermieten. Denn hätte man in einem Nobelkurort plötzlich nur noch jene Gäste, die zwei Wochen in ihren Wohnungen verbringen, würde der Nimbus auch der Marke St. Moritz rasch verblassen."

KURDIREKTOR UND TRAUMBERATER

Eines wurde Hanspeter Danuser im Lauf seiner Tätigkeit bewusst: "Tourismus-Marketing ist viel komplexer als Konsumgüter-Marketing. Die Anforderungen im Tourismus-Business sind heute enorm. Man muss strategisch denken und taktisch handeln, Zusammenhänge erkennen und spüren, wie die Märkte funktionieren. Denn ein Angebot kommt erst dann zum Tragen, wenn man es kennt. Und hier liegt die Crux der Schweiz; wir sind keine Marktschreier und stellen unsere hervorragenden Produkte meist unter den Scheffel." Sagt einer, der es anders machte.

Seine Aussage gipfelt in der verschmitzt vorgetragenen Feststellung: "Ferien sind Gefühlsprodukte, und Ferienentscheide sind Bauchentscheide. Also müssen die Angebote emotional verpackt und kommuniziert werden, sich an denselben Gesetzmässigkeiten orientieren wie vergleichbare Produkte der Konsumgüterindustrie, Kosmetika etwa, oder Uhren. Deshalb ist man als Kurdirektor in dieser 'kurligen' Branche so etwas wie ein Berater für Träume." Sagt's und wendet sich für einen Fototermin einer Gruppe ihn umlagernder Feriengäste aus einer der drei Sister Cities von St. Moritz zu (das da sind: Kutchan in Japan seit 1964, Bariloche in Argentinien seit 1981 und Town of Vail in USA seit 1994).

DANUSERHORN IM NACHKLANG

Als Botschafter aus der Bergwelt hat Hans peter Danuser sein eigenes Marketing-Rezept gefunden. Obschon es problemfreiere Gepäckstücke gäbe als Alphörner, hat er seit einem Vierteljahrhundert auf jede Geschäftsreise in alle Ecken der Welt das sperrige Instrument mitgenommen. "Denn", so meint er, "das Alphorn ist wie eine gute Marke: einmalig, einzigartig, unverwechselbar. Es ist voller Geschichten, die meiner Botschaft für Ferien in der Schweiz Glaubwürdigkeit verleihen. Was ich sage, vergessen die meisten rasch; das Alphorn jedoch bleibt in Erinnerung, oft das ganze Leben lang."

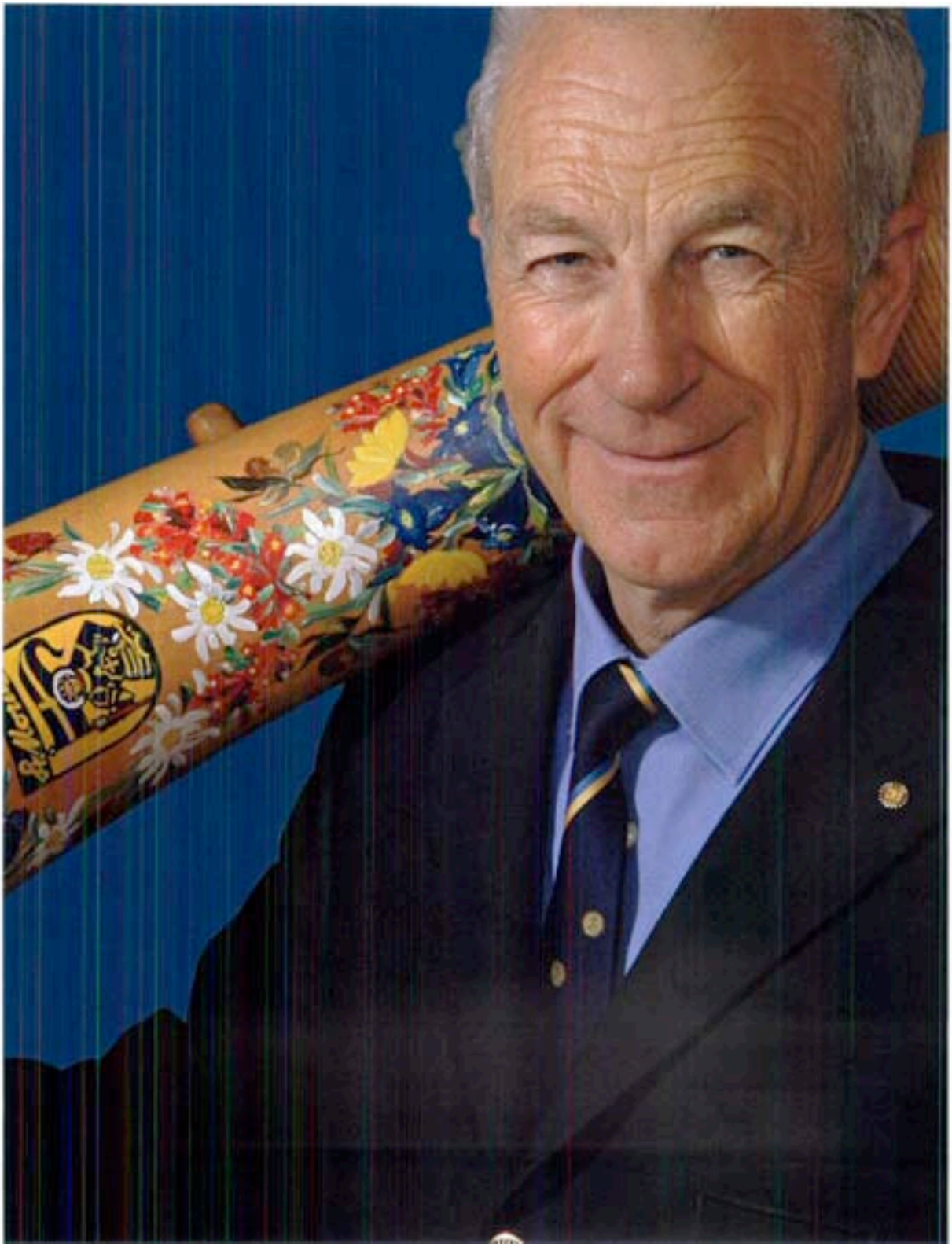
So blieb denn sein Alphorn kein verschupftes "Geröllhaldensaxophon", sondern wurde global fast so bekannt wie das Matterhorn, und man wird sich im Nobelkurort St. Moritz auch noch Jahre später an den letzten Kurdirektor und die eigene bäuerliche Vergangenheit erinnern, immer dann nämlich, wenn irgendwo von den Bergen Alphornklänge widerhallen. Warum eigentlich, so fragt man sich, trägt dieses Instrument nicht die Marke Danuserhorn? ■

DIE DANUSER-STORY

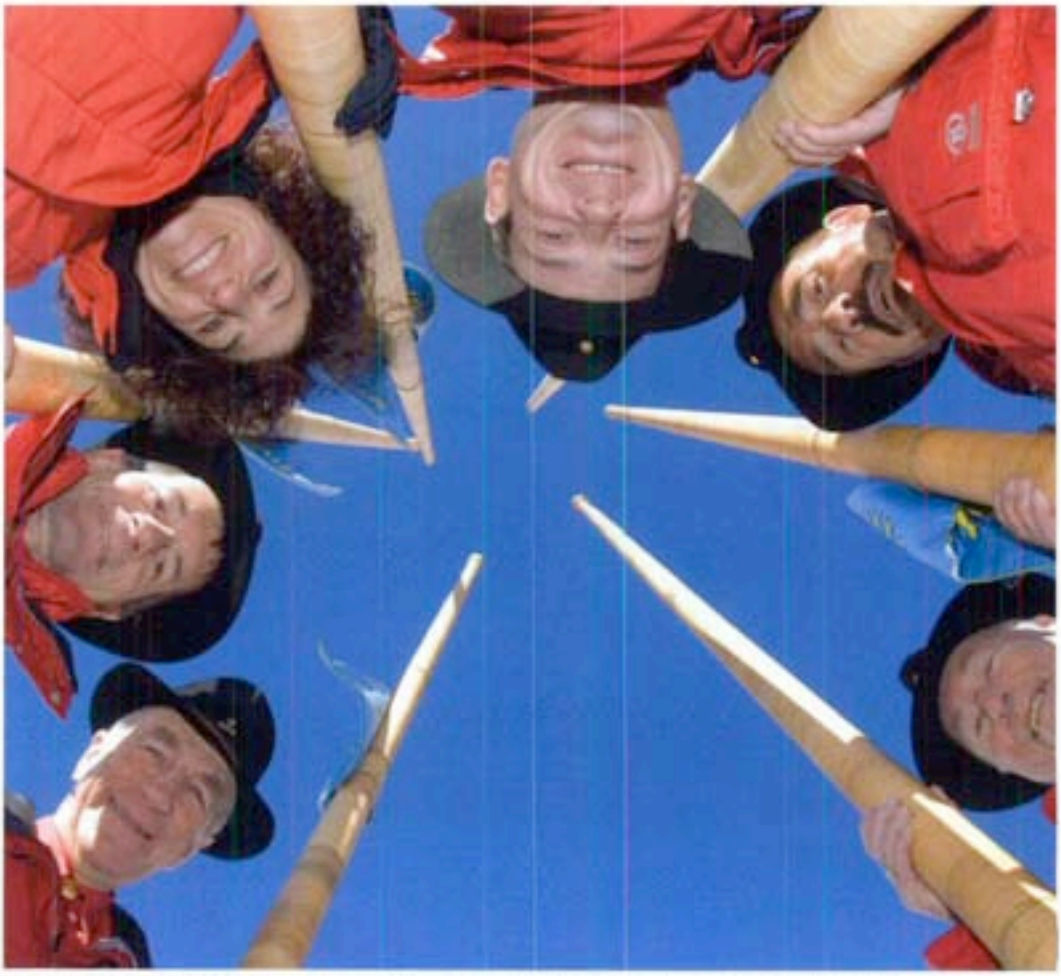
Geboren und aufgewachsen ist "der letzte Kurdirektor" Hanspeter Danuser am 31. Juli 1947 in Felsberg (als Nachbar der Bundesratsfamilie Schlumpf). Er ist Bürger von Felsberg und St. Moritz und Vater von zwei Söhnen. Sein Werdegang ist geradlinig und zielstrebig: Kantonsschule Chur, dann Abschlüsse an der HSG St. Gallen für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (lic. oec.) und an der Universität Zürich (Dr. oec.) – beide mit "magna cum laude". Finanzierung des Studiums als Dachdecker, Kantonsschul- und KV-Lehrer. Nach der Dissertation in Zusammenarbeit mit der Swissair ("Berufsbild und Ausbildung der Air-Hostess") folgten Produkt-Management bei Nestlé (Nescafé) und Direktionsassistenz bei CWS-International – bis er 1978 Kur- und Verkehrsdirektor von St. Moritz wurde. Das Palmarès von Hanspeter Danuser lässt sich sehen: 1987 "Marketingpreis"der Schweizerischen Gesellschaft für Marketing (GfM) für die "nachhaltige, systematische und originelle Marketing-Leistung für einen internationalen Kur- und Touristikort". 1999 "Kopf des Jahres" in der Kategorie "Kurdirektoren, Erfinder, Hoteliers, Piloten und Unternehmer", gekürt durch die *Sonntags-Zeitung*. 2003 "Bündner des Jahres", "Milestone Tourismuspreis Schweiz" in der Kategorie "Lebenswerk einer Persönlichkeit" sowie "Tourismuspreis" der Edition *Salz & Pfeffer*. 2006 "Preis Herbert", der an Zeitungsverleger Herbert Gossweiler erinnert und jährlich an eine Persönlichkeit verliehen wird, die sich in den Medien um den alpinen Raum in Europa verdient gemacht hat (bisherige Preisträger: Franz Beckenbauer, Reinhold Messner, Sonja und Willy Bogner, Bernhard Russi, Stephan Eicher und Klaus Schwab). 2007 erhielt Hanspeter Danuser auch noch den "Europapreis des EWI".

Sportlichkeit und körperliche Fitness sind für einen St. Moritzer Kurdirektor eine Selbstverständlichkeit.

persönlich
Marketing+Unternehmungsführung
8640 Rapperswil SG
Auflage 10x jährlich 6'277



Flugzeugtaufe im Schnee: Strategische Partner werden zu Lizenznehmern des Brands von St. Moritz.



Rund um den Globus hat "Mister St. Moritz" mit Alphornklängen für das Engadiner Weltdorf geworben.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Wochen-Zeitung
FÜR DAS EMMENTAL UND ENTLEBUCH

3550 Langnau BE
Auflage 52x jährlich 36'296

1075326 / 571.19 / 10'147 mm2 / Farben: 0 Seite 11 30.10.2008

FLÜHLI-SÖRENBERG

Bruno Fläcklin hat gekündigt

pd. **Tourismusdirektor Bruno Fläcklin verlässt Sörenberg Flühli Tourismus per Ende März 2009. Tourismusverein und Bergbahnen starten eine Organisationsanalyse zur Nachfolgeregelung.**

Seit September 2002 führt Bruno Fläcklin als Tourismusdirektor die touristischen Geschicke der Ferienregion Sörenberg Flühli. Während der letzten sechs Jahre hat Bruno Fläcklin gemeinsam mit den Leistungsträgern einige wichtige Projekte umsetzen können, dazu gehören die Kneippanlage Schwandalpweiher, der Biosphärenpass und die Entlebucher Alpabfahrt. Auch bei der Positionierung der Ferienregion innerhalb der Unesco Biosphäre Entlebuch war Bruno Fläcklin federführend. Im Jahr 2004 wurde er mit dem Tourismuspreis Milestone als Nachwuchskraft ausgezeichnet.

Bruno Fläcklin wird ab 1. Februar 2009 in Teilzeit und ab 1. April 2009 ganz für die Schweizer Reisekasse Reka in Bern arbeiten. Als Leiter Marketing/Verkauf Familienferien ist er für die Angebotsgestaltung, die Vermarktung und die Buchungszentrale des grössten Familienferienanbieters der Schweiz zuständig.

Nachfolgeregelung erfordert Zeit

Der Vorstand von Sörenberg Flühli Tourismus hat entschieden, im Vorfeld der Stellenausschreibung eine Organisations- und Strukturanalyse zu starten. Gemeinsam mit den Bergbahnen sollen die Organisationen überprüft werden und gemeinsame Synergien noch besser genutzt werden. Aufgrund der Analyse wird die Stelle dann öffentlich ausgeschrieben.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Herisauer Zeitung

9102 Herisau
Auflage 52x jährlich 25'426

1075326 / 571.19 / 40'105 mm2 / Farben: 3 Seite 11 05.11.2008

Nominiert für den Tourismuspreis Schweiz

Reka-Feriendorf und Appenzeller Genuss-Safari in der Endausscheidung

Speicher/Urnäsch. Das Appenzellerland hat im Bereich Tourismus sehr viel zu bieten und baut die Palette an Angeboten laufend aus. Nun wurden zwei der beliebtesten Projekte für die wichtigste Auszeichnung der Tourismus-Branche nominiert.

Bereits zum neuten Mal wird der Mile-stone, die grösste Auszeichnung im Bereich Tourismus in der Schweiz, am kommenden Montag, 10. November, vergeben. Von 104 Bewerbungen wurden Anfang Oktober 20 für den Preis nominiert. Unter den ausgewählten befinden sich die Appenzeller Genuss-Safari als herausragendes Projekt und das Reka-Feriendorf für den Sonderpreis Nachhaltigkeit.

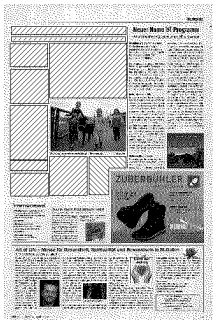
Permanent ausgebucht

«Ich freue mich sehr über die Nominierung und bin gespannt über den Ausgang», erzählt Stefan Frischknecht, Gemeindepräsident von Urnäsch. «Es war ein richtiger Aufsteller und es bieten sich wohl reale Chancen für das Reka-Feriendorf.» Die Anlage war seit der Eröffnung permanent ausgebucht und wird nun während des laufenden Monats bis Mitte Dezember geschlossen, um Wartungsarbeiten durchzuführen. «Der gesamte Verlauf seit der Eröffnung zeigt die grosse Beliebtheit und die Begeisterung der Gäste. Manche besuchten die Anlage sogar schon zwei Mal», so Hans-Koni Frischknecht, Gastgeber im Reka-Feriendorf. «Menschen aus der ganzen Welt reisen an, um das Appenzeller Brauchtum, die Natur und viele weitere Angebote kennenzulernen.»

Appenzeller Brauchtum mal anders

Die Appenzeller Kultur und Tradition lässt sich ebenfalls auf eine besondere Weise kennenlernen. Bei der Appenzeller Genuss-Safari, welche auf sieben Etappen und insgesamt zwölf Stunden Weg einen Einblick in die kulinarischen Eigenheiten des Appenzellerlandes bietet, werden Teilnehmern bereits seit drei Jahren Brauchtum, Kultur und Tradition nahe gebracht. Ende Oktober fand die letzte öffentliche Genuss-Safari dieses Jahres statt. Gruppen können sich jedoch jederzeit anmelden. «Jede Etappe ist ein Höhepunkt, da neben der Kulinarik auch der passende Hintergrund geboten wird. Von Erzählungen des Reiseleiters über die musikalische Unterhaltung bis zu Aktivitäten wie dem Backen eines Bibers, die Genuss-Safari bietet sehr viel Abwechslung», erzählt Herbert Sidler vom «Appenzellerhof» in Speicher. «Ich bin überzeugt von unserem Projekt und denke, dass wir reale Chancen haben, den Preis zu gewinnen.»

Weitere Informationen zum Milestone und den nominierten Projekten erhält man unter www.htr-milestone.ch. SFE



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Herisauer Zeitung

9102 Herisau
Auflage 52x jährlich 25'426

1075326 / 571.19 / 40'105 mm2 / Farben: 3 Seite 11 05.11.2008

Auf der Genuss-Safari wird einem ein Rundum-Erlebnis geboten.

Kinder sind begeistert von den Angeboten im Reka Feriendorf. Bilder: zVg.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Basel
8050 Zürich
Auflage 5x wöchentlich 75'000

1075326 / 571.19 / 11'056 mm2 / Farben: 3 Seite 10 06.11.2008

Touristiker Raphael Wyniger setzt auf das bestehende Konzept.

Teuflisch gut mit dem Tourismus vernetzt

Neuer Inhaber für Traditionsbetrieb «Teufelhof»

Das bekannte Kultur- und Gasthaus «Teufelhof» erhält einen neuen Besitzer. Ab dem 1. Februar 2009 kümmert sich der noch amtierende Vizedirektor von Basel Tourismus, Raphael Wyniger, um den «Teufelhof».

«Es ist eine Ehre, dass ich in diesem Betrieb Gastgeber sein darf», sagt der Marketingexperte, der die Hotelfachschule in Luzern besucht hat. Das Besitzer-Ehepaar Monica und Dominique Thommy-Kneschaurek hatte für das spezielle Konzept 2001 den touristischen Innovationspreis «Milestone» erhalten. Der Betrieb ist nämlich Theater, Restaurant, Museum und Hotel zugleich. «Dieses sehr erfolgreiche Konzept wird auch unter meiner Leitung bestehen bleiben», sagt der künftige Inhaber. Dank seiner Erfahrung in Sachen Marketing bei Basel Tourismus will der 33-Jährige eben dieses Konzept noch «breiter verkaufen.» (kar)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 29'592 mm2 / Farben: 3 Seite 1 07.11.2008

Marke graubünden

Die RhB-Doppelrolle als Markenbotschafterin

Als Unesco-Welterbe ist die Rhätische Bahn einer der wertvollsten Imageträger des Tourismuskantons. Bloss eine Statistenrolle spielt die RhB aber als Botschafterin der Marke graubünden.

Von Norbert Waser

NächsteWoche entscheidet sich, an wen dieses Jahr die begehrten «Milestone»-Tourismuspreise gehen. In der Kategorie «Herausragendes Projekt» ist auch die Regionenmarke graubünden nominiert. Fünf Jahre nach ihrer von heftigen Geburtswehen begleiteten Lancierung hat die Marke den Durchbruch geschafft.

Nach der Pionierregion Lenzerheide-Valbella, haben sich mit Chur, Prättigau, Viamala und Engadin Scuol (Nationalparkregion) weitere Tourismusorganisationen voll unter das Markendach begeben. Auch als Produktemarke (Holz, Wein, Milch, Kultur, Bücher) findet die Marke mit dem Capricorn als Erkennungsmerkmal breite Anwendung.

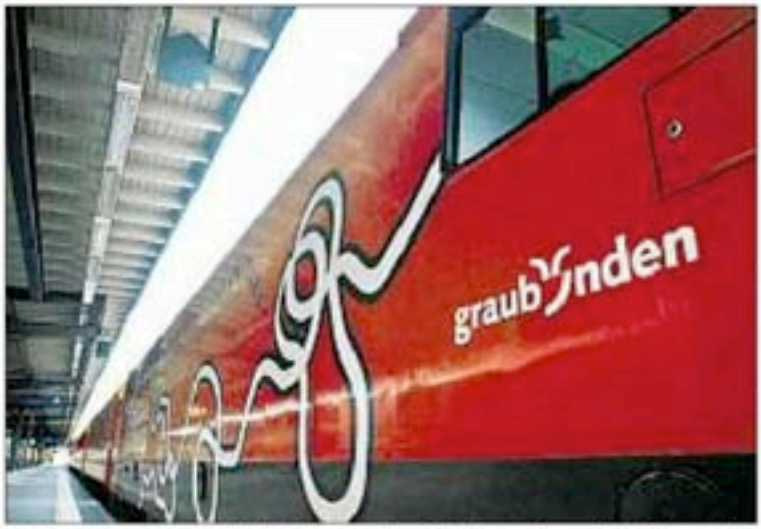
Rhätische Bahn ziert sich

Zu den Partnern der Marke graubünden gehört auch die Rhätische Bahn (RhB). Auf den Lokomotiven und den Bahnwagen ist das Logo seit Beginn der Markenoffensive präsent. Anders sieht das beim neuen Internetauftritt aus. Auf der nach dem positiven Welterbe-Entscheid überarbeiteten Homepage sucht man vergeblich nach einem graubünden-Schriftzug. Das soll sich zwar demnächst ändern, einen prominenten Auftritt wird graubünden auf der RhB-Homepage aber auch in Zukunft nicht haben. Immerhin wird das graubünden-Logo in die Landschaftsbilder auf der Auftaktseite eingebaut, und auch auf der Reiseseite werden RhB und graubünden verlinkt. «Wir stehen zur Marke graubünden», sagt Andreas Bass, Leiter Stab/Unternehmensentwicklung. Er gibt aber zu bedenken, dass sich die RhB mit ihren Paradezügen Glacier- und Bernina-Express und dem Status als Unesco-Welterbe selbst als Marke betrachtet und ein eigenes CI/CD-Regelwerk besitzt. Man habe sich aber mit den Vertretern der Marke graubünden geeinigt und werde die Details nun mit dem Grafiker umsetzen.

Gieri Spescha, Head of Brand Management & PR bei Graubünden Ferien, bestätigt auf Anfrage die Gespräche mit der RhB: «Die RhB hat sich bereit erklärt, die Marke künftig konsequent und durchgängig anzuwenden.»

Ähnlich wie bei der Destination Engadin St. Moritz deutet allerdings einiges darauf hin, dass sich auch die RhB-Verantwortlichen mit der Marken-Doppelrolle eher schwer tun.

Bündner Tagblatt



Ein Logo macht noch keine Marken-Lokomotive: Zwischen RhB und Marke graubünden besteht ein Interessenkonflikt. *(mh)*

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 19'862 mm2 / Farben: 0 Seite 2 07.11.2008

KOMMENTAR

Steinbockschwache Argumentation

Wer erinnert sich noch an das erste, durch eine Indiskretion frühzeitig publik gewordene Logo der Marke graubünden? Das türkisgrüne «b¨» mit den beiden Punkten erinnere mehr an einen Tamponhersteller als an die Qualitäten der Ferienecke der Schweiz, hiess es damals. Nicht minder hämisch fielen einige Kommentare nach der Präsentation des überarbeiteten Logos mit dem Claim «The Heimat feeling». Das ist alles Schnee von gestern. Heute gibt es graubünden-Wein, -Milch, -Holz, -Bücher, -Sport und -Kultur. Von der Nationalparkregion über das Prättigau, Chur und Lenzerheide bis zur Viamala treten Tourismusorganisationen unter dem Design der Marke graubünden auf. Die Marke graubünden kann als Vorzeigebeispiel der Tourismusreform betrachtet werden. Die Nomination für einen Milestone in der Kategorie «Herausragende Projekte» bei der bevorstehenden Verleihung der Tourismuspreise ist sicher gerechtfertigt.

Um ihre Akzeptanz kämpfen muss die Marke nach wie vor bei bekannten Marken wie der Destination Engadin St. Moritz, aber auch bei der Rhätischen Bahn. Wohl nicht zufällig sind dies Institutionen, die mit eigenen Werbeagenturen zusammenarbeiten. Dass diese kein grosses Interesse haben, sich dem strengen Regelwerk der Marke graubünden unterzuordnen, ist verständlich. In Lenzerheide, Scuol oder Chur sind für Werbeagenturen keine grossen Budgets mehr zu holen.

Unverständlich ist es aber, wenn Exponenten dieser Leadunternehmen im Kanton immer noch davon überzeugt werden müssen, dass sie von einer aktiven Zusammenarbeit mit der Marke graubünden nur profitieren können. Immerhin stellt der Marken-Verantwortliche Gieri Spescha von Graubünden Ferien fest, dass inzwischen die Erkenntnis gereift ist, dass «graubünden niemandem schadet». Von dieser Einsicht bis zur uneingeschränkten Kooperation ist aber noch ein weiter Schritt, wie insbesondere das Beispiel Rhätische Bahn zeigt. Wer, wenn nicht die im ganzen Kanton verkehrende und in vielen touristischen Kernmärkten werbende Kleine Rote wäre besser geeignet, die Marke graubünden hinauszutragen? Bei allem Selbstbewusstsein, das durch den Aufstieg zum Welterbe-Monument schier unerschütterlich geworden zu sein scheint, sollte es doch für die RhB-Verantwortlichen eine Selbstverständlichkeit sein, die weitgehend vom Kanton aufgebaute und finanzierte Regionenmarke zu pushen. In Anlehnung an die Capricorn-Kampagne der Kommunikationsoffensive «Enavant Grischun» wirbt die RhB mit «steinbockstarken» Angeboten. Die Argumentation für die Statistenrolle der Marke graubünden beim Auftritt der Rhätischen Bahn ist allerdings so schwach wie ein von der Gämsblindheit befallener Steinbock.

Norbert Waser

8005 Zürich
Auflage 5x wöchentlich 1

1075326 / 571.19 / Farben: 0

10.11.2008

10.11.2008 20:03:38 AWP 1266

CH/Tourismus: "Milestone 2008" geht an "SchweizMobil"

Bern (AWP/sda) - Das Projekt "SchweizMobil" ist am Montag in Bern mit dem "Milestone 2008" für herausragende Leistungen im Tourismus ausgezeichnet worden. Gewürdigt wurde, wie das Projekt naturnahe Erholung auf einzigartig attraktive Weise zugänglich mache.

Laudator Franz Steinegger, der Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands, sprach bei der Preisverleihung im Kultur-Casino von einer wegweisenden Zusammenarbeit der Stiftung mit unzähligen Kooperationspartnern aus Bund, Kantonen und der Schweizer Tourismuswirtschaft.

Der zweite Preis ging an das Projekt "Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden", wie hotelleriesuisse als Trägerin des "Milestone" mitteilte. Es handle sich um eine professionell aufgebaute Dachmarke, die Synergien auslöse und qualitativ hochstehende Leistungen bündle.

Der dritte "Milestone" ging an das Projekt "Stanserhorn Ranger". Die 12 Ranger machten als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich, lautete die Begründung.

Der erstmals verliehene Sonderpreis für Nachhaltigkeit ging an das 5-Sterne-Hotel "Ferienart Resort & Spa" in Saas-Fee VS. Den "Milestone" für das Lebenswerk bekamen Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger vom Hotel "Waldhaus" in Sils-Maria GR.

Stefanie Loosli gewann den Nachwuchspreis für ihr Gästebindungs-Programm bei den Private Selection Hotels. Im Rahmen ihres Betriebsökonomie-Studiums hatte sie ihre Diplomarbeit der Entwicklung eines wirksamen Bonus-Punkteprogramms gewidmet, das ohne Aufwand in die bestehenden Systeme der Hotels integriert werden konnte.

cc

10.11.2008 19:51 Suisse Economie et finances

Prix du tourisme suisse / Le "Milestone 2008" récompense à six lauréats / (Nouveau: 5e paragraphe, localisation de l'hôtel précisée)

Berne (ats) Berne (ats) Le prix du tourisme suisse, le "Milestone 2008", a récompensé six projets ou réalisations, dont un en Valais. Les lauréats ont reçu leurs trophés lundi à Berne, en présence de 500 invités des secteurs du tourisme, de l'économie, de la politique et des médias.

Dans la catégorie "projet remarquable", le jury a choisi d'attribuer le premier prix au projet "SuisseMobile". La fondation SuisseMobile porte elle-même les idées jusqu'à leur réalisation concrète et à leur exploitation dans le domaine des vacances sportives en pleine nature.

Le deuxième prix est allé au projet "Vendre la diversité en toute simplicité: la marque des Grisons". Il vient récompenser la mise en place professionnelle d'une marque faîtière, dont les dimensions dépassent le cadre de la région et de la branche.

Le projet des "rangers du Stanserhorn" a reçu le troisième Milestone. Les douze rangers sont des alpinistes enthousiastes qui jouent un rôle de guides itinérants: grâce aux conseils qu'ils prodiguent et à leur talent de conteurs, ils rendent la nature accessible aux touristes du Stanserhorn (NW).

Le prix spécial du développement durable, décerné pour la première fois cette année, a été remis au projet Wallo, VIRUS du développement durable, conçu par l'hôtel 5 étoiles Ferienart Resort & Spa, à Saas Fee (VS).

Pour une fois, le Milestone pour "l'oeuvre d'une vie" n'a pas été décerné à une seule personne, mais à un trio composé de Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich et Urs Kienberger pour son engagement au sein de l'hôtel Waldhaus à Sils-Maria (GR).

Quant au prix de la relève cette année, il a été attribué à Stefanie Loosli pour son programme de fidélisation de la clientèle au sein des 47 hôtels Private Selection.

La distinction "Milestone", la plus haute de la branche, rend hommage depuis 2000 à des prestations et projets du tourisme suisse. Le prix est décerné par le magazine spécialisé "htr hotel revue", sous l'autorité d'hotelleriesuisse, et avec le soutien du Secrétariat d'Etat à l'économie.

(SDA-ATSVlp)

101951 nov 08

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Schweiz. Depeschenagentur
3001 Bern
Auflage 7x wöchentlich 1

1075326 / 571.19 / Farben: 0

10.11.2008

10.11.2008 19:42 Schweiz Wirtschaft und Finanzen

Schweizer Tourismus / "Milestone 2008" geht an "SchweizMobil"

Bern (sda) Bern (sda) Das Projekt "SchweizMobil" ist am Montag in Bern mit dem "Milestone 2008" für herausragende Leistungen im Tourismus ausgezeichnet worden. Gewürdigt wurde, wie das Projekt naturnahe Erholung auf einzigartig attraktive Weise zugänglich mache.

Laudator Franz Steinegger, der Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands, sprach bei der Preisverleihung im Kultur-Casino von einer wegweisenden Zusammenarbeit der Stiftung mit unzähligen Kooperationspartnern aus Bund, Kantonen und der Schweizer Tourismuswirtschaft.

Der zweite Preis ging an das Projekt "Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden", wie hotelleriesuisse als Trägerin des "Milestone" mitteilte. Es handle sich um eine professionell aufgebaute Dachmarke, die Synergien auslöse und qualitativ hochstehende Leistungen bündle.

Der dritte "Milestone" ging an das Projekt "Stanserhorn Ranger". Die 12 Ranger machten als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich, lautete die Begründung.

Der erstmals verliehene Sonderpreis für Nachhaltigkeit ging an das 5-Sterne-Hotel "Ferienart Resort & Spa" in Saas-Fee VS. Den "Milestone" für das Lebenswerk bekamen Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger vom Hotel "Waldhaus" in Sils-Maria GR.

Stefanie Loosli gewann den Nachwuchspreis für ihr Gästebindungs-Programm bei den Private Selection Hotels. Im Rahmen ihres Betriebsökonomie-Studiums hatte sie ihre Diplomarbeit der Entwicklung eines wirksamen Bonus-Punkteprogramms gewidmet, das ohne Aufwand in die bestehenden Systeme der Hotels integriert werden konnte.

(SDA-ATS\tg/fo)

101942 nov 08

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Anzeiger von Saanen

3780 Gstaad
Auflage 2x wöchentlich 5'221

1075326 / 571.19 / 22'030 mm2 / Farben: 0 Seite 105 11.11.2008

KOLUMNE Sigi Amstutz

Herbstgeflüster

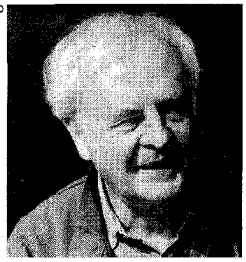


Foto: zVg

Die Nächte sind länger und kälter geworden, die Tage leiser. Die Gstaader Promenade, als hätte man sie vergessen. Leere Stühle in den Lokalen, leere Parkplätze. Und immer häufiger der Schneewind, der an den Fensterläden rüttelt.

Ich blättere im «Anzeiger von Saanen». Was war hier los in den vergangenen Monaten! Eine Grossveranstaltung jagte die andere: Beachvolleyball Grand Slam, Menuhin-Festival mit Weltstars, Tennis mit Wawrinka, Country Night mit Gölä und dann hopp hopp Polo Galopp. Künstler wurden gefeiert, Prominente empfangen, Menschen rannten in die Berge, Siegerehrungen gabs. Auszeichnungen wurden verliehen – eine «Milestone»-Nominierung für die Destination Gstaad und die Nummer eins der Schweizer Ferienhotels fürs Palace («grossartige Atmosphäre, die gemütlich und extravagant zugleich ist …»). Weiter: Jubiläumsfeiern, olympisch anmutende Lobeshymnen auf einzelne Menschen. Ein Bekannter meinte: «Im Saanenland ist doch jeder ein King.» Ach wirklich?

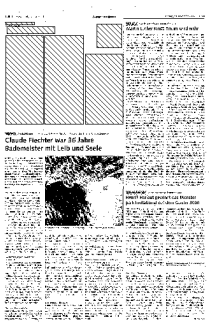
Der «Anzeiger von Saanen»: Welches Bild vom Tourismusort schickt er den Lesenden ins Haus? Das eines blühenden Kurortes oder, wie es Gemeinderatspräsident Andreas Hurni formuliert, «einer Tourismusdestination in der Zwickmühle»?

Aber ich will genau sein. Neben der Berichterstattung über die bejubelten Sommerevents gibt es auch leise Töne. Da sind die Porträts aus Abländschen, geschrieben von Nicole Maron. Sie lässt Menschen zu Worte kommen, Bauernfamilien, Handwerker, Post-, Lehrers- und Wirtsleute, Allein-Stehende, Zurückgezogene, Ruhesuchende. Für diese Menschen bedeutet Abländschen Heimat, aber nicht nur 1. August, sondern Arbeit, Mühe, Kampf und Krampf – und auch Besinnung, Halt. Von Aushalten und Durchhalten ist die Rede. Lebensläufe werden sichtbar, die mir unter die Haut gehen. Ich darf teilhaben an Schicksalen, die nicht nur mit Sonnenschein, sondern auch mit Scheitern, Schwächen, Verlust und Leid zu tun haben. Authentisch ist das, ungeschminkt. So wie es jedem ergeht oder ergehen kann. In allen Berichten und Selbstzeugnissen spielen der Wohnort und die Natur dieses abgelegenen Tales am Fusse der Gastlosen eine zentrale Rolle. Den einen sind sie «Erdung», anderen Schutz, wieder anderen Grundlage ihrer seelischen oder materiellen Existenz. Grossartig.

Zurück nach Gstaad. Gibt es auch hier «Abländschner»? Solche meine ich, denen man eine Stimme geben könnte oder sollte? Vielleicht jenen, die dafür sorgen, dass all die grandiosen Feiern, Feste, Freuden und Ferien überhaupt stattfinden können? Denen es zu verdanken ist, dass andere in Licht, Leichtigkeit und Luxus leben können? Wer gibt jenen das Wort, die sich um den Verkehr, die Strassen, Transporte und Schienen kümmern? Um Sicherheit und Sauberkeit? Wer lässt einen Hotel-Hilfskoch von sich erzählen? Eine Frau auf der Etage, die allenfalls einen Hundedreck zu entsorgen hat? Auch sie sorgt, im wahrsten Sinne des Wortes, für eine angenehme «Atmosphäre»! Wer interessiert sich generell dafür, was Leute in Überkleidern, mit schmutzigen Händen und geringen Löhnen denken und fühlen?

Ich freue mich auf die nächste Porträt-Serie. Sie wäre – so absurd das klingen mag – eine Bereicherung für Gstaad. Nicht eine laute, aber sicher eine eindringliche. Geflüster eben.

SIGI AMSTUTZ



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

BERNER ZEITUNG BZ
Ausgabe Stadt+Region Bern/Nord
3001 Bern
Auflage 6x wöchentlich 29'677

1075326 / 571.19 / 27'723 mm2 / Farben: 3 Seite 7 11.11.2008

TOURISMUS

Meilenstein für rote Schilder

Gestern wurde in Bern der Milestone-Tourismuspreis Schweiz verliehen. Dabei gewann Schweizmobil aus Bern den Hauptpreis.

Die Schweizer Tourismusbranche vergab gestern Abend in Bern zum neunten Mal den Preis für das herausragendste Projekt in der Branche. Von den insgesamt 104 eingereichten Projekten wählte die Fachjury das Beschilderungskonzept für Wanderer, Velofahrer und Inlineskater von Schweizmobil aus Bern zum Gewinner des diesjährigen Wettbewerbs.

Schweizmobil hat es sich zum Ziel gesetzt, für die verschiedenen Aktivitäten eine einheitliche Signalisation (rote Schilder) auszuarbeiten und im Land zu verbreiten. Bereits 20 000 Kilometer Wegstrecken und Strassen sind im Schweizmobil-Konzept erfasst. Schweizmobil ist eine Stiftung der Schweizer Tourismus-, Verkehrs- und Sportbranche. Geschäftsführer und Mitgründer der Stiftung ist Peter Anrig.

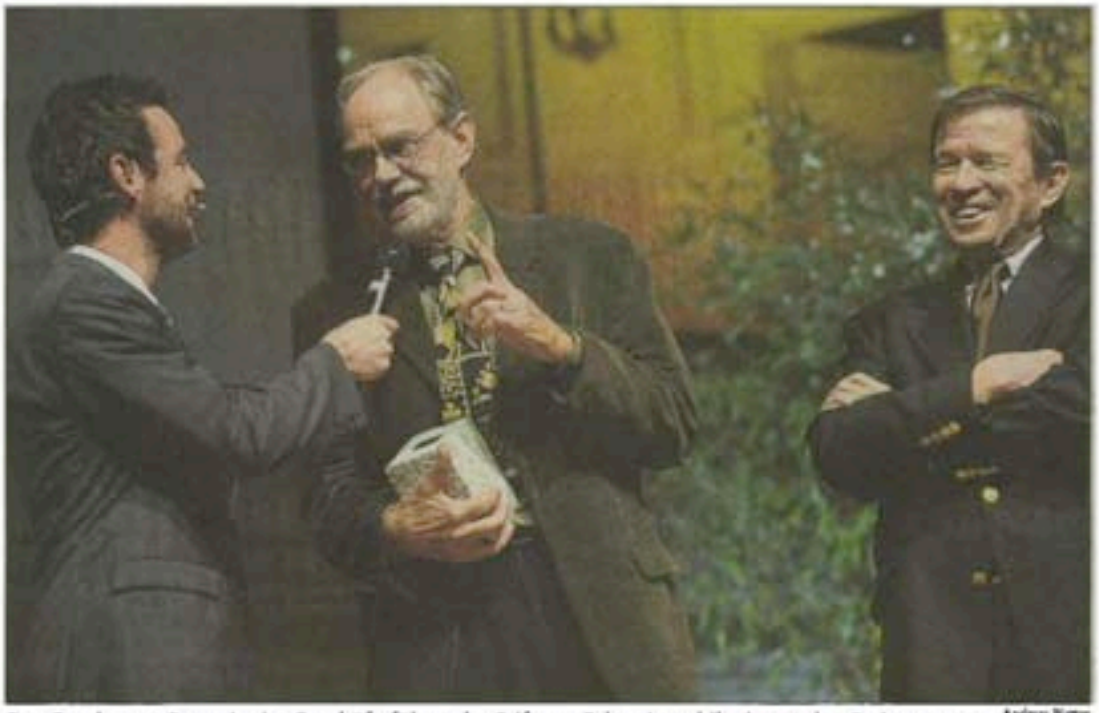
Der Preis Lebenswerk einer Persönlichkeit ging an die Besitzer und Direktoren des Hotels Waldhaus in Sils-Maria, Felix und Maria Dietrich-Kienberger sowie Urs Kienberger.

Den Nachwuchspreis erhielt das Gästebindungsprogramm von Stefanie Loosli. Ein Bonuspunkteprogramm, das jede Reservation des Gastes belohnt und ihn aktiv zum Kennenlernen neuer Mitgliedhotels animiert. Loosli setzt derzeit das Programm bei der Kette Private Selection Hotels um.

Der Preis für die Nachhaltigkeit ging an das 5-Sterne-Hotel Ferienart Resort & Spa in Saas Fee. Das Hotel besitzt zahlreiche Labels, die das Haus für den besonders umweltfreundlichen Betrieb auszeichnen. **NB**

Der Milestone-Wettbewerb wird von der Fachzeitung für Tourismus «Hotel Revue», mit dem Hotelverband Hotelleriesuisse als Trägerin, verliehen. Der Preis wird auch vom Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) und dem Schweizer Tourismus-Verband mitgetragen.

HEUTE
PRO
KONTRA



Der Gewinner: Peter Anrig, Geschäftsführer der Stiftung Schweizmobil, nimmt den Preis entgegen. Andreas Blatter

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 34'490 mm2 / Farben: 0 Seite 3 11.11.2008

Milestone an «SchweizMobil»

Das Projekt «SchweizMobil» ist gestern in Bern mit dem Milestone 2008 für herausragende Leistungen im Tourismus ausgezeichnet worden.

Vor 500 geladenen Vertretern aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Medien wurden die glücklichen Preisträger mit dem Milestone 2008 ausgezeichnet. Als Key Speaker hinterfragte und diskutierte *Ludwig Hasler* das Eventmotto «Im Aufwind» mit Bezug auf die momentane Finanzlage auf anregende Weise. Im Anschluss wurden die Preise in den vier Kategorien «Herausragendes Projekt», «Sonderpreis Nachhaltigkeit», «Lebenswerk einer Persönlichkeit» und «Nachwuchspreis» verliehen.

Den ersten Preis in der Kategorie «Herausragende Projekte» sprach die Jury dem Projekt «SchweizMobil» zu. Die Stiftung SchweizMobil verantwortet die Idee bis zur physischen Umsetzung und betrieblichen Entwicklung aus einer Hand. Weltweit einmalig, macht sie aktive, naturnahe Erholung in der Schweiz attraktiv und zugänglich auf 20 000 km einheitlich signalisierten Routen zum Wandern, Velofahren, Mountainbiken, Skaten und Kanufahren. Beeindruckend ist für den Laudator, *Franz Steinegger,* Präsident Schweizer Tourismus-Verband, die wegweisende, gelebte Zusammenarbeit und Vernetzung der Stiftung mit unzähligen Kooperationspartnern aus Bund, Kantonen und der Schweizer Tourismuswirtschaft.

Preise nach Graubünden

Der zweite Preis ging an das Projekt «Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden» für den professionellen Aufbau einer Dachmarke mit regionen- und branchenübergreifendem Ausmass. Die Marke löst Synergien aus, bündelt qualitativ hoch stehende Leistungen aus der Region und erzeugt einen Mehrwert für alle Partner.

Der Milestone für das «Lebenswerk» geht für einmal nicht an eine Einzelperson, sondern an die Troika *Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich* und *Urs Kienberger* für ihr unermüdliches und grossartiges Engagement im Hotel «Waldhaus» in Sils Maria. Seit 30 Jahren führen diese engagierten Persönlichkeiten in vierter Generation das 5-Stern-Haus in vorbildlicher und einmaliger Weise. Für den Laudator *Guglielmo L. Brentel,* Präsident hotelleriesuisse, ist das Hotel «Waldhaus» ein wahrer Mikrokosmos, nicht nur bezüglich seines Geistes, sondern auch dank seinem Bekenntnis zur Kultur. Es ist der Leidenschaft und Professionalität der Preisträger zu verdanken, dass dieses Flaggschiff der Schweizer Hotellerie so erfolgreich geführt wird. *(sda/bt)*

GRAUBÜNDEN 3

Schwerverletzte am Unfallort allein gelassen

AHV-Initiative verletzt Solidarität zwischen den Generationen.

NEIN

Freuen sich: die Preisträger der verschiedenen Milestone-Kategorien. (zVg)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Der Bund

3001 Bern
Auflage 6x wöchentlich 56'295

1075326 / 571.19 / 1'046 mm2 / Farben: 0 Seite 15 11.11.2008

Preis für Berner Projekt

TOURISMUS Mit der Internetseite von Schweiz Mobil gewann eines der Berner Projekte den Tourismuspreis «Milestone» in der Kategorie «Herausragende Projekte». (bwi)

Konsumenten im Stimmungstief

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

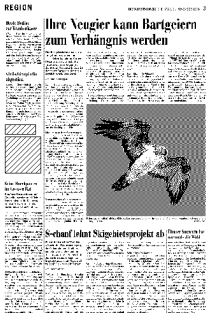
DIE SÜDOSTSCHWEIZ
AUSGABE GRAUBÜNDEN

7007 Chur
Auflage 7x wöchentlich 35'681

1075326 / 571.19 / 3'338 mm2 / Farben: 0 Seite 3 11.11.2008

Milestone für Hotel «Waldhaus»

Bern. – Urs Kienberger und Maria und Felix Dietrich-Kienberger haben gestern in Bern für ihr Lebenswerk den nationale Tourismuspreis Milestone erhalten. Seit 30 Jahren würden sie in vierter Generation das 5-Sterne-Hotel «Waldhaus» in Sils-Maria in «vorbildlicher und einmaliger Weise» führen, heisst es in der Laudatio. In der Kategorie «Herausragende Projekte» verlieh die Jury den zweiten Preis an das Projekt «Vielfalt einfach verkaufen: Marke Graubünden». *(so)*


REGION

Ihre Neugier kann Bartgeiern zum Verhängnis werden

S-chanf lehnt Skigebietsprojekt ab

Regionaljournal Ostschweiz 12.03
9006 St. Gallen

1075326 / 571.19 / Dauer: 24 Sek / 0.4 MB / deutsch 11.11.2008 12:03

hotelleriesuisse
Schweizer Hotelier-Verein
Frau Anita Huber
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern

Radio/TV-Hinweis

Ehre fürs Nobelhotel Waldhaus und für Graubünden Ferien

Sie bekamen beide eine Auszeichnung von milestone

Bestellung der Kopie des Beitrags

Bestellung per Fax/Post: Datenträger, Verarbeitung und Versand ankreuzen, **faxen an 044 388 82 01**

Basispreis Video-Kopie (TV)
- bis 10 min CHF 89.00
- bis 30 min CHF 129.00
- ab 30 min CHF 149.00

Basispreis Audio-Kopie (Radio)
- für jede Dauer CHF 49.00

Datenträger Video (TV)
☐ CD für PC
☐ DVD für PC
☐ VCD für DVD-Player
☐ Streaming Video CMO

Datenträger Audio (Radio)
☐ CD für PC
☐ MP3 File per Email (bis 10 MB)
☐ Streaming Audio CMO (WMA)

Verarbeitung
☐ Normal (Verarbeitung innerhalb 3 Tagen)
☐ EXPRESS (Verarbeitung innerhalb 24 Stunden) (Zuschlag CHF 15.00)

Versand
☐ Datenträger per Post-Express verschicken (Zuschlag CHF 25.00)

- Info: Zuschlag für Anteil Verpackung, Handling, Versand: CHF 9.00
- Info: Zuschlag Lieferung ins Ausland: CHF 15.00
- Info: Alle aufgeführten Preise verstehen sich exkl. MwSt.

Hinweis: Die von Ihnen bestellten Kopien von Radio- und TV-Sendungen werden speziell für Sie produziert und können nicht umgetauscht werden. Die gelieferten Beiträge entsprechen nicht immer der Studioqualität. Kopien dürfen nur zu eigenen internen Zwecken verwendet werden. Die Nutzung für PR und Werbezwecke sowie die öffentliche Aufführung bedürfen entsprechender Vereinbarung mit den Sendestationen. **ARGUS archiviert die Aufzeichnungen während eines Monats.**

Datum: _____ Unterschrift: _____

Regionaljournal Zentralschweiz 06.32
4024 Basel

1075326 / 571.19 / Dauer: 18 Sek / 0.3 MB / deutsch 11.11.2008 06:31

hotelleriesuisse
Schweizer Hotelier-Verein
Frau Anita Huber
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern

Radio/TV-Hinweis

Schweiz Tourismus ehrt die Stanserhornbahn

Sie erhält den "Milestone" für ihre Rangers

Bestellung der Kopie des Beitrags

Bestellung per Fax/Post: Datenträger, Verarbeitung und Versand ankreuzen, **faxen an 044 388 82 01**

Basispreis Video-Kopie (TV)
- bis 10 min CHF 89.00
- bis 30 min CHF 129.00
- ab 30 min CHF 149.00

Basispreis Audio-Kopie (Radio)
- für jede Dauer CHF 49.00

Datenträger Video (TV)
☐ CD für PC
☐ DVD für PC
☐ VCD für DVD-Player
☐ Streaming Video CMO

Datenträger Audio (Radio)
☐ CD für PC
☐ MP3 File per Email (bis 10 MB)
☐ Streaming Audio CMO (WMA)

Verarbeitung
☐ Normal (Verarbeitung innerhalb 3 Tagen)
☐ EXPRESS (Verarbeitung innerhalb 24 Stunden) (Zuschlag CHF 15.00)

Versand
☐ Datenträger per Post-Express verschicken (Zuschlag CHF 25.00)

- Info: Zuschlag für Anteil Verpackung, Handling, Versand: CHF 9.00
- Info: Zuschlag Lieferung ins Ausland: CHF 15.00
- Info: Alle aufgeführten Preise verstehen sich exkl. MwSt.

Hinweis: Die von Ihnen bestellten Kopien von Radio- und TV-Sendungen werden speziell für Sie produziert und können nicht umgetauscht werden. Die gelieferten Beiträge entsprechen nicht immer der Studioqualität. Kopien dürfen nur zu eigenen internen Zwecken verwendet werden. Die Nutzung für PR und Werbezwecke sowie die öffentliche Aufführung bedürfen entsprechender Vereinbarung mit den Sendestationen. **ARGUS archiviert die Aufzeichnungen während eines Monats.**

Datum: _____ Unterschrift: _____

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

NEUE LUZERNER ZEITUNG

6002 Luzern
Auflage 6x wöchentlich 86'695

1075326 / 571.19 / 2'533 mm2 / Farben: 0 Seite 31 11.11.2008

Stans

Milestone Award für Stanserhornbahn

Das Projekt «Stanserhorn Ranger» der Stanserhornbahn ist am Samstag in Bern mit dem Milestone, dem Tourismuspreis Schweiz, ausgezeichnet worden. Die Bahn erhielt den dritten Preis in der Kategorie «Herausragendes Projekt». Die zwölf Ranger machen als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich. (red)

Nun hängen die Glasgondeln

Vom Rechtsanwalt zum Pfarrer

Ab Donnerstag 2 x in Kriens

TeleTell
Aktuell
6002 Luzern

1075326 / 571.19 / Dauer: 0 Sek / 0.0 MB / deutsch

11.11.2008 18:00

hotelleriesuisse
Schweizer Hotelier-Verein
Frau Anita Huber
Monbijoustrasse 130
Postfach
3001 Bern

Radio/TV-Hinweis

Tourismus-Preis für Stanserhornbahnen

Das Projekt "Ranger" ist als hervorragende Leistung im Schweizer Tourismus ist mit dme Milestone-Tourismuspreis ausgezeichnet worden.

Aus rechtlichen Gründen ist es uns zur Zeit nicht möglich, Kopien dieser Sendung zu produzieren.

Besten Dank für Ihr Verständnis

117 tsr2 TXT 11.11.08 07:43:55

Les prix du tourisme 2008 décernés

Suisse 10.11.08 22:40

Les prix du tourisme 2008 décernés
Le "Milestone 2008", prix du tourisme suisse, a récompensé 6 projets lundi à Berne. Dans la catégorie "projet remarquable", le 1er prix revient à "Suisse-Mobile", une fondation qui organise des vacances sportives en pleine nature.

Les 2e et 3e prix sont allés à un projet soutenant la marque des Grisons et à des alpinistes qui rendent la nature accessible dans le canton de Nidwald.

Un luxueux hôtel de Saas Fee (VS) mettant en oeuvre le développement durable, le sérieux des gérants d'un hôtel grison et le programme de fidélisation de la clientèle hôtelière d'une étudiante ont aussi été récompensés.

117 tsr1 TXT 11.11.08 07:25:30

Les prix du tourisme 2008 décernés

Suisse 10.11.08 22:40

Les prix du tourisme 2008 décernés
Le "Milestone 2008", prix du tourisme suisse, a récompensé 6 projets lundi à Berne. Dans la catégorie "projet remarquable", le 1er prix revient à "Suisse-Mobile", une fondation qui organise des vacances sportives en pleine nature.

Les 2e et 3e prix sont allés à un projet soutenant la marque des Grisons et à des alpinistes qui rendent la nature accessible dans le canton de Nidwald.

Un luxueux hôtel de Saas Fee (VS) mettant en oeuvre le développement durable, le sérieux des gérants d'un hôtel grison et le programme de fidélisation de la clientèle hôtelière d'une étudiante ont aussi été récompensés.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Zentralschweiz
8050 Zürich
Auflage 5x wöchentlich 35'000

1075326 / 571.19 / 2'339 mm2 / Farben: 0 Seite 10 12.11.2008

Stanserhorn: Ranger räumten in Bern ab

Am Montag wurde in Bern der Tourismuspreis «Milestone» verliehen. Damit werden innovative Projekte und Persönlichkeiten im Schweizer Tourismus ausgezeichnet. Mit im Rennen waren auch die Rangers vom Stanserhorn. Sie erzählen den Gästen viel Wissenswertes über Pflanzen, das Bergpanorama und lüften auch schon mal Geheimnisse der Natur. Die Rangers haben die Jury beeindruckt – sie erreichten den dritten Rang.

10 zentralschweiz
Zwei Millionen für die Schulen

Argus Ref 33260110

ARGUS
ARGUS der Presse AG Küdigerstrasse 15 Postfach CH-8027 Zürich
Tel. 044 388 82 00 Fax 044 388 82 01 www.argus.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

BERNER ZEITUNG BZ
Ausgabe Stadt+Region Bern/Nord
3001 Bern
Auflage 6x wöchentlich 29'677

1075326 / 571.19 / 27'708 mm2 / Farben: 3 Seite 23 12.11.2008

TOURISMUSBRANCHE IM KULTUR-CASINO

«Wer will schon Zwerge schlagen?»

Gegen 600 Hoteliers und Tourismusvertreter feierten im Kultur-Casino. Ludwig Haslers Referat war ein Höhepunkt.

Die Zahl der Gäste an der traditionelle Preisverleihung des Milestone-Tourismuspreises (siehe Bericht von gestern in dieser Zeitung) wächst Jahr für Jahr. Deshalb ging sie am Montag nicht wie üblich im «Bellevue Palace», sondern im grossen Saal des Kultur-Casinos über die Bühne. Die Stimmung unter den Gästen war überraschend optimistisch.

Emanuel Berger, VR-Delegierter der Victoria-Jungfrau Collection, Alberto Amstutz, Hotelier «Orselina», Patrik Scherrer, Chef vom Kursaal Bern, Marco Solari, Chef Tourismo Ticino und Locarno Filmfestival, Jürg Schmid, Chef Schweiz Tourismus, Lydia und Martin Vogel, Gastgeber vom Märchenhotel in Braunwald, strahlten um die Wette. Auch Urs Bührer, Direktor vom Berner «Bellevue Palace» spürt bei den Buchungen für November und Dezember «keine Auswirkungen von der Krise».

Referent Ludwig Hasler und Christoph Juen (v.l.)

Die «Realwirtschaft»

Zur guten Laune der Gäste und der Gastgeber – namentlich Christoph Juen, Direktor, und Guglielmo Brentel, Präsident Hotelleriesuisse, sowie Jurypräsidentin Elsbeth Hobmeier, Chefredaktorin «Hotelrevue» – hat Ludwig Hasler, Publizist und Hochschuldozent, mit seiner hervorragenden Rede viel beigetragen. Ganz im Trend mit Obama, lobten ein paar Zuhörer. Im Unterschied zu den Banken

Lydia und Martin Vogel, Märchenhotel Braunwald.

reihte Hasler die Tourismusbranche bei der «Realwirtschaft» ein, die von der aktuellen Situation gar profitieren könne. Statt ihr Geld künftig in «wolkige Finanzgeschäfte» zu stecken, würden irdische Freuden – Urlaub, Genuss und ein bisschen Luxus –, kurz ein intensiveres Leben, vorgezogen. So könnten sie gar zu Krisengewinnern werden,

Rosemarie Berger mit ihrem Gatten Emanuel Berger.

verhiess Hasler den Gästen. Sein Rezept: «Zurück zum Einfachen, Sinnlichen, Elementaren.» Als charmante Gastgeber betrachtet Hasler die Schweizer allerdings nicht. «Wir Schweizer sind im Prinzip muff», zitierte er Schriftsteller Hugo Loetscher. «Aber man kann als Gastgeber nicht gleichzeitig ausflippen – und alles im Griff haben», erklärte Hasler am Beispiel der Euro. Schliesslich möchten wir Schweizer unsere Sache recht machen und die Dinge nach bestem Können in Ordnung bringen. «Dabei haben wir in der ganzen Welt keine Feinde – aus-

ser der Steuerfahndung», meinte der Referent und ergänzte: «Schwingt die mal die Peitsche, machen wir uns klein. Wer will schon Zwerge schlagen?»

SILVIA PFENNIGER

Franz Steinegger und Marco Solari (v. l.)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 39'558 mm2 / Farben: 0 Seite 3 12.11.2008

STREIFLICHT

Höhenflug für Bündner Tourismusbranche

Bei der Verleihung des Schweizer Tourismuspreises haben die Bündner auch in diesem Jahr erfolgreich abgeschnitten: Gleich zwei Milestones sind nach Graubünden gegangen.

Von Flurina Maurer

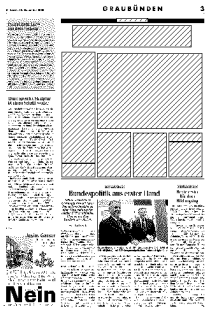
Etwas abseits vom Berner Kultur-Casino steht am Montagabend ein älteres Pärchen und beobachtet die elegant gekleideten Männer und Frauen, welche das Gebäude betreten. «Sag mal, weisst du eigentlich, was dort gefeiert wird?» fragt die Frau ihren Partner, worauf dieser mit einem Schulterzucken antwortet. Darauf angesprochen, dass in Kürze der Milestone-Tourismuspreis verliehen werden soll, sieht sich das Paar kurz ratlos an und wendet sich dann von der Szenerie ab.

Im «Grossen Saal» des Casinos wiederum, wo die Preisverleihung in wenigen Minuten beginnen soll, ist die Anspannung und Nervosität der Nominierten deutlich spürbar. Als *Nik Hartmann* die Veranstaltung eröffnet, scheinen die Anwesenden zu aufgeregt zu sein, um über die Witze des Moderators zu lachen. Oder sie finden diese nicht lustig. Denn beim anschliessenden Gastreferat des freien Publizisten *Ludwig Hasler* wird häufig und laut gelacht. Zum Schluss seiner Rede lässt Hasler mit seiner Forderung nach «erotischen Gastgeberinnen», die den Gast «bei seinen versteckten Sehnsüchten erwischen» ein gut unterhaltenes – wenn teilweise auch leicht verunsichertes – Publikum zurück. Dann ist es auch schon so weit und Nik Hartmann darf nochmals in Aktion treten und die Gewinner verkünden. Dabei gibt es für die Nominierten aus Graubünden gleich doppelten Grund zur Freude: Der Milestone 2008 für das «Persönliche Lebenswerk» geht an *Maria Dietrich-Kienberger*, *Felix Dietrich* und *Urs Kienberger* vom Hotel «Waldhaus» in Sils Maria, und in der Kategorie «Herausragende Projekte» landet das Projekt «Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden» auf dem zweiten Platz.

Freude herrscht …

«Das ist für uns ein Ansporn zum Weitermachen», kommentiert Felix Dietrich die Auszeichnung und Würdigung durch die dreiköpfige Milestone-Jury. Gemeinsam mit seiner Frau Maria und deren Bruder Urs führt er das 5-Sterne-Hotel in vierter Generation. Und voraussichtlich ab der Sommersaison 2010 – wenn Dietrich 60 Jahre alt wird – möchte er seine Arbeit an seine beiden Söhne und somit an die nächste Generation weitergeben: «Wir haben grosses Glück, dass die ganze Familie hinter dem Hotel steht.»

Ebenfalls erfreut über die erhaltene Milestone-Trophäe ist *Gieri Spescha*, Head of Brand Management Graubünden Ferien: «Wir nehmen diese Auszeichnung stellvertretend für all jene entgegen, welche die Regionenmarke graubünden zum jetzigen Erfolg (mit-)getragen haben.»



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 39'558 mm2 / Farben: 0 Seite 3 12.11.2008

Freuen sich gemeinsam über die erhaltene Auszeichnung: Felix Dietrich, Maria Dietrich-Kienberger und Urs Kienberger (von links) mit der Milestone-Trophäe. (Foto Flurina Maurer)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Tagblatt

7007 Chur
Auflage 6x wöchentlich 10'567

1075326 / 571.19 / 21'309 mm2 / Farben: 3 Seite 1 12.11.2008

Tourismuspreis

Milestone Olivier Federspiel gewidmet

Grosse Ehre für die Silser «Waldhaus»-Crew und die Marke graubünden: Auch dieses Jahr gehen zwei der begehrten Milestone-Tourismuspreise nach Graubünden.

Von Flurina Maurer, Bern

Die Preisträger wurden im Kultur-Casino vor rund 500 geladenen Vertretern aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Medien ausgezeichnet (BT von gestern). Einer der Hauptpreise 2008, der Milestone für das «Lebenswerk», wurde an Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger vom Hotel «Waldhaus» in Sils Maria übergeben. Das Trio führt das 5-Sterne-Haus in vierter Generation seit über 30 Jahren. «Das ist eine grosse Ehre für uns», freute sich Felix Dietrich.

In den Jahren zuvor wurden bereits zwei Bündner Persönlichkeiten für ihr Lebenswerk mit einem Milestone ausgezeichnet: Vor zwei Jahren wurde der Preis an Leo Jeker, Direktor der Savognin Bergbahnen AG, verliehen und 2003 an den ehemaligen St. Moritzer Kurdirektor Hanspeter Danuser.

Bewegter Moment

In der Kategorie «Herausragende Projekte» ging der zweite Preis am Montagabend an das Projekt «Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden». Gieri Spescha, Head of Brand Management Graubünden Ferien, nahm den Milestone entgegen. «Wir widmen diese Auszeichnung jenem Menschen, der den Markenprozess von Anfang an mitgestaltete und über Jahre hinweg unermüdlich vorantrieb: dem viel zu früh verstorbenen, ehemaligen Direktor von Graubünden Ferien, Olivier Federspiel», liess Spescha im Anschluss an die Verleihung verlauten.

Das dezentrale Hotel «Vnà», das ebenfalls nominiert war, ging leer aus. Für Urezza Famos, Gast- und Kulturhaus «Piz Tschütta», kein Grund, Trübsal zu blasen: «'SchweizMobil' ist ein würdiger Gewinner. Ausserdem ist es toll für Graubünden, dass wir zwei Preise gewonnen haben.»

Widmet den Preis Olivier Federspiel: Gieri Spescha. (fm)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Woche

7007 Chur
Auflage 52x jährlich 57'726

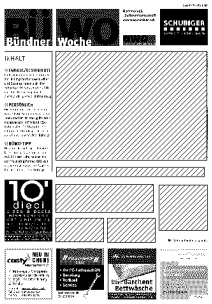
1075326 / 571.19 / 24'653 mm2 / Farben: 3 Seite 1 12.11.2008

Ein Pionier verabschiedet sich

Für sein prägendes Engagement im Tourismus während 47 Jahren durch Innovation und Leidenschaft wurde Leo Jeker mit dem «Milestone 2006» ausgezeichnet. Die Redaktion der «Bündner Woche» durfte ihn einen Tag lang begleiten.

lp. Live einen Tag lang den Pionier und Visionär Leo Jeker erleben. Den Direktor der Savognin Bergbahnen AG, welcher als kreativer Geist der Bergbahnszene Schweizer Tourismusgeschichte geschrieben hat. Es gäbe da unendlich viel zu schreiben. Über Jeker, den Macher der ersten Stunde, den gewieften Strategen oder den konsequenten Kämpfer. Den engagierten Touristiker, Politiker, aber auch einfach den Menschen Leo Jeker, der in seinem Leben unendlich viel geleistet hat. Dies alles wird einem, wenn man die Erfahrung macht, erst so recht bewusst, indem man Leo Jeker einen Tag lang begleiten darf.

Es war ein ganz normaler Tag im Leben von Leo und trotzdem ein ganz spezieller Tag.



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Bündner Woche

7007 Chur
Auflage 52x jährlich 57'726

1075326 / 571.19 / 24'653 mm2 / Farben: 3 Seite 1 12.11.2008

Zitat von Leo Jeker: «Wegen der Schneekanonen wurden wir früher ausgelacht, heute hat man nichts zu lachen ohne Schneekanonen!» *Bild Liliana Portmann*

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

DIE SÜDOSTSCHWEIZ
AUSGABE GRAUBÜNDEN

7007 Chur
Auflage 7x wöchentlich 35'681

1075326 / 571.19 / 24'240 mm2 / Farben: 0 Seite 3 12.11.2008

Milestone 2008 für «Waldhaus»-Besitzer

Auch dieses Jahr gehen wiederum zwei Milestone-Auszeichnungen nach Graubünden. Für ihr Lebenswerk wurden die Besitzer des Hotels «Waldhaus» in Sils Maria ausgezeichnet. Ein weiterer Preis ging an die Marke «graubünden».

Von René Mehrmann

Bern. – Im Juni feierte das Engadiner 5-Sterne-Hotel «Waldhaus» in Sils Maria sein 100-Jahr-Jubiläum, am Montagabend wurden die Besitzer des Hauses – Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger – in Bern mit dem Milestone-Tourismuspreis für ihr Lebenswerk geehrt (Ausgabe von gestern). Seit 30 Jahren führen sie in vierter Generation mit viel Engagement das Hotel «Waldhaus» in vorbildlicher und einmaliger Weise.

Für Guglielmo L. Brentel, Präsident von Hotelleriesuisse, ist das «Waldhaus» ein wahrer Mikrokosmos, nicht nur bezüglich seines Geistes, sondern auch dank seinem Bekenntnis zur Kultur, wie Brentel in seiner Laudatio an der Preisverleihung sagte. Es sei der Persönlichkeit, der Leidenschaft und der Professionalität der Preisträger zu verdanken, dass dieses Flaggschiff der traditionsreichen Schweizer Hotellerie so erfolgreich geführt werde und auf eine prosperierende Zukunft blicken dürfe.

Donna Leons Lieblingshotel

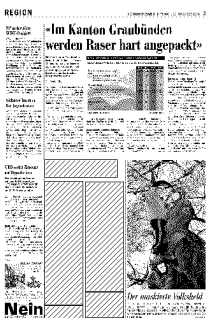
Brentel liegt mit seiner Einschätzung sicher richtig. Wer einmal das Vergnügen hatte, mit Urs Kienberger durch sein «Waldhaus» zu streifen, kann dies nur bestätigen. Zu jedem Zimmer und zu jedem Möbelstück kann Kienberger eine Geschichte erzählen. Den «Waldhaus»-Besitzern gehört das Hotel nicht nur, sie leben es. Oder wie es Kienberger einmal formuliert hat: «Wir sind nie von der Frage ausgegangen, was sich der heutige Luxusgast wünscht. Wir haben immer versucht, ihn für das zu begeistern, was wir anzubieten haben.»

Dass dieses Konzept aufgeht, beweist auch die lange Liste von prominenten Gästen wie Thomas Mann, Hermann Hesse, Friedrich Dürrenmatt, David Bowie, Rod Stewart und Donna Leon. Die Schöpferin des venezischen Kriminalkommissars Guido Brunetti bezeichnet das «Waldhaus» sogar als ihr Lieblingshotel.

Zweiter Preis für «graubünden»

Aber nicht nur die Besitzer des «Waldhauses» durften am Montag einen Milestone entgegennehmen. In der Kategorie «Herausragende Projekte» wurde die Marke «graubünden» mit dem zweiten Preis ausgezeichnet. «Dieser Preis ist für uns eine grosse Genugtuung und Befriedigung für unsere Arbeit», sagte Gieri Spescha, Markenverantwortlicher von Graubünden Ferien, erfreut. Der Preis sei aber auch eine Auszeichnung für alle jene, die die Marke «graubünden» mit ihren Produkten, Angeboten und Dienstleistungen mit Inhalten füllen und zum Leben bringen würden. Gewidmet sei dieser Milestone Olivier Federspiel, dem verstorbenen ehemaligen Direktor von Graubünden Ferien, der den Markenprozess von Anfang an mitgestaltet und diesen unermüdlich vorangetrieben habe.

Für Spescha ist der Milestone 2008 aber auch Ansporn für die Zukunft, wie er weiter betonte. Schwerpunkte


REGION
«Im Kanton Graubünden werden Raser hart angepackt»
Nein

in den kommenden Jahren sei die bis 2010 laufende Werbekampagne mit den Steinböcken, die Erweiterung und Stärkung des Marken-Portfolios mit weiteren wichtigen Partnern wie den Bündner Mineralwasser-, Stein- und Energieproduzenten sowie die Qualitätssicherung durch eine konsequente Umsetzung der Markenvorgaben.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

DIE SÜDOSTSCHWEIZ
AUSGABE GRAUBÜNDEN

7007 Chur
Auflage 7x wöchentlich 35'681

1075326 / 571.19 / 3'215 mm2 / Farben: 0 Seite 1 12.11.2008

Tourismuspreis für das «Waldhaus» Sils

Bern. – Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger sind am Montagabend in Bern mit dem Milestone-Tourismuspreis für ihr Lebenswerk – das Hotel «Waldhaus» in Sils Maria – ausgezeichnet worden. Sie führen das Hotel, das seit 100 Jahren besteht, seit 30 Jahren bereits in vierter Generation. In der Kategorie «Herausragende Projekte» ging der zweite Preis an die Marke «graubünden».

DIE SÜDOSTSCHWEIZ

Bund prüft härtere Gangart gegen Raser

Argus Ref 33255498

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Walliser Bote

3930 Visp
Auflage 6x wöchentlich 26'727

1075326 / 571.19 / 2'646 mm2 / Farben: 3 Seite 1 12.11.2008

WALLIS

Ausgezeichnet!

Am Montagabend ist in Bern der Tourismuspreis «Milestone» 2008 verliehen worden. Beat Anthamatten, Ferienart-Direktor, konnte den Nachhaltigkeitspreis in Empfang nehmen.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Walliser Bote

3930 Visp
Auflage 6x wöchentlich 26'727

1075326 / 571.19 / 42'797 mm2 / Farben: 0 Seite 5 12.11.2008

Nachhaltig erfolgreich

Ferienart Resort & Spa mit Nachhaltigkeits-Sonderpreis ausgezeichnet

Bern/Saas-Fee. – **Am Montagabend sind in Bern die Tourismuspreise Milestone 2008 vergeben worden. Erstmals ist dabei auch ein Nachhaltigkeitspreis für ein umwelt- und energiefreundliches Projekt verliehen worden. And the winner is: das Ferienart in Saas-Fee.**

Vor fünfhundert geladenen Gästen aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Medien waren im Kultur-Casino Bern die Preise in den vier Kategorien «Herausragendes Projekt», «Lebenswerk einer Persönlichkeit», «Nachwuchspreis» und «Sonderpreis Nachhaltigkeit» verliehen worden. Letztgenannter also ging an das Projekt «Wallo's Nachhaltigkeits Virus» des 5-Sterne-Hotels Ferienart Resort & Spa in Saas-Fee. «Nachhaltigkeit» könne nicht einfach mit «Umweltschutz» gleichgesetzt werden. Die konsequente Umsetzung des Nachhaltigkeitskonzepts des Preisträgers demonstriere dies in eindrücklicher Weise, sagte Laudator Dr. Christoph Juen, CEO hotelleriesuisse. In der Unternehmensphilosophie verankert, ziehe sich die Nachhaltigkeit wie ein Virus durch das Ferienart Resort & Spa. Anhand vieler grösserer und kleinerer Massnahmen werde das ökologische und soziale Selbstverständnis des Hauses auch für die Gäste sichtbar: So zum Beispiel die Förderung der Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, die Gesundheitsförderung für alle Mitarbeitenden oder die Auswahl der Lieferanten nach ökologischen und regionalen Kriterien. Wir haben uns gestern mit einem zufriedenen Ferienart-Direktor Beat Anthamatten unterhalten können.

Glückwunsch zum Nachhaltigkeits-Milestone. Welchen Stellenwert messen Sie diesem Preis zu?

«Einen sehr grossen, umso mehr, als dass wir uns als Privatunternehmen gegen viele starke Konkurrenten behaupten müssen. Man kann aber nur nachhaltig sein, wenn man auch wirtschaftlich gesund ist und ich habe immer den Beweis erbringen wollen, dass auch ein 5-Sterne-Betrieb erfolgreich und trotzdem nachhaltig arbeiten kann.»

Diese Unternehmensphilosophie verfolgen Sie deshalb schon seit vielen Jahren.

«Richtig. Wir engagieren uns seit mittlerweile zwölf Jahren sehr stark ökologisch und sozial. Das ist zwar aufwendig und in der Regel nicht sehr publikumswirksam, aber zukunftswirksam. Wir wollen unseren Beitrag dazu leisten, die Natur zu erhalten.

Ein Prozess, der niemals endet und den Sie auch weiterhin verfolgen und optimieren werden?

«Absolut. Wir verfügen im Ferienart über ein eigens geschaffenes Ökoteam, das sich aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der einzelnen Abteilungen zusammensetzt. Im Drei-Wochen-Rhythmus trifft sich dieses Team und analysiert, was ist und was verbessert werden kann. Wir werden uns also nicht auf den Lorbeeren ausruhen.»

rob

Argus Ref 33265318

ARGUS ARGUS der Presse AG Hardturmstrasse 15 Postfach CH-8027 Zürich
Tel. 044 388 82 00 Fax 044 388 82 01 www.argus.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Walliser Bote

3930 Visp
Auflage 6x wöchentlich 26'727

1075326 / 571.19 / 42'797 mm2 / Farben: 0 Seite 5 12.11.2008

Herausragende Projekte

Erster Preis: Den ersten Preis sprach die Jury dem Projekt «SchweizMobil» zu, das aktive, naturnahe Erholung in der Schweiz attraktiv und zugänglich macht und das auf 20000 Kilometern einheitlich signalisierten Routen zum Wandern, Velofahren, Mountainbiken, Skaten und Kanufahren.

Zweiter Preis: An das Projekt «Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden» für den professionellen Aufbau einer Dachmarke.

Dritter Preis: An das Projekt «Stanserhorn Ranger». Zwölf Ranger machen als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen zugänglich.

Lebenswerk

Der Milestone für das Lebenswerk ging in diesem Jahr nicht an eine Einzelperson, sondern an die Troika Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger für ihr unermüdliches und grossartiges Engagement im Hotel Waldhaus in Sils-Maria.

Nachwuchspreis

Mit dem Nachwuchspreis wurde Stefanie Loosli geehrt und zwar für ihr Gästebindungs-Programm bei den 47 Private Selection Hotels.

Beat Anthamatten, Direktor des Ferienart Resort und Spa in Saas-Fee, präsentiert den Milestone für den Sonderpreis Nachhaltigkeit.
Foto hôtel levcie/Alain D. Bollat

ARGUS ARGUS der Presse AG Kidigerstrasse 15 Postfach CH-8027 Zürich
Tel. 044 388 82 00 Fax 044 388 82 01 www.argus.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Engadiner Post

7500 St. Moritz
Auflage 3x wöchentlich 8'792

1075326 / 571.19 / 64'801 mm2 / Farben: 3 Seite 1 13.11.2008

Würdigung für ein bemerkenswertes Lebenswerk im Oberengadin

Schweizer Tourismuspreis für Silser Hotelierfamilie

Graubünden und das Engadin konnten am Montag in Bern Tourismuspreise in Empfang nehmen. Der «Milestone» für das Lebenswerk ging an die Silser Troika Maria und Felix Dietrich/Urs Kienberger. Ausgezeichnet wurde auch die Marke Graubünden.

Stephan Kiener

«Milestone» zeichnet seit dem Jahr 2000 hervorragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus aus. Träger sind hotelleriesuisse, das Staatssekretariat für Wirtschaft seco, der Schweizer Tourismusverband und hotela. Der Tourismuspreis Schweiz steht für Innovationen, Förderung von Know-how-Transfer, Attraktivität der Destination Schweiz und Image für die Tourismuswirtschaft.

Am Montag sind im Kultur-Casino Bern vor 500 geladenen Vertretern aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Medien die Leistungsträger der Branche geehrt worden.

Persönlichkeit und Leidenschaft

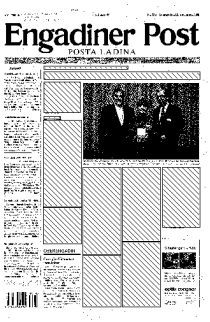
Der begehrte «Milestone» für das «Lebenswerk» ging für einmal nicht an eine Einzelperson, sondern an die Silser Troika Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger vom Hotel Waldhaus. Ausgezeichnet wurden sie für ihr «unermüdliches und grossartiges Engagement» (so die Würdigung an der Berner Feier).

Seit 31 Jahren führen die engagierten Persönlichkeiten Maria und Felix Dietrich in vierter Generation das Fünf-Sterne-Haus in vorbildlicher und einmaliger Weise. Vor 19 Jahren kam Maria Dietrichs Bruder Urs Kienberger hinzu. Guglielmo L. Brentel, Präsident von hotelleriesuisse, würdigte diese Zeit und lobte als Laudator das Waldhaus in Sils-Maria «als wahren Mikrokosmos». Dies nicht nur bezüglich seines Geistes, sondern auch «dank seinem Bekenntnis zur Kultur». «Es ist der Persönlichkeit, der Leidenschaft und Professionalität der Preisträger zu verdanken, dass dieses Flaggschiff der traditionsreichen Schweizer Hotellerie so erfolgreich geführt wird und auf eine prosperierende Zukunft blicken darf», sagte Brentel.

Das Hotel Waldhaus in Sils-Maria konnte im Sommer 2008 seinen 100. Geburtstag feiern. Das Haus ist seit seiner Erstellung ebenfalls ein Zugpferd im Oberengadiner Tourismus und konnte stets auch auf bekannte Gäste zählen. So beispielsweise Thomas Mann, Hermann Hesse, Rod Stewart oder berühmte Autoren der heutigen Zeit wie die Krimi-Verfasserin Donna Leon.

«Eine persönliche Befriedigung»

Das Waldhaus hoch über Sils-Maria wird mit viel Liebe und Engagement stets bestens instand gehalten. Investiert werden im Durchschnitt pro Jahr vier Mio. Franken in die Infrastruktur, aber auch in die Mitarbeiter, von denen viele seit langen Jahren im Betrieb tätig sind. Praktisch jedes der 140 Zimmer und Suiten (offiziell 230 Betten) hat seinen eigenen Charakter, seine Geschichte und Details, die es speziell machen. «Wie auch die Gäste sehr unterschiedlich sind», schmunzelt Urs Kienberger. Bei der Gestaltung der Zimmer stehe daher eine «Absicht dahinter».


Engadiner Post

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Engadiner Post

7500 St. Moritz
Auflage 3x wöchentlich 8'792

1075326 / 571.19 / 64'801 mm2 / Farben: 3 Seite 1 13.11.2008

Die Auszeichnung sieht die Troika als Würdigung des eigenen Engagements und als Tüpfchen aufs «i». «Es ist ein schöner Abschluss des Jubiläumsjahres und eine persönliche Befriedigung», sagt Urs Kienberger. Gefreut habe man sich vor allem darüber, dass die Anerkennung aus der eigenen Branche kam. Wohin der «Milestone» im Haus komme, darüber sei man sich noch nicht im Klaren.

Bester Sommer aller Zeiten

Den von Guglielmo L. Brentel angesprochenen «Geist des Hauses» bringt Urs Kienberger mit der Dreier-Führung in Zusammenhang. Eine solche präge das Hotel, auch die unausweichlichen Diskussionen in der Troika. Denn schliesslich sei man im Trio nicht immer gleicher Meinung. Aber man finde Kompromisse. «Meine Schwester trägt vor allem zum Ausgleich bei», lobt Urs Kienberger die Rolle von Maria Dietrich.

Dass man trotz des Preises nicht abhebt im Waldhaus Sils, verdeutlicht auch der den Gästen verschickte neueste Newsletter. Von der Auszeichnung wird nicht gesprochen, vielmehr von Kommendem. Und es wird auch zurückgeblickt. Es sei nicht alles perfekt, Grenzen im eigenen Haus immer ein Thema. Das Ziel bleibe die unbedingte Wahrung der Unabhängigkeit und die Absicht, weiterhin «menschlich und architektonisch behutsam mit der alten Dame umzugehen».

Nicht nur der Tourismuspreis, sondern auch der wirtschaftliche Erfolg bestärkt die Waldhaus-Besitzerschaft in ihrer Art der Führung. Im letzten Winter war das Fünf-Sterne-Haus annähernd zu 100 Prozent ausgelastet, im Sommer 2008 zu rund 80 Prozent. «Wir hatten den besten Sommer aller Zeiten», blickt Kienberger zurück.

Stolz ist man natürlich im Dorf Sils auf das Waldhaus und sein Führungstrio. Gemeindepräsident Attilio Bivetti bezeichnet das Hotel als «Aushängeschild» des Ortes. «Es hat eine grosse Ausstrahlung und übt eine Vorbildfunktion aus.» Und er lobt: «Das Personalwesen und die Schulung der Mitarbeiter sind beispielhaft.» Mit der Gemeinde pflege die Hoteliersfamilie eine gute Zusammenarbeit.

Die Marke Graubünden

Weitere «Milestone 2008» gingen an verschiedene Tourismusprojekte. Den ersten Preis in der Kategorie «Herausragende Projekte» sprach die Jury «SchweizMobil» zu. Weltweit einmalig wird aktive naturnahe Erholung auf 20 000 km signalisierten Routen zum Wandern, Velofahren, Mountainbiken, Skaten und Kanufahren zugänglich gemacht. So auch im Engadin mit verschiedenen signalisierten Strecken. Der Gast kann seine Tour nach Belieben starten und beenden. Der zweite Preis in dieser Kategorie ging nach Graubünden. «Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden» erhielt ihn für den professionellen Aufbau einer Dachmarke mit regionen- und branchenübergreifendem Ausmass. Mit dem dritten «Milestone» wurde das Projekt «Stanserhorn-Ranger» ausgezeichnet.

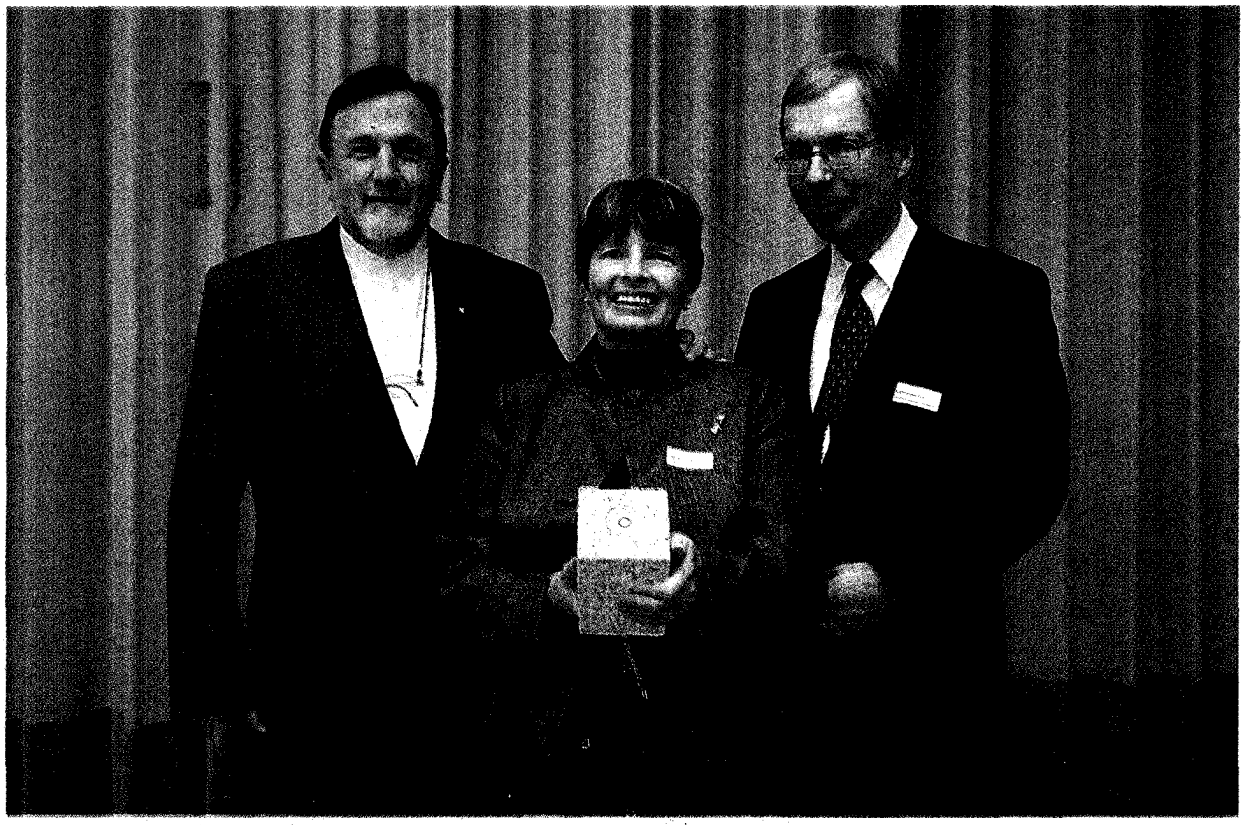
Den Sonderpreis Nachhaltigkeit erhielt das Projekt «VIRUS» des 5-Sterne-Hotels Ferienart Resort & Spa in Saas Fee. Der Nachwuchspreis ging an Stefanie Loosli für das Gästebindungs-Programm bei den 47 Private Selection Hotels.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Engadiner Post

7500 St. Moritz
Auflage 3x wöchentlich 8'792

1075326 / 571.19 / 64'801 mm2 / Farben: 3 Seite 1 13.11.2008



Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich (links) und Urs Kienberger vom Hotel Waldhaus Sils-Maria sind in Bern mit dem begehrten Tourismuspreis Schweiz «Milestone» ausgezeichnet worden. Foto: htr hotel revue/Alain D. Boillat

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

GASTRO Journal

8046 Zürich
Auflage 52x jährlich 23'829

1075326 / 571.19 / 63'572 mm2 / Farben: 3 Seite 7 13.11.2008

Milestone 2008

Besser Gastgeber sein

Matthias Nold Zur Verleihung der Milestones 2008 hielt der Publizist Ludwig Hasler vor über 500 Gästen eine eindrückliche Rede. Gastro-Journal veröffentlicht sie in Auszügen.

«Sie treiben sogenannte Realwirtschaft», attestiert er den Versammelten, «auf die man die letzten Jahre fast mitleidig herab sah, weil ihre Rendite so mickrig war. Heute weiss man, wie ‹irreal› jene andere Wirtschaft war, die mit den sensationellen Ausschüttungen. Damit dreht der Trend – hin zur bodenhaften Wirtschaft. Und welche wäre bodenhafter als der Tourismus?» So könnte, laut Hasler, der Tourismus und insbesondere das Gastgewerbe zu Krisengewinnern werden. Wie das gehen soll: «Schluss mit der Aufgeblasenheit, Schluss mit Kunstwelten – zurück zum Einfachen, Sinnlichen, Elementaren.»

Die zwei elementaren Attraktionen der Schweiz seien: die Schönheit der Natur und der Charme der Gastgeber. Allerdings, «Hugo Loetscher, der Schriftsteller als amüsierter Beobachter unserer Nationalseele sagt: ‹Wir Schweizer sind im Prinzip muff.› Also nicht bloss hie und da übel gelaunt, sondern prinzipiell muff, sozusagen vorsätzlich missmutig, noch bei heiterem Himmel – um psychisch gewappnet zu sein, falls der Himmel sich verdüstert, wie eben jetzt, in dieser blöden Krise.»

«Sind wir so muff?» Ein kurzer Rückblick auf die Euro 2008 zeigt laut Hasler anderes. Die Schweizer seien nicht durch die Strassen getaumelt und hätten sich auch etwas schwer damit getan in Fanzonen das offizielle Sponsorenbier in sich zu schütten und dafür lustvoll das Doppelte zu bezahlen. Dafür habe man mit Extrazügen imponiert, die alle pünktlich gewesen seien. «Vielleicht sind wir Schweizer für das Kinderspiel Fussball zu seriös. Wir verhielten uns wie freundliche Erwachsene, die Besuch bekamen von einer Horde Pubertierender. Ich finde, das war cool, nicht muff. Man kann, als Gastgeber, nicht gleichzeitig ausflippen – und alles im Griff haben.»

«Doch da liegt auch unsere Schwäche. Wir möchten unsere Sache recht machen. Wir bringen die Dinge nach bestem Können in Ordnung – und müssen jetzt erleben: Das Leben selbst ist so unordentlich. Dann sind wir wieder muff. Dabei haben wir in der ganzen Welt keine Feinde – ausser der Steuerfahndung. Schwingt die mal die Peitsche, machen wir uns klein. Wer will schon

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

GASTRO Journal

8046 Zürich
Auflage 52x jährlich 23'829

1075326 / 571.19 / 63'572 mm2 / Farben: 3 Seite 7 13.11.2008

Zwerge schlagen? Das Kleinmachen ist unser Trick. Bedächtig, begriffsstutzig, umständlich. Im Davonkommen sind wir meisterlich. Aber taugt das für die Rolle des Gastgebers?»

Gastfreundschaft sei eine persönliche Affäre, es reiche nicht, seine Sache recht zu machen, stellte Hasler fest: «Was zählt, ist der Mensch, der väterliche Concierge, die vergnügte Serviererin. Freundlichkeit, für Touristiker eine Soft-Tugend, ist – nebst der Natur – für mich die einzig harte Währung Ihrer Branche.»

«Tourismus, sagt man, ist ein Dienstleistungs-Business. Na hoffentlich. Sind wir vielleicht geborene Diener? Wir, ein Alpenvolk, genetisch knorrige Bauern, durch Arbeit auch noch reich geworden. Die schrägste Kombination: Ein reich gewordenes Alpenvolk als Dienstleister. Reimt sich nicht. Darum rede ich von Gastgebern, nicht von Dienstleistern. Zwei unterschiedliche Rollen: Der Dienstleister, ein Lakaie, geduckt, subaltern, die Befehle der gehassten Herrschaft (Gäste) erwartend, stets in Versuchung, sich dafür rächen zu wollen. Die Gastgeberin, die Attraktion der Tafelrunde, achtet natürlich auch auf die Wünsche der Gäste, aber soll sie bloss Erfüllungsgehilfin meiner Bedürfnisse sein? Nein, sie soll mich verführen zu unbekannten Genüssen.»

«Sehen Sie, der Gast, ein kurioses Wesen. Er kommt mit Bedürfnissen, die will er befriedigt haben. Das ist Dienstleistung. Insgeheim aber träumt er davon, etwas zu geniessen, das er noch gar nicht kennt. An einen verborgenen Wunsch gerührt zu werden. Das wäre Gastfreundschaft. Wäre Erotik. Wäre Verführung. Verführen lässt sich nur, wer insgeheim darauf wartet. Wenn es passiert, ist der Gast glücklich, er wird zurückkehren, immer wieder. Er weiss: Bedürfnisbewirtschaftung kriegt er überall. Verführung ist einmalig.»

«Wollen Sie mich als Gast? Dann vergessen Sie mal den Kompetenzen-Fetischismus. Warum geht jemand zu Madonna ins Konzert? Weil sie singen kann? Sie ist eine tolle Frau. Bringt uns auf ungeahnte Gedanken. Eben. Der Mensch im Service ist wichtiger als seine Service-Kompetenz.»

Die ganze Rede: www.htr-milestone.ch

En bref

Lors de la remise des Milestones, à Berne, le journaliste Ludwig Hasler a fait un exposé impressionnant autour de la prestation de service et de la qualité d'hôte.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

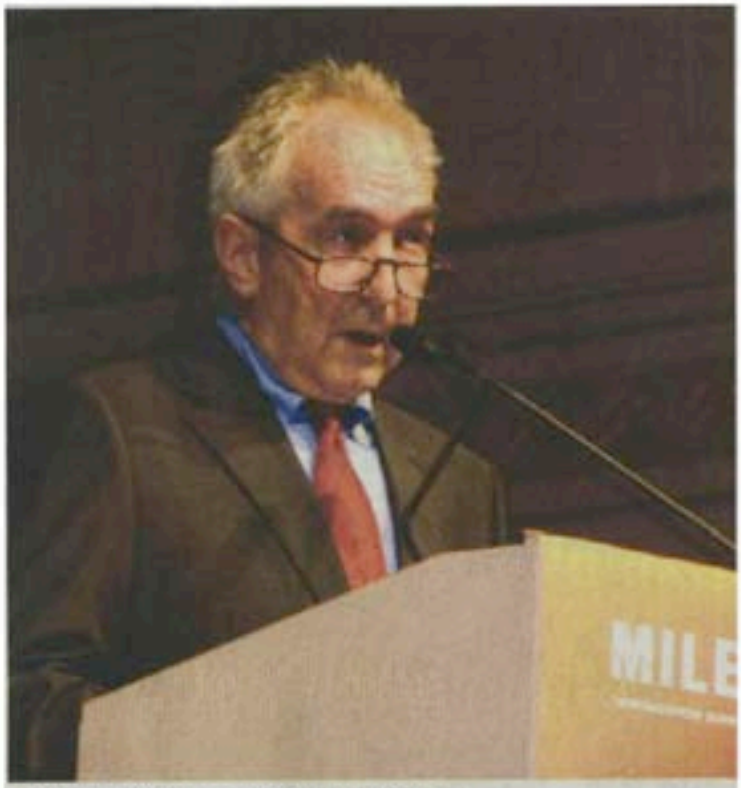
GASTRO Journal

8046 Zürich
Auflage 52x jährlich 23'829

1075326 / 571.19 / 63'572 mm2 / Farben: 3 Seite 7 13.11.2008

Die Gewinner

- Den eigentlichen Hauptpreis, den ersten Preis in der Kategorie «Herausragende Projekte», gewann das Projekt «Schweiz Mobil» und damit auch Peter Anrig, der kurz vor seinem Gang in den Ruhestand nochmals zu verdienten Ehren kam.
- Der zweite Preis ging an das Projekt «Marke Graubünden».
- Den dritten Preis erhielten die «Stanserhorn Ranger».
- Der Sonderpreis für Nachhaltigkeit wurde zum ersten Mal verliehen. Er ging an das Projekt «Wallo's Nachhaltigkeits VIRUS» des Ferienart Resort & Spa in Saas Fee.
- Für einmal erhalten gleich drei Personen den Preis für das Lebenswerk: Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger, die bereits in 4. Generation das Waldhaus in Sils-Maria führen.
- Der Nachwuchspreis wurde Stefanie Loosli überreicht für ihr Gästebindungs-Programm bei den 47 Private Selection Hotels.



Ludwig Hasler während seiner eindringlichen Rede.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

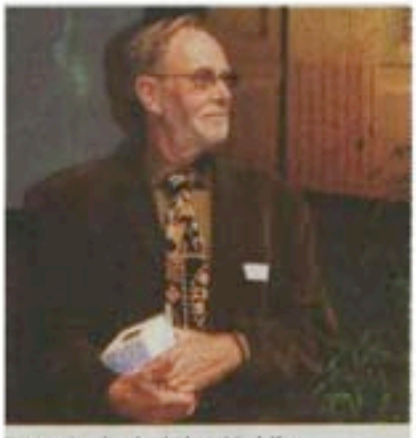
GASTRO Journal

8046 Zürich
Auflage 52x jährlich 23'829

1075326 / 571.19 / 20'480 mm2 / Farben: 3 Seite 17 13.11.2008

Les Milestone ont été décernés lundi soir à Berne

SuisseMobile primé



Peter Anrig de SuisseMobile.

SuisseMobile est le grand lauréat du Milestone 2008 en catégorie Projet remarquable. Décernés lundi soir au Kultur-Casino de Berne devant un parterre de quelque cinq cents personnes, les Milestone 2008 récompensent des projets nationaux et alémaniques. Le deuxième prix va au projet «Vendre la diversité en toute simplicité: la marque des Grisons». Le projet des «rangers du Stanserhorn» (des alpinistes servant de guides itinérants) reçoit le troisième prix.

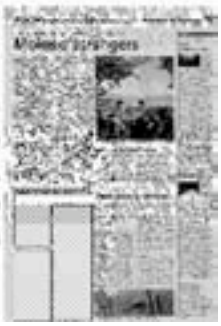
Décerné pour la première fois, le Prix spécial du développement durable récompense un projet hôtelier, celui du Ferienart Resort & Spa, un cinq étoiles de Saas Fee. Un hôtel où, a souligné Christoph Juen (directeur d'hotelleriesuisse), la durabilité est ancrée dans la philosophie de l'entreprise et se répand comme un virus et où la conscience écologique et sociale est aussi perceptible par les hôtes, notamment grâce à la promotion des voyages en transports publics ou encore au choix des fournisseurs selon des critères écologiques et régionaux.

Cette année, le Milestone pour l'œuvre d'une vie a été décerné à un trio: Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich et Urs Kienberger. Tous trois se sont engagés depuis trente ans «de manière exemplaire et unique», remarque le jury, dans la gestion de l'hôtel familial (4e génération) cinq étoiles Waldhaus, à Sils-Maria. Selon Guglielmo L. Bentel (président d'hotelleriesuisse), cet hôtel est «un véritable microcosme, non seulement du point de vue de son esprit mais également de sa connaissance de la culture».

Le Prix de la relève récompense Stefanie Loosli. Etudiante en économie d'entreprise à la Haute école de Lucerne, elle avait consacré son mémoire de fin d'études à un programme de fidélisation de la clientèle au sein des 47 hôtels Private Selection. Elle a ensuite pu réaliser ce programme pour le groupe hôtelier.

Soutenu par le programme d'encouragement du Seco InnoTour, le Milestone est décerné par «htr hotel revue» depuis l'an 2000. **mtpp**

www.htr-milestone.ch



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Sonntags Blick

8008 Zürich
Auflage 52x jährlich 265'478

1075326 / 571.19 / 2'113 mm2 / Farben: 0 Seite 30 16.11.2008

JÜRG SCHMID

Ausgezeichnet

Schweiz-Tourismus-Chef Jürg Schmid (46) hat es jetzt schriftlich: Das im Mai lancierte Wegnetz für Wanderer, Biker, Kanufahrer und Skater ist das «herausragendste» Projekt der Branche. Dafür erhält die Stiftung «Schweiz Mobil» einen «Milestone», den wichtigsten Preis der Schweiz für Innovation im Tourismus.●

«Mehr Wettbewerb im KMU-Bereich»

Stabilität schaffen – Arbeitsplätze retten

JA

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

BERNERBÄR
Gesamt
3001 Bern
Auflage 2x wöchentlich 137'230

1075326 / 571.19 / 88'925 mm2 / Farben: 3 Seite 3 18.11.2008

Meilensteine

Letzte Woche wurde im Kultur-Casino mit dem «Milestone» der Tourismuspreis Schweiz vergeben. 500 Gäste trafen sich zu diesem ereignisreichen Event

Fotos **Andreas von Gunten**

Eigentlich sind es jeweils Meilensteine, denn mit dem Tourismuspreis «Milestone» hat man auch dieses Jahr in Bern wieder ein Lebenswerk, drei herausragende Projekte und ein Nachwuchswerk gewürdigt. Ins Leben gerufen wurde die wichtigste Auszeichnung der Branche im Jahr 2000. Der «Milestone» steht seit dieser Zeit für hervorragende Leistungen, innovative Ideen sowie einzigartige Projekte im Schweizer Tourismus. Zum ersten Mal wurde heuer auch ein Nachhaltigkeitspreis für ein umwelt- und energiefreundliches Projekt verliehen. Die Gewinner sind u.a. «Schweiz Mobil», die Marke «Graubünden» und die «Stanserhorn Ranger». Für lockere Sprüche sorgte – passend zum Stein – Franz Steinegger, der Präsident des Schweizer Tourismus-Verbandes. pw

Elsbeth Hobmeier (Chefredaktorin hotel revue) und Markus Lergier (Bern Tourismus)

Fredi Lussy (l.) und Martin Gut (beide Stanserhorn-Rangers)

Patrik Scherrer (Kursaal Bern, l.), Emanuel Berger (VR Grand Hotel Victoria-Jungfrau)

Franz Steinegger (Präs. Schweizer Tourismus-Verb., l.), Marco Solari (Ticino Turismo)

Beatrice Imboden (Hotel Bären Bern), Peter Michel (CEO Best Western Swiss Hotels)

Annette Stoffel und Marc Kaufmann (beide hotelleriesuisse)

Theres Lagler (hotel revue) und Nik Hartmann (Fernseh- und Radiomoderator)

Nora Fehr (l.) und Sandra Heim (beide hotelleriesuisse)

Stefanie Loosli (Private Selection Hotels) und Beat Anthamatten (Ferienart Resort & Spa, beide Preisträger Milestone 08)

Della Piscopo (l.) und Barbara Roelli (beide hotel revue)

Gieri Spescha (graubünden.ch, l.) und Jürg Balsiger (Stanserhorn-Bahn-Gesellschaft, beide Preisträger Milestone 08)

Brigitta Schaffner (Leiterin Ombudsstelle Schweizer Hotellerie) und Klaus Künzli (Zentralpräsident GastroSuisse)

Annette Michel Gilgen und Stefan Gilgen (beide Blitz & Donner)

Barabara Erni (l.) und Marianne Siegenthaler (beide Murten Tourismus)

Maria Dietrich-Kienberger, Urs Kienberger (l.) und Felix Dietrich (alle Milestone 08 «Lebenswerk», Hotel Waldhaus, Sils-Maria)

v.l.: Gisela Vollmer (MiniMuseum Mürren), Susanne Huber (Volkswirtschaft Berner Oberl.), Peter Vollmer (Schweiz Tourismus)

Elsbeth Hobmeier (Chefredaktorin hotel revue und Gastgeberin im Kultur-Casino)

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

eXpresso

deutsche Ausgabe
6002 Luzern
Auflage 52x jährlich 21'076

1075326 / 571.19 / 43'003 mm2 / Farben: 3 Seite 14 18.11.2008

«Milestone 2008»: Private Selection Hotels räumen gross ab

In Bern sind die Gewinner des diesjährigen «Milestone» gekürt worden. Neben den Siegern dieses prestigeträchtigen Tourismuspreises gibt es im Hintergrund eine heimliche Hauptgewinnerin. «eXpresso» verrät, wer das ist und warum die Jury dieses Jahr eine besonders schwere Aufgabe hatte.

«104 Projekte haben sich am Milestone 2008 beteiligt. Das ist ein neuer Rekord!», freut sich Jurymitglied und «htr hotel revue»-Chefredaktorin Elsbeth Hobmeier. Zusammen mit Mario Lütolf, Direktor Schweizer Tourismus-Verband, und Richard Kämpf, Chef des Ressorts Tourismus beim Staatssekretariat für Wirtschaft seco, hat sie die besten, innovativsten und nachhaltigsten Projekte unserer Branche ausgewählt. «Das war eine schwierige Aufgabe. Es gibt so viele wirklich gute, einfallsreiche Projekte», sagt Elsbeth Hobmeier.

Jubel bei den Private Selection Hotels: gleich drei «Milestone»-Gewinner in den eigenen Reihen.

Stefanie Loosli, Mitarbeiterin der Hotelmarketingkooperation Private Selection Hotels, ist mit dem «Milestone»-Nachwuchspreis für ihr Gästebindungs-Programm ausgezeichnet worden. Sie hat das Programm im Rahmen ihrer Diplomarbeit an der Hochschule Luzern exklusiv für die Private Selection Hotels entwickelt. Der Knackpunkt an dieser Aufgabe war: Das Gästebindungs-Programm musste dem Gast einen echten Benefit bieten und ohne Aufwand in die bestehenden Systeme der 47 zur Marketingkooperation gehörenden Hotels integrierbar sein.

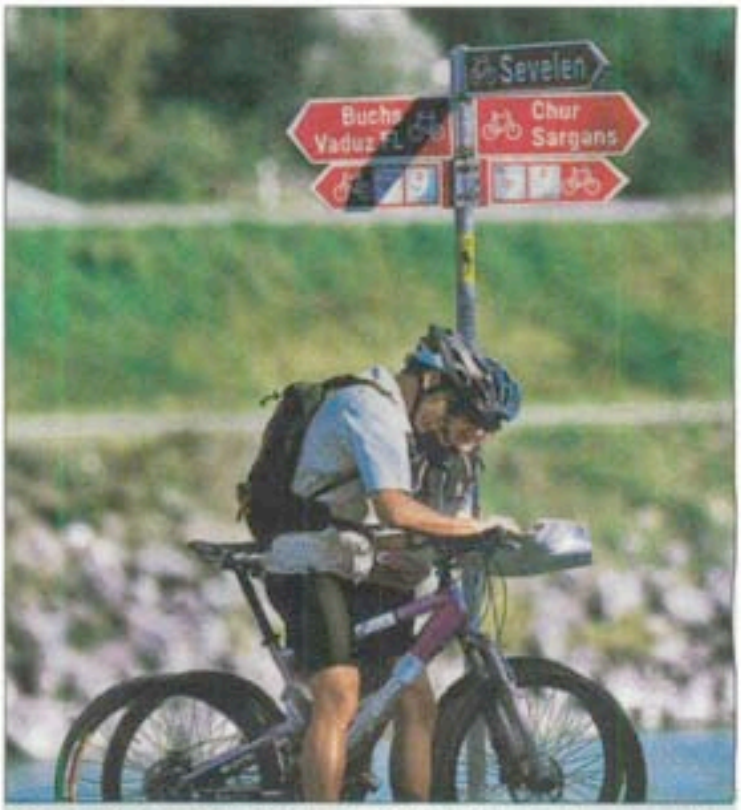
Gleich zwei dieser Mitgliedhotels haben ebenfalls einen «Milestone» gewonnen. Das eine ist das Ferienart Resort & Spa in Saas-Fee. Es ist für die konsequente Umsetzung seiner sozialen und ökologischen Betriebsphilosophie im Hotelalltag ausgezeichnet worden.

Das andere «Milestone»-prämierte Private-Selection-Hotels-Mitglied ist das Hotel Waldhaus ins Sils-Maria. Dessen Direktorentrio Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger ist für sein Lebenswerk geehrt worden.

riccarda.frei@gastronews.ch

Stefanie Loosli erhält für ihr Gästebindungs-Programm den «Milestone»-Nachwuchspreis.

Für seine branchen- und regionenübergreifende Dachmarke erhält Graubünden den zweiten Preis.



Muskelkraft, öffentlicher Verkehr, touristische Dienstleistungen und ein einheitlich ausgeschildertes Streckennetz: Für die Umsetzung dieses weltweit einzigartigen Konzepts erhält «SchweizMobil» den ersten Preis.

Das Stanserhorn wird für seine gästebetreuenden Ranger mit dem dritten Preis ausgezeichnet.

Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich (Mitte) und Urs Kienberger werden für ihr Lebenswerk geehrt.

Der «Milestone»-Sonderpreis für Nachhaltigkeit geht an das Ferienart Resort & Spa in Saas-Fee.

Tourismuspreis für Stanserhorn Ranger

«Traumjob»

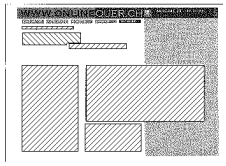
für aktive Pensionierte

Jetzt ist es klar: Die Stanserhorn Ranger sind ein «herausragendes Projekt im Schweizer Tourismus». Die Truppe rund um «Oberranger» Werner Flury gewann einen der Milestones 2008. Eine Anerkennung, sagt Flury. Aber weniger wichtig als die Tatsache, «dass uns das Projekt grossen Spass macht.»

Renate Metzger-Breitenfellner

«Eigentlich sind wir wandernde Informationssäulen», sagt Werner Flury, ehemaliger Redaktionsleiter der Neuen Nidwaldner Zeitung und immer noch äusserst interessiert an allem, was in Nidwalden, in der Schweiz und der Welt passiert. Seit er pensioniert ist, hat er Zeit, das Leben zu geniessen. Das macht er – unter anderem – auf dem Stanserhorn. Als Stanserhorn Ranger, ausgerüstet mit T-Shirt, Hut und Allwetterjacke, mit Feldstecher und Dokumentationsmaterial. «Es ist spannend, mit den Leuten zu reden», sagt Flury. Und besonders spannend sei es jetzt, im Herbst. «Weil ältere Menschen kommen, die Zeit haben und uns zum Teil ihre Lebensgeschichten erzählen.»

Die handliche Dokumentation stammt – wen wunderts – zum Teil von Werner Flury. Er hat Daten und Fakten über Nidwalden und das Stanserhorn zusammengetragen. Und in den nächsten Monaten erstellt er eine Liste mit allen Blumen, die auf dem Stanserhorn anzu-



Jürg Balsiger (Mitte) und vier Ranger bei der Preisübergabe im Kultur-Casino Bern. (Bild zvg)

treffen sind; inklusive Blütezeit, Ortsangabe und versehen mit dem Hinweis, wo das entsprechende Bild in jenem Buch zu finden ist, das alle Ranger bei sich haben, wenn sie im Einsatz sind.

Liste der Skurrilitäten

Besondere Vorfälle werden in einer Art Protokoll festgehalten. Das gibt unter anderem Auskunft über die sprachliche Kreativität der Ranger. So hat Helmut Huwiler am 22. Oktober am Vormittag «mehr Gämsen als Gäste gesehen», und am letzten Septemberwochenende, als der Nebel sich nicht lichten wollte, wurde er nicht depressiv, sondern lyrisch: «Das Horn verhüllet sein Gesicht, ich glaube fast, es mag mich nicht.» Werner Flury seinerseits erzählt von spannenden Begegnungen und Unterhaltungen: Von einer Frau, die vom Berg aus das Kloster St. Klara gesucht hat, in dem sie früher mal zur Schule gegangen war, von einem Besucher, der nach 20 Jahren im Ausland jetzt in die Gegend zurückkehrte, in der er einst die Rekrutenschule absolviert hatte. «Er suchte den Weg von St. Jakob aufs Stanserhorn, musste aber umkehren, weil dieser Pfad nicht mehr begehbar ist. Er fuhr dann aufs Ächerli und wanderte von dort auf den Berg.» Aber auch an ein Gespräch mit einem deutschen Ehepaar erinnert sich Flury: «Es ging um die Briefe, die Heinrich Pestalozzi aus Stans geschrieben hat», erzählt er. «Ich habe dann erzählt, dass die Nidwaldner von Pestalozzi nicht so begeistert waren, dass es in Stans aber zum Beispiel ein Pestalozzi-Schulhaus gibt.»

Die Ranger sprechen TouristInnen an, dis-

kutieren mit ihnen über Geschichtliches und Aktuelles, über den Flugplatz Buochs und geologische Besonderheiten. Sie erklären das Panorama, benennen die Berggipfel, die Seen. «Und letzten Samstag hat bereits der Erste nach dem Wellenberg gefragt.» Auch Vergangenheit und Zukunft der Stanserhornbahn sind immer wieder Thema. Dann erzählt Werner Flury seinen Gästen, dass in zwei Jahren eine neue Seilbahn gebaut werde, die nostalgische Standseilbahn aber nicht verschwinden solle. Und er spricht vom Drachenried, das bis zum Zweiten Weltkrieg Sumpfgebiet war. «So lange, bis die Zürcher gekommen sind, die Fläche trockengelegt und Kartoffeln angebaut haben.»

13 Pensionierte

Menschen und ihre Geschichten haben Flury schon immer fasziniert. Als ihn Stanserhornbahn-Direktor Jürg Balsiger fragte, ob er nicht bereit sei, eine Gruppe von «Rangern» zusammenzustellen, war er deshalb sofort dabei. Er fragte Pensionierte an, Berggänger, «die ohnehin viel auf dem Horn sind». Eine illustre Gesellschaft von Ehemaligen ist es: Bankprokurist, Chef der Nidwaldner Verkehrspolizei, Leiter der Heilpädagogischen Schule, Kantonsingenieur, Chefpilot der Pilatus Flugzeugwerke, Polizist, Lehrer, Bankbeamter, Malermeister, Bauingenieur, Flugplatzverantwortlicher, Richter, Politiker. 13 Männer, die Werner Flury aus seinen aktiven Zeiten als Redaktor oder privat gut kennt. Rüstige Pensionierte, die Zeit und Lust haben, sich – für eine Jahreskarte und Gratisverpflegung, wenn sie «im Einsatz» sind – in den Dienst der Stanserhornbahn zu stellen.

Eine Art Männerbund

Und die Frauen? Ursprünglich seien Frauen auf der Liste gestanden, sagt Werner Flury, lacht. «Wenn die Ranger im Einsatz sind, kommen die Frauen zu ihrem eigenen Freiraum.» Das habe dann «den Vorteil, dass wir in der Küche und beim Abstauben nicht im Weg stehen.» Selbstverständlich seien auch Rangerinnen denkbar. «Sofern sie die hohen Anforderungen, die an uns gestellt werden, erfüllen». Ein wenig Spass muss sein. Aber im Ernst: «Für das nächste Jahr ist die Liste bereits voll, es werden keine Anmeldungen mehr entgegengenommen.» Somit ist klar: Der Job ist begehrt. Und auch 2009 bleiben die Männer unter sich.

Für den Einsatzplan ist Oberranger Flury verantwortlich, bei schlechtem Wetter, bei Regen und Nebel entscheiden die Einzelnen selbst, ob sie in die Höhe fahren oder nicht. «Weil alle mit so viel Eifer bei der Sache sind, habe ich schon ein schlechtes Gewissen, wenn ich mich selbst auf die Einsatzliste setze», sagt Flury. Und: Das Projekt entwickle langsam eine Eigendynamik: «Jetzt gibt es bereits Reisegruppen, die eine Begegnung mit einem Ranger ins Programm aufnehmen.» Und das teilweise sogar in englischer Sprache.

Letzte Woche wurde der Milestone 2008 gebührend gefeiert. Zuerst im Kultur-Casino Bern bei der Übergabe von «Meilenstein» und 3000 Franken, danach auf dem Stanserhorn, wo alle Ranger als Dank und zur Erinnerung ihren ganz persönlichen «Meilenstein» erhielten: ein Stück Beton aus dem Rotzloch, mit Medaille und Namensschild. «Natürlich sind wir stolz auf diesen Preis», sagt Werner Flury. Doch die Lorbeeren gebührten eigent-

lich Jürg Balsiger und Fabienne Huber. «Sie hatten die Idee – und können sie vor allem im Bereich Marketing jetzt nutzen». Am 22. November treffen sich alle Ranger zum Schlusshock. Dann sind sie für dieses Jahr ein letztes Mal auf dem Horn anzutreffen. Mit Frauen und bei Kaffee und Kuchen.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Freiburger Nachrichten

1701 Fribourg
Auflage 6x wöchentlich 16'486

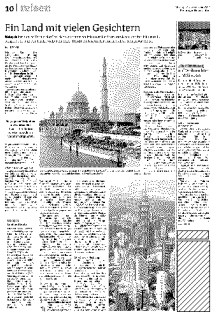
1075326 / 571.19 / 5'158 mm2 / Farben: 0 Seite 10 24.11.2008

Tourismus-Preis an SchweizMobil

Das Projekt «SchweizMobil» ist Anfang November in Bern mit dem «Milestone 2008» für herausragende Leistungen im Tourismus ausgezeichnet worden. Gewürdigt wurde, wie das Projekt naturnahe Erholung auf einzigartig attraktive Weise zugänglich mache.

Der zweite Preis ging an das Projekt «Vielfalt einfach verkaufen: Marke Graubünden», wie Hotelleriesuisse als Trägerin des «Milestone» mitteilte. Der dritte Preis erhielt das Projekt «Stanserhorn Ranger». Die 12 Ranger machten als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich, lautete die Begründung.

Der erstmals verliehene Sonderpreis für Nachhaltigkeit ging an das 5-Sterne-Hotel «Ferienart Resort & Spa» in Saas Fee. *sda*


10 | reisen
Ein Land mit vielen Gesichtern

Argus Ref 33400171

ARGUS
ARGUS der Presse AG Kidigerstrasse 15 Postfach CH-8027 Zürich
Tel. 044 388 82 00 Fax 044 388 82 01 www.argus.ch

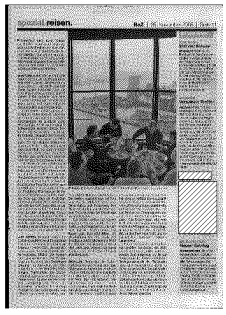
hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

bazkulturmagazin.
Beilage Basler Zeitung
4002 Basel
Auflage 6x wöchentlich 94'541

1075326 / 571.19 / 2'547 mm2 / Farben: 0 Seite 11 25.11.2008

ausgezeichnet Milestone 2008

NATURNAH. Das Projekt «SchweizMobil» ist mit dem «Milestone 2008» für herausragende Leistungen im Tourismus ausgezeichnet worden. Das Projekt mache naturnahe Erholung auf einzigartig attraktive Weise zugänglich. Der erstmals verliehene Sonderpreis für Nachhaltigkeit ging an das Fünf-Sterne-Hotel «Ferienart Resort & Spa» im Walliser Bergdorf Saas-Fee.
> www.htr-milestone.ch



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

BAR NEWS

7270 Davos Platz
Auflage 5x jährlich 4'500

1075326 / 571.19 / 23'602 mm2 / Farben: 3 Seite 96 28.11.2008

SMALL TALK
ATTRAKTIVE ANGEBOTE

Preisverleihung 2008

«MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz»

Vor 500 geladenen Vertretern aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Medien wurden die glücklichen Preisträger mit dem «Milestone 2008» ausgezeichnet.

Peter Anrig (SchweizMobil), ein Ranger, Felix Dietrich-Kienberger (hinten, Lebenswerk), Maria Dietrich-Kienberger (vorne, Lebenswerk), Urs Kienberger (hinten, Lebenswerk), Stefanie Loosli (vorne, Nachwuchspreis), Beat Anthamatten (Wallo's Nachhaltigkeits-VIRUS), Gieri Spescha (Vielfalt einfach verkaufen: Marke Graubünden), Jürg Balsiger (Stanserhorn Ranger).

Den ersten Preis in der Kategorie **«Herausragende Projekte»** sprach die Jury dem Projekt **«SchweizMobil»** zu. Die Stiftung SchweizMobil verantwortet die Idee bis zur physischen Umsetzung und betrieblichen Entwicklung aus einer Hand. Weltweit einmalig, macht sie aktive, naturnahe Erholung in der Schweiz attraktiv und zugänglich auf 20'000 km einheitlich signalisierten Routen zum Wandern, Velofahren, Mountainbiken, Skaten und Kanufahren.

Der zweite Preis ging an das Projekt **«Vielfalt einfach verkaufen: Marke Graubünden»** für den professionellen Aufbau einer Dachmarke mit regionen- und branchenübergreifendem Ausmass.

Mit dem dritten Milestone wurde das Projekt **«Stanserhorn Ranger»** ausgezeichnet. Die 12 Ranger, selbst begeisterte Berggänger, machen als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich.

Der **Sonderpreis Nachhaltigkeit**, der dieses Jahr erstmals verliehen wurde, ging an das Projekt **Wallo's Nachhaltigkeits-VIRUS** des **5-Sterne-Hotels Ferienart Resort & Spa in Saas Fee**.

Der Milestone für das **«Lebenswerk»** geht für einmal nicht an eine Einzelperson, sondern an **Troika Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger** für ihr unermüdliches und grossartiges Engagement im **Hotel Waldhaus in Sils-Maria**.

Der diesjährige Nachwuchspreis wurde **Stefanie Loosli** für ihr Gästebindungs-Programm bei den 47 Private Selection Hotels verliehen.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

NEUE LUZERNER ZEITUNG

6002 Luzern
Auflage 6x wöchentlich 86'695

1075326 / 571.19 / 99'636 mm2 / Farben: 3 Seite 20 28.11.2008

Infos, Tipps und Winterhits

Fantastische Verhältnisse am Gemsstock im Wintersportgebiet **Andermatt–Gotthard.** Bereits zu Beginn der Wintersaison 2008/09 ist es möglich, den Schneesport vom Gemsstock aus zu geniessen. Was das Skigebiet am Gurschen/Gemsstock besonders auszeichnet, ist die Vielfalt der Pisten. So viel Platz zum Skifahren und die schönsten Pisten weit und breit bietet nur der Gemsstock. Für die Sicherheit der Freerider ein Check-Point in der Mittelstation Gurschen, damit Sie sich über die aktuelle Schnee- und Lawinensituation informieren können. Der Gemsstock mit seinen unzähligen Runs, Couloirs, Jumps und den alpinen Klassikern lässt die Herzen vieler höher schlagen. Abfahrten bis 1500 Höhenmeter sind möglich.
www.gemsstock.ch

Familie im Schnee

Ski-Weekends in **Brigels–Waltensburg–Andiast.** Am 29. und 30. November Ski- und Snowboardtest. Über 200 Paar Ski und 50 Snowboards können getestet werden. Am 6. und 7. Dezember Familien-Skiweekend. Kinder in Begleitung mindestens eines Elternteils fahren an diesem Wochenende gratis Ski. Weitere Attraktionen für Eltern und Kinder: Pistenbully führen, Info-Point Rettungs- und Lawinendienst inklusive Lawinenübung, Familientopf und Familienkrug im Bergrestaurant Alp Dado, auch der Samichlaus hat versprochen, vorbeizukommen.
www.brigels.ch

Klarsicht während der Fahrt auf das **Brunni,** die Sonnenterrasse über dem Engelbergtal. Am 19. Dezember wird die neue Luftseilbahn mit den rundum verglasten Kabinen eingeweiht. Am 20. Dezember ist Eröffnung der Wintersaison: Ski- und Snowboardfahren, Schlitteln, Winterwandern und der attraktive Yeti-Park sind im Angebot.

Preisgünstige Pauschale für ein Familien-Weekend auf **Brüsti–Attinghausen** für Eltern und alle Kinder bis 16 Jahre für Fr. 329.–. Inbegriffen: Retourfahrt mit der Luftseilbahn, Tageskarten am Skilift für zwei Tage, zwei Hauptmahlzeiten, eine Übernachtung mit Frühstück im Berggasthaus Z'Graggen. Das freundliche Angebot der Luftseilbahnen: Geburtstagskinder erhalten Gratis-Tageskarte für Luftseilbahn und Skilift. Ausweis nicht vergessen.

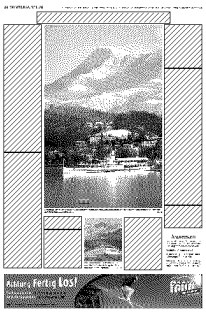
Weltwunder

Die neuen Riesenkristalle aus der Göschener Alp in der Alten Kirche **Flüelen.** Franz von Arx und seinem Partner Elio Müller war am 19. September nochmals ein gigantischer Fund beschieden. Eine Weltsensation! Ein Teil dieser Kristalle wird jetzt auch in der Alten Kirche gezeigt. Täglich von 10 bis 18 Uhr.

Die ganze Familie treibt Wintersport auf **Klewenalp–Stockhütte** mit dem Familien-Sparpaket. Für nur Fr. 150.– kann die ganze Familie, egal wie viele eigene Kinder, Skifahren, Snowboarden, Schlitteln oder Wandern und sich im Panorama-Berggasthaus Klewenalp oder Berggasthaus Stockhütte mit einem Mittagessen verpflegen.

Unbedingt zuvor reservieren für den «Samichlouse-Seniorenjass» am 6. Dezember im Berggasthaus Eigerblick auf **Marbachegg.** Spezielles Mittagessen mit einem Glas Wein, Gondelfahrt und Jasseinsatz Fr. 49.–. Mittagessen ab 10.30 Uhr. Pünktlicher Jassbeginn um 12 Uhr. Es wird mit deutschen Jasskarten gespielt. Schöne Gaben für alle Jasser.

Weihnachtsmarkt in **Maria-Rickenbach** am 29. und 30. November. Am Samstag von 13 bis 19 Uhr. Talfahrt bis 19 Uhr jede halbe Stunde, bis 22 Uhr stündlich, bei Bedarf Zwischenfahrten. Am Sonntag von 11 bis 18 Uhr, Talfahrt bis 19 Uhr. Das Marktangebot: Spezielle Krippen, Figuren und Kunstgegenstände, einheimische Produkte, einheimische Handwerker bei ihrer Arbeit. Rahmenprogramm: Samstag, 17 Uhr, Hirtenspiel der Schule Oberdorf in der Wallfahrtskirche. Samstag, 13.30 und 15.30 Uhr, sowie Sonntag, 14 und 16 Uhr, Puppenspiel im Haus Engel. Während des Marktes zirkuliert ein Drehörgeli im Dorf. Gottesdienst: Sonntag,



10.30 Uhr, in der Wallfahrtskirche mit dem Kinderchor Pop Corns, Oberdorf.

Ein ganzes Jahr Pilatus

Während des ganzen Jahres auf den **Pilatus** wann immer man Lust und Laune hat mit der Pilatus-Jahreskarte zum attraktiven Tiefpreis. Erwachsene Fr. 279.–, Familien-Jahreskarte für Eltern und eigene Kinder 6 bis 16 Jahre Fr. 558.–. Die Jahreskarten können jeweils von Montag bis Samstag, zwischen 15.30 und 17 Uhr, an der Talstation der Pilatus-Bahnen Kriens bezogen werden. Für Infos Telefon 041 329 11 11. www.pilatus.ch

Fondue-Nostalgiefahrt auf die **Rigi,** jeden Freitag bis März 2009, jeweils von 18.30 bis 22.30 Uhr, im ältesten betriebsfähigen Elektro-Zahntriebwagen der Welt mit Baujahr 1911. Apéro während der Bergfahrt. Auf Rigi Kulm wird ein währschaftes Käsefondue im stehenden, geheizten Nostalgiewagen serviert. Nach dem Kaffee mit Rigi-Kirsch Talfahrt nach Goldau. Preis pro Person Fr. 95.–. Reservation Telefon 041 399 87 87.

Wer den **Schneepass Zentralschweiz** zum günstigeren Vorverkaufspreis kaufen will, muss sich sputen. Der Rabatt von 5 Prozent wird nur noch bis 30. November gewährt. Die Preise im Vorverkauf: Erwachsene ab 20 Jahren Fr. 950.– (regulärer Preis Fr. 999.–), Senioren, Frauen ab 64, Männer ab 65 Fr. 710.– (749.–), Jugendliche 16 bis 19 Jahre Fr. 710.– (Fr. 749.–), Kinder 6 bis 15 Jahre Fr. 470.– (Fr. 499.–). Der Schneepass ist in 15 Zentralschweizer Skigebieten erhältlich und gültig: Sattel-Hochstuckli, Mythenregion, Sportbahnen Schwyz–Stoos–Fronalpstock, Rigi-Bahnen, Bergbahnen Klewenalp–Stockhütte, Sedrun-Bergbahnen, Andermatt-Gotthard-Sportbahnen, Bergbahnen Titlis Rotair, Luftseilbahn Engelberg–Brunni, Sportbahnen Melchsee-Frutt, Panoramawelt Lungern-Schönbüel, Bergbahnen Meiringen–Hasliberg, Skilifte Mörlialp, Bergbahnen Sörenberg, Sportbahnen Marbachegg. Was zu beachten ist. Der Schneepass Zentralschweiz wird in der Regel im «Stammskigebiet» gelöst. In jedem anderen der 15 integrierten Skigebiete ist am Schalter die Stammsaisonkarte mit der Tagesstreichliste vorzuweisen, worauf eine Tageskarte für dieses bestimmte Skigebiet abgegeben wird.
www.schneepasszentralschweiz.ch

Für Gross und Klein

Spass für die ganze Familie im Snowpark Valtgeva in **Sedrun.** Schneesportschule für Gross und Klein mit Kinderbetreuung. Der Nachwuchs kann sich so richtig austoben im Snowkids Village mit Zauberteppich, Schneehüpfburg, Karussell und Snowtubing-Bahn. Und zum Aufwärmen ab ins Indianerzelt. Den Hunger stillt man im Restaurant Cristall gleich neben der Piste. Es werden spezielle Kindermenüs angeboten.

Freude bei der **Stanserhorn-Bahn-Gesellschaft.** Unlängst fand in Bern die jährliche Preisverleihung des Tourismuspreises Milestone statt. Dabei wurden die in diesem Jahr erstmals eingesetzten Stanserhorn-Ranger mit dem 3. Rang ausgezeichnet. Seit der «Uistrinket» am 23. November ist Winterruhe für die Bahnen und auf dem Fünfsterneberg. Schon jetzt und noch bis zum Wochenende vom 12./13. Dezember anlässlich des Stanser «Wiähnächtsmärchts» sind die Jahreskarten 2009 Stanserhorn zu einem vergünstigten Preis erhältlich. Einzelpersonen Fr. 160.– statt Fr. 170.–, Paare Fr. 290.– statt Fr. 310.–.

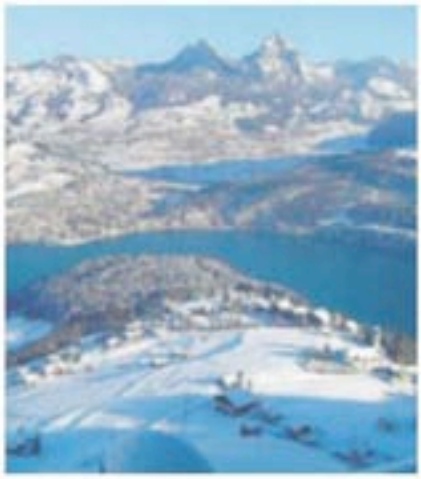
Schifffahrt im Winter

Die Tageskarte **Urnersee,** der Winterhit für freie Fahrt zwischen Beckenried–Treib–Brunnen und Flüelen sowie mit der Treib-Seelisberg-Bahn. 2. Klasse mit Halbtaxabo Fr. 21.–, ohne Halbtaxabo Fr. 34.–.

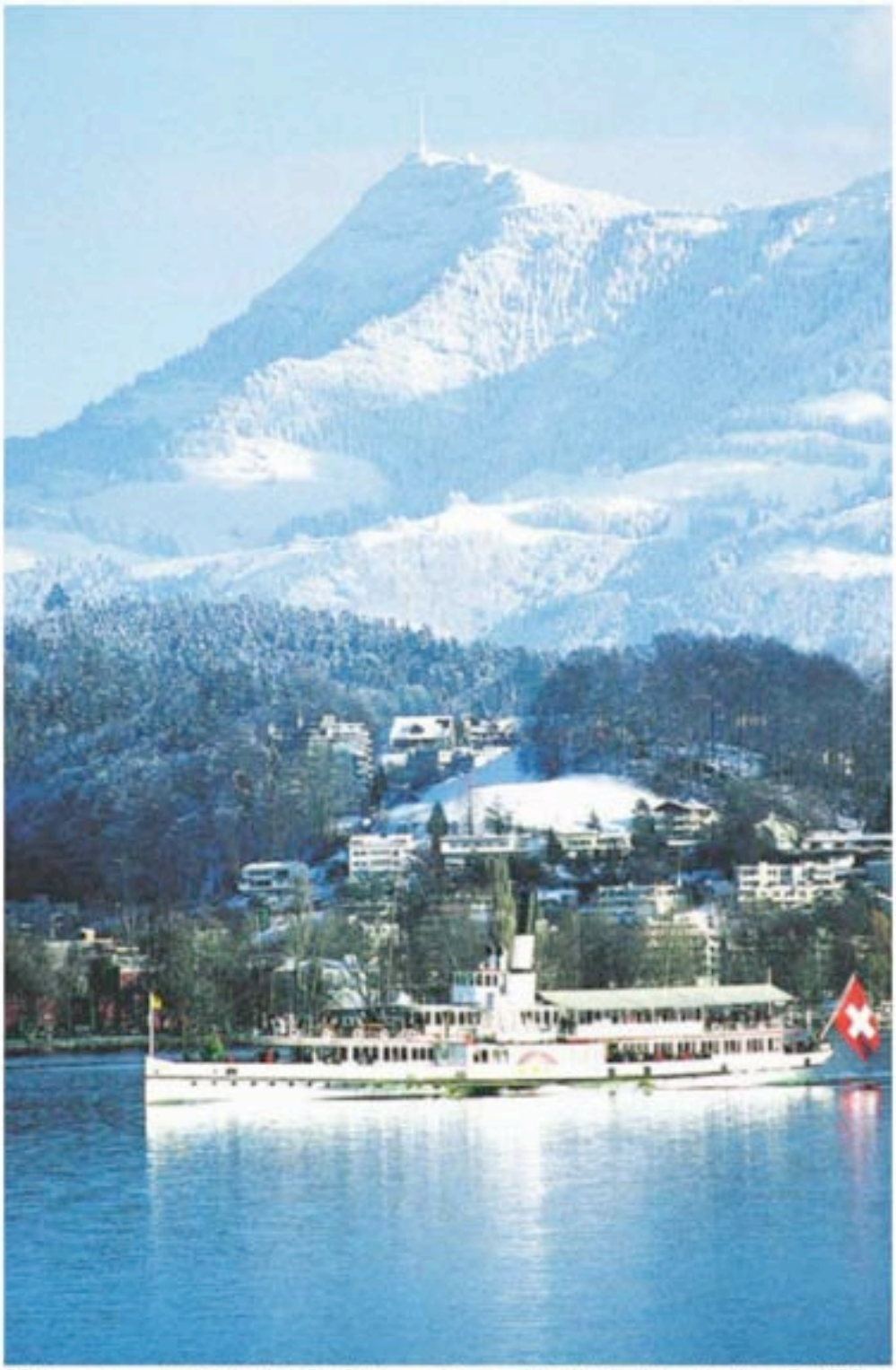
Das Fondue-Chinoise-Schiff auf dem **Vierwaldstättersee** fährt noch bis 18. Dezember jeden Donnerstag. Jeden Freitag, bis und mit 3. April, kursiert das Fondue- und Raclette-Schiff. Am 5. Dezember mit Dampfschiff. Mexikanisch-kulinarisches Erlebnis auf dem Fajita-Schiff, jeden Samstag bis 20. Dezember und vom 21. Februar bis 16. Mai. Für Tischreservation Telefon 041 367 67 67.

Infos: www.lakelucerne.ch

Die Luftseilbahn von Dallenwil auf das **Wirzweli** ist in Revision. Kein Hinderungsgrund, dem Ausflugsberg trotzdem einen Besuch abzustatten. Bis und mit 12. Dezember gilt ein Revisionsfahrplan. Er gibt auch Auskunft über die Öffnungszeiten der Gaststätten.
www.wirzweli.ch **REI**



Zentralschweiz im Winterzauber. Ausblick von Seelisberg auf den See und in die Mythen. BILD PD



Erholung, stets wechselnde Landschaftserlebnisse und genussreichen Komfort bietet eine Winter-Schifffahrt auf dem Vierwaldstättersee. BLS PD

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

ST. GALLER
TAGBLATT
Stammausgabe
9001 St. Gallen
Auflage 6x wöchentlich 32'461

1075326 / 571.19 / 7'436 mm2 / Farben: 0 Seite 54 28.11.2008

Meilensteine im Schweizer Tourismus

Ein Lebenswerk, drei herausragende Projekte und ein Nachwuchswerk sind mit dem Schweizer Tourismuspreis «Milestone 2008» gewürdigt worden. Die wichtigste Auszeichnung der Branche zeichnet hervorragende Leistungen und Projekte aus. Erstmals wurde auch ein Nachhaltigkeitspreis für ein umwelt- und energiefreundliches Projekt verliehen. Er ging an das 5-Sterne-Hotel Ferienart Resort & Spa in Saas Fee, das auch das Steinbock-Label trägt, eine Auszeichnung für Nachhaltigkeit in der Hotellerie.

Den ersten Preis in der Kategorie «Herausragende Projekte» sprach die Jury dem Projekt «SchweizMobil» zu. Es macht aktive, naturnahe Erholung in der Schweiz attraktiv und zugänglich. Der zweite Preis ging an das Projekt «Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden» für den professionellen Aufbau einer Dachmarke, mit regionen- und branchenübergreifendem Ausmass. Mit dem dritten Milestone wurde das Projekt «Stanserhorn Ranger» ausgezeichnet.

Der Milestone für das Lebenswerk ging an das langjährige Leitungsteam des Hotels Waldhaus in Sils Maria. Nachwuchspreisträgerin wurde Stefanie Loosli für ihr Gästebindungsprogramm bei den 47 Private Selection Hotels. (ots)

Britney in der Manege

Argus Ref 33459706

ARGUS
ARGUS der Presse AG Hardturmstrasse 15 Postfach CH-8027 Zürich
Tel. 044 388 82 00 Fax 044 388 82 01 www.argus.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

PULS.
Bündner Wirtschaftsmagazin
7007 Chur
Auflage 2x jährlich 45'000

1075326 / 571.19 / 207'446 mm2 / Farben: 3 Seite 5 30.11.2008

«Es gibt keine echten Alternativen zum Schneesport»

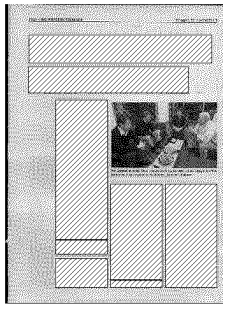
Mit der Reform der Tourismusstrukturen ist in Graubünden ein Prozess in Gang gekommen, der viele Probleme erst ins Bewusstsein von Politikern, Touristikern, aber auch der Bevölkerung gerückt hat. Im PULS-Gespräch zeigen vier Tourismusexperten auf, wo noch Handlungsbedarf besteht.

Von Norbert Waser

Motor der Tourismusregionen sind meist die Bergbahnen. Und für diese Bergbahnunternehmen gebe es kritische Betriebsgrössen, sagt Thomas Bieger, Professor für Betriebswirtschaftslehre mit besonderer Berücksichtigung der Tourismuswirtschaft an der Universität St. Gallen. Ein Unternehmen, das professionelle Standards im Wintersport anbieten wolle, brauche ein Management von einer gewissen Grösse und Kompetenz, so einen diplomierten Seilbahnfachmann, einen Pistenchef und eine innovative Marketingkraft. Damit dies möglich ist, brauche es einen Umsatz in der Grössenordnung von sechs bis sieben Millionen Franken. Für einen integrierten Betrieb, das heisst mit Gastronomie, Skivermietung usw., sei eine Betriebsgrösse von 20 Millionen Franken anzustreben. Entscheidender als die Frage der organischen Fusion seien aber Tarifgemeinschaften, alles andere lasse sich auch durch Kooperationen optimieren. Auf lange Frist lasse sich eine Tarifgemeinschaft aber wohl nur über eine Fusion aufrechterhalten, denn es gäbe einfach keinen fairen Verteiler. Sobald eine Bahn massiv verliere, falle der Tarifverbund wieder auseinander. Im Südtirol funktionierten solche Tarifverbünde wie Dolomiti Superski nur deshalb, weil das Land die Umverteilung wegsubventioniere. Zum Beispiel mit Investitionsbeiträgen der öffentlichen Hand von bis zu 40 Prozent, verbunden mit der Auflage, beim Tarifverbund mitzumachen.

Bergbahnfusionen allein bringen zu wenig

In den meisten Bündner Tourismusorten sind aber auch die Bergbahnunternehmen nur einer unter vielen Marktteilnehmern. Bergbahnfusionen allein bringen deshalb nach Ansicht des skandinavischen Touristikers Thorvald Sverdrup nicht viel. «Damit werden bloss Kostenstellen verschoben.» Innerhalb einer Destination mache es zwar Sinn, wenn nur ein einziges, starkes Unternehmen gebildet werde, die grossen Synergien gebe es aber im Bereich Marketing und Verkauf. «Und da sind in der Schweiz auch die Grossen noch viel zu klein.» Das Marketingbudget reiche meist gerade noch bis zum Grossraum Zürich. In Skandinavien habe nach verschiedenen Übernahmen ein einziges Unternehmen fast die Hälfte des gesamten Liftumsatzes aller Skigebiete generiert, stellt Sverdrup einen Vergleich an. Das grosse Synergiepotenzial gebe es im Marketing, ist er überzeugt. Man müsse aber gut prüfen, wer zusammenpasse, im Fussball spiele ja die 1. und die 3. Division auch nicht in der gleichen Liga. Dies gelte es auch bei der Destinationsbildung im Kanton Graubünden zu beachten.



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

PULS.
Bündner Wirtschaftsmagazin
7007 Chur
Auflage 2x jährlich 45'000

1075326 / 571.19 / 207'446 mm2 / Farben: 3 Seite 5 30.11.2008

«Man schaut etwas zu stark auf geografische Aspekte, statt darauf zu achten, wer mit wem gut zusammenspielen könnte», stellt Sverdrup fest.

Grundsätzlich ein Befürworter von Fusionen ist Reto Gurtner, Verwaltungsratspräsident und CEO der Weisse Arena Gruppe. «Fusionen dürfen sich aber nicht auf die Bergbahnen beschränken, sondern sollen den Betrieb zu einem voll integrierten Dienstleister transformieren», plädiert Gurtner. Intrawest und Skistar seien da zwei Vorzeigemodelle. Um die nötige «Force de frappe» auf dem Markt zu erreichen, brauche es eine gewisse Grösse. Wenn man zuerst mit 700 Hoteliers und Bergbähnli verhandeln müsse, sei das ein Ding der Unmöglichkeit. Die Branche sei in der Schweiz überhaupt nicht konsolidiert. Man fahre da um Jahrzehnte dem Markt hinterher. Als Vorstandsmitglied von Graubünden Ferien steht Reto Gurtner auch voll und ganz hinter der laufenden Tourismusreform. «Die Reduktion der 90 Tourismusorganisationen mit 470 Vorstandsmitgliedern ist eine absolute Notwendigkeit.» Auch die Abschaffung der Bürokratie unzähliger Kurtaxengesetze zu Gunsten einer Kantonalen Tourismusabgabe (KTA) unterstützt Gurtner ganz klar.

Das Resortkonzept wird sich durchsetzen

Wenn derzeit von Projekten und Investoren im Tourismus die Rede ist, geht es fast immer um Resorts, sei es das gigantische Projekt des Ägypters Samih Sawiris in Andermatt, das soeben fertig gestellte kleine Maiensässdorf am Heinzenberg oder das sich im Bau befindliche rocksresort in Laax. Um ein Resort international vermarkten zu können, brauche es aber eine gewisse Grösse, wie Thomas Bieger betont. Dies sowohl in Bezug auf ein multioptionales Angebot wie Freizeit- und Wellnessanlagen, aber auch in Bezug auf die Vermarktungsinstrumente, beispielsweise eine nachfrageabhängige Preissteuerung. Solche Resorts zeichnen sich auch durch gemischte Bewirtschaftungs- und Eigentumsformen

«Es geht bei uns alles viel zu langsam.»

Leo Jeker

aus. So kann ein Teil ein klassischer Hotelbetrieb sein, ein Teil Serviced Apartments, das heisst mit Dienstleistungen aufgewertete Wohnungen, und aus Finanzierungsüberlegungen auch ein Teil klassische Zweitwohnungen. Ein weiteres solches Beispiel ist das kurz vor der Vollendung stehende Resort in Murg am Walensee. Bieger erwähnt aber auch die Reka-Dörfer, die in kleineren Einheiten ebenfalls diesen Resort-Gedanken umsetzen. «Die Vorteile von Resorts am Markt liegen auf der Hand», sagt Bieger.

Über langjährige Erfahrung im Destinationsmanagement verfügt Thorvald Sverdrup, ehemaliger CEO des skandinavischen Konzerns Skistar. «Als ursprüngliches Bergbahnunternehmen haben wir begonnen, selber die Betten zu füllen, denn leere Betten bedeuten auch keine Leute am Berg», so die einfache Erkenntnis. Branding, Marketing und Call-Center sind dabei einige Stichworte. Dabei übernahm das börsenkotierte Unternehmen übergreifend auch Aufgaben der bisherigen Tourismusorganisation.

Wie schwierig es ist, solche übergreifenden Kooperationen im kleinräumig organisierten Schweizer Tourismus zu realisieren, erlebte Schneemacher-Pionier Leo Jeker als Direktor der Savognin Bergbahnen. Um dem Gast ein buchbares Gesamtpaket bieten zu können, mussten zuerst die vielen privaten Unternehmungen zu einem Netzwerk zusamengebracht werden. «Das ist ein

«Es gibt im Winter keine Alternative zum Schneesport.»

Thomas Bieger

steiniger, aber gangbarer Weg», sagt Jeker, «viel einfacher wäre es natürlich, wenn alles aus einer Hand angeboten werden könnte, das ist aber in der Schweiz nur selten der Fall.» Aus diesem Grund treibt Savognin die Pläne für ein Resort vehement voran. «Und da braucht es eine gewisse Grösse; unter 2000 Betten ist so etwas absolut unmöglich.»

Schwache politische Strukturen und die grosse Tourismusabhängigkeit in Flims Laax Falera kamen Reto Gurtner entgegen, um in der Weissen Arena alles aus einer Hand zu machen. «Mich haben schon als Student die amerikanischen Wintersportgebiete fasziniert, da kennt man gar nichts anderes», sagt Gurtner. In diesen Orten sei die Wertschöpfungskette von der Ankunft am Flughafen bis zur Abreise geschlossen. In den USA sind die Skier-Days in den letzten Jahren von 50 auf 60 Millionen gestiegen, in Europa, dem Mutterland des Skifahrens, gebe es hingegen eine Stagnation. «Da machen wir doch etwas falsch», so Gurtners Feststellung. «Wir haben natürliche Barrieren geschaffen, sodass beispielsweise eine Familie aus London schon gar nicht auf die Idee kam, in die Schweiz zum Skifahren zu fliegen.» Während man für Badeferien bloss die Badehosen einzupacken braucht, mussten Skiferien wie ein Puzzle mühsam aus Einzelteilen zusammengestellt werden. «Wenn man da neue Modelle anbieten kann, sind nicht nur die weltweit 50 bis 60 Millionen Skifahrer potenzielle Gäste, sondern auch die 6,8 Milliarden Menschen, die noch gar nicht skifahren», ist Gurtner überzeugt.

Um diese zu erreichen, müssten aber zuerst die Voraussetzungen geschaffen werden und alles so einfach wie nur möglich gemacht werden.

«Wintersport übt nach wie vor eine der grössten Faszinationen aus», sagt Gurtner. Diese gelte es mit möglichst einfach buchbaren Angeboten zu wecken. Und solche seien viel einfacher aus einer Hand zu kreiern als mit zehn verschiedenen Kooperationspartnern. «Kooperationen sind gut, solange der Markt wächst, sobald dieser aber schrumpft, beginnt der Verteilungskampf und es gibt Streit», so seine Erfahrung. Ganz ähnlich sei dies bei der Destinationsbildung. In Laax sei dieser Prozess nun bereits auf der dritten Stufe angelangt. Am Anfang stand der Zusammenschluss der Bergbahnen Laax und Flims, dann fusionierten die Tourismusorganisationen, und nun geht es unter dem Lead der Bergbahnen um die vertikale Integration. «Im Gegensatz zu einem Hotelier sind die Bergbahnen auch in der Nebensaison bereit, ins Marketing zu investieren.»

Als ein innovationshemmendes Instrument betrachtet Thorvald Sverdrup die bestehende Form der Kurtaxen. Da bleibe viel Geld bei den Tourismusorganisationen, und die Gefahr bestehe, dass dadurch Strukturen zementiert würden. Zudem habe der Kurdirektor eine «Mission impossible», weil er allen dienen müsse. Eine Chance in Graubünden könnte da die geplante Kantonale Tourismusabgabe sein. Thomas Bieger sieht darin nämlich eine Möglichkeit, die so genannten «Freerider» wie den Detailhandel auch zu erfassen. So profitieren alle in einer Destination, beispielsweise eigentlich auch ein Landbesitzer, vom Destinationsmanagement, indem bei steigender Nachfrage auch die Bodenpreise steigen. Wer vom Tourismus profitiere, solle auch einen Beitrag leisten. In Österreich funktioniere dieses System, indem die Abgaben an das Bundesland

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

PULS.
Bündner Wirtschaftsmagazin
7007 Chur
Auflage 2x jährlich 45'000

1075326 / 571.19 / 207'446 mm2 / Farben: 3 Seite 5 30.11.2008

Reto Gurtner

«Die Bergbahnen müssen sich zum voll integrierten Dienstleister transformieren.»

gehen und damit gewisse Steuerungsmöglichkeiten geschaffen werden. Solange jeder nur sein eigenes Geld verwalte, falle der Druck weg, etwas zu verändern. «Wir können nicht immer nur neidisch nach Österreich schauen, ohne uns Gedanken darüber zu machen, wie dort die Finanzströme fliessen», sagt Bieger.

Schneesicherheit als Lebensversicherung

Leo Jeker ortet im Tirol auch generell ein höheres Tourismusbewusstsein als in der Schweiz. Das zeige sich auch bei der aktuellen Diskussion um den Einbezug des Bündner Rheintals in eine Tourismusabgabe. Am meisten Wertschöpfung generierten warme Betten. Aber auch jeder von den Bergbahnen investierte Franken habe einen Multiplikatoreffekt. So profitiere von der Schneesicherheit durch Schneeanlagen und der damit verbundenen Saisonverlängerung die ganze Destination. Eine Investition in eine Schneeanlage könne beispielsweise dazu beitragen, dass die Immobilienpreise nicht absinken. Davon wiederum profitiere auch der Staat in Form von Steuern. Milestone-Gewinner Leo Jeker ist überzeugt, dass die höher gelegenen Gebiete im Alpenraum – auch mit Blick auf den Klimawandel – mittelfristig eine Exklusivität anbieten können: «Vier bis fünf Monate Schnee im Winter und kühle Berge im Sommer.»

Die Weisse Arena AG hat dieses öffentliche Interesse an Schneeanlagen genutzt und durch die Auslagerung der Finanzierung der benötigten Grundinfrastruktur für Skipisten und Beschneiungsanlagen in eine Finanz Infra AG eine neue Basis geschaffen. Damit sei es möglich geworden, für diese langfristigen Investitionen Infrastrukturstatus zu erreichen und damit die für Privatunternehmen geltende Kredit-Amortisationspflicht von zwölf Jahren zu umgehen. Gurtner betont aber, dass die Amortisation und die Verzinsung nach wie vor durch die Weisse Arena Gruppe finanziert wird. Einzig das von den Gemeinden zur Verfügung gestellte Eigenkapital werde nicht verzinst. Das sei aber auch bei anderen Infrastrukturen nicht der Fall. «Ein Feuerwehrmagazin wird auch nicht verzinst, nur hat eine Schneeanlage eine ganz andere Wertschöpfung», nennt Gurtner ein Beispiel.

Thorvald Sverdrup sieht noch einen anderen wichtigen Vorteil in der Einbindung der Gemeinde in Infrastrukturfragen. Denn die Bedürfnisse des Bergbahnunternehmens und jene der Destination als Ganzes seien nicht immer deckungsgleich. «Mit der Finanz Infra kann man sich mehr leisten und vor allem darauf achten, was aus Sicht der Destination optimal ist.» Aus seiner Sicht ist die maschinelle Beschneiung auch aktiver Naturschutz, würden doch die beschneiten Pisten ohne Beeinträchtigung des Bodens viel höhere Frequenzen erlauben.

Leo Jeker sieht bei den Bewilligungsverfahren in der Schweiz ein grosses Problem: «Bei uns geht alles viel zu lange.» Man hinke immer dem Markt hinten nach. Die Umweltverbände hätten diese Entwicklung viel zu lange gebremst, mit einem grossen volkswirtschaftlichen Schaden als Folge. Reto Gurtner nennt da ein Beispiel aus Kanada. Für das Resort Sun Peaks in British Columbia dauerte es von der Einreichung des Masterplans bis zur Bewilligung aller Skipisten, mitsamt einem 18-Loch-Golfplatz, ganze fünf Wochen – inklusive zehn Jahre Steuerfreiheit.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

PULS.
Bündner Wirtschaftsmagazin
7007 Chur
Auflage 2x jährlich 45'000

1075326 / 571.19 / 207'446 mm2 / Farben: 3 Seite 5 30.11.2008

Tourismusforscher Thomas Bieger warnt auch vor einer in der Schweiz weit verbreiteten Illusion: «Es gibt im Winter keine echten Alternativen zum Schneesport.» Ein Ferienort ohne Schnee sei im Winter grau und staubig, sodass die Menschen kaum durch natürliche Schönheiten angelockt werden könnten. «Die Leute wollen Traumwelten», sagt Bieger mit Blick auf die Marktforschung. Hinzu komme, dass für kaum eine andere Aktivität die Zahlungsbereitschaft so hoch sei wie für den Schneesport. Alle Alternativen seien extrem wetterabhängig, schwankend und weniger wertschöpfungsintensiv.

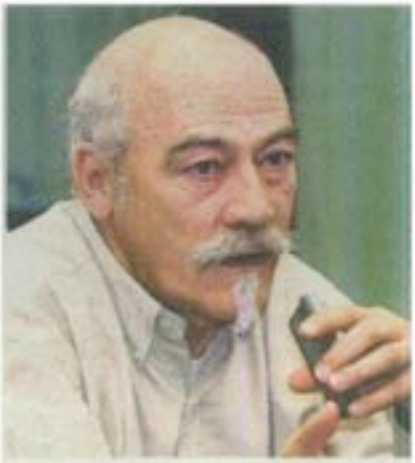
Unterstützt wird diese These auch von Reto Gurtner: «Es kam auch noch niemandem in den Sinn, in Saint Tropez etwas anderes als Badeurlaub zu propagieren.» Wintersport sei zum Glück ein Massenphänomen, es gelte aber auch da zu differenzieren. «Alle Schneesport-Alternativen haben eine homöopathische Dimension.» In Flims Laax Falera würden in 30 Sekunden so viele Skifahrer und Snowboarder transportiert, wie eine 10-Rink-Curlinganlage insgesamt Gäste zu generieren vermöge. Wenn sich 30 Leute in einer Wellnessanlage tummeln oder sich zehn Personen in der Sauna aufhalten, seien solche Anlagen bereits ausgelastet. «Man muss einfach die Dimensionen sehen», verteidigt Gurtner den klassischen alpinen Schneesport. Er relativiert auch die viel gepriesene Sommeralternative Golf. Auch da seien höchstens 200 Frequenzen pro Tag möglich.

Die Problematik der Zweitwohnungen

Als ernsthaftes Problem vieler Tourismusorte betrachten die Experten den durch horrende Bodenpreise getriebenen Bau von Zweitwohnungen. Reto Gurtner stellt eine Zweiteilung des Marktes fest. Auf der einen Seite sei die Bauindustrie – die Kalte-Betten-Industrie –, die eine enorme Dynamik erhalten habe, vor allem durch die enormen Wertschöpfungspotenziale. Dann gebe

Leo Jeker

«Wir fordern gleich lange Spiesse wie die Industrie in den Agglomerationen.»



Reto Gurtner

«Alle Schneesport-Alternativen haben bloss eine homöopathische Dimension.»

es in der Schweiz mit der Eigenmietwertbesteuerung ein Steuersystem, bei dem die Gemeinden auch profitierten, wenn die Betten leer stehen. «Das ist ein falsches Anreizsystem, das die Entwicklung von kommerziellen Betten hemmt», stellt Gurtner fest und warnt vor einer ungebremsten Ausbreitung von kalten Betten. Eine Untersuchung zeige, dass diese Art von Zweitwohnungen im Durchschnitt bloss 32 Tage im Jahr belegt sind. «Davon kann aber weder ein Bäcker noch ein Metzger leben, was zu einer Negativspirale führt und das Angebot zusammenbrechen lässt», warnt Gurtner.

Eine mögliche Antwort seien gemischte Formen mit bewirtschafteten Betten, denn reine Hotelbetriebe seien bei den herrschenden Rahmenbedingungen kaum mehr zu finanzieren. Es gelte nun, möglichst rasch die gesetzlichen Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass solche Mischformen auch möglich würden. Viele Gemeindebehörden, die oft der Baulobby nahe stünden, hätten diese verheerende Entwicklung im Zweitwohnungsbau noch gar nicht erkannt. «Der Ruf nach Beschränkungen kommt meist aus dem Volk, nicht von weitsichtigen Behördemitgliedern», so Gurtners Feststellung.

Auch Thorvald Sverdrup warnt vor diesen kurzfristigen saisonalen Spitzen bei der Auslastung. Diese bergen die Gefahr mangelnder Qualität zu jeder Zeit. In der Hochsaison, weil zu viele Leute da sind, in der Zwischensaison, weil das Angebot mangels Gästen nicht aufrechterhalten werden kann. «Das ist Hochrisiko.» Er fordert von den Gemeinden rigorose Massnahmen, pro neues kaltes Bett ein warmes. Wer also ein kaltes Bett baut, soll eine Abgabe an jenen leisten, der warme Betten bereitstellt. Damit würden reine Zweitwohnungen etwas teurer, die bewirtschafteten Betten hingegen günstiger. «Von einem solchen Ausgleich würden längerfristig alle profitieren», ist Sverdrup überzeugt.

Für Leo Jeker ist es unverständlich, dass sich Umweltorganisationen gegen Resorts wehren, sei es doch in dieser Form möglich, auf verhältnismässig kleinem Raum konzentriert eine hohe Wertschöpfung zu erzielen. Jeker fordert für die Umsetzung solcher Pläne die gleichen Rahmenbedingungen, wie sie für die Industrie in Agglomerationen gelten. Eine Öffnung verlangt er auch bei der Auslegung der Betriebsstättenregelung. Ziel aller Anstrengungen müsse eine zehnmonatige Saison sein, «denn irgendwo auf der Welt ist immer Ferien».

«Zweitwohnungen sind ja nicht nur von Nachteil, es ist vor allem eine Frage des Masses», gibt Thomas Bieger zu bedenken. Immerhin würden Zweitwohnungsbesitzer auch viel Geld in der Region liegen lassen. Leider sei aber oft das Geld, das durch den einmaligen Verkauf von Bauland und den Bau von Zweitwohnungen generiert wurde, aus der Region abgeflossen. So habe sich manch Einheimischer mit dem Geld anderswo selbst auch eine Zweitwohnung gekauft, zum Beispiel im Tessin oder in Städten. Skigebietsbetreiber wie die international tätige Intrawest würden hingegen den Erlös aus dem Bau und Verkauf der Wohnungen für die Attraktivitätssteigerung der Infrastruktur verwenden. Ein Fehler in der Schweiz sei es gewesen, bei Zweitwohnungen keine Bewirtschaftungspflicht einzuführen. Diese Korrektur gelte es nun im Rahmen der Revision der Raumplanungsgesetzgebung nachzuholen und zumindest für einzelne Zonen in den Tourismusorten eine Bewirtschaftungspflicht einzuführen.

Auch Bieger plädiert dafür, so rasch als möglich die Betriebsstättenverordnung zu überarbeiten, damit bewirtschaftete Wohnungen auch an Ausländer verkauft werden können. Die Bewilligung für den Verkauf an Ausländer dürfe nicht von der Ausstattung der

Wohnung abhängen. Das Vorhandensein einer Küche beispielsweise entspreche heute einem weit verbreiteten Bedürfnis, gerade auch bei Familien. Das entscheidende Kriterium müsse sein, dass solche Wohnungen für den Markt zugänglich sind.

Zu klein, um gehört zu werden

Aus Sicht von Thorvald Sverdrup besteht seitens der Wintersportanbieter

Thomas Bieger

«Es braucht den Mut, Entwicklungen und Veränderungen zuzulassen.»

ein grosser Erklärungsbedarf. Viele Leute seien sich der Zusammenhänge gar nicht bewusst. Dank der Beschneiung seien zum Beispiel viel mehr Wintersportler auf weniger Fläche verkraftbar und die Natur werde geschont. Nach jahrzehntelangem Kampf mit den Umweltorganisationen sieht Leo Jeker allerdings auch Grenzen der Aufklärung: «Den Papst kann man nicht bekehren.» Fundamentalismus komme in den Bergen sehr, sehr teuer zu stehen. Der Wintersport generiere in Graubünden etwa zwei Drittel der touristischen Wertschöpfung. Dies unter Beanspruchung von weniger als einem

Thorvald Sverdrup

«Nur Bergbahnen zu fusionieren macht keinen grossen Sinn.»

Thorvald Sverdrup

«Unsere Branche hat einen grossen Erklärungsbedarf.»

Prozent der Fläche des Kantons. «Etwas Nachhaltigeres gibt es gar nicht!»

Der Wintersport sei zwar ganz klar das wertschöpfungsintensivste Geschäftsfeld im Alpintourismus, es gebe aber auch noch andere, gibt Thomas Bieger zu bedenken. Zu diesen gehört der klassische Sommertourismus mit Wandern. Durch die starke Wetterabhängigkeit wird aber immer kurzfristiger gebucht, und auch die Aufenthaltsdauer ist abnehmend. Ein wichtiges Segment sei auch der Kur-, Wellness- und Gesundheitstourismus, der aber hohe professionelle Investitionen bedinge und sehr personalintensiv sei. Gute Perspektiven bei guter Konjunkturlage gebe es im Kongresstourismus,

und ein wichtiges, relativ saisonunabhängiges Standbein könnte der internationale Sightseeing-Tourismus werden. Bei Letzterem gelte es, in die internationalen «Grand Tours» aufgenommen zu werden, appelliert Bieger. Ansätze dazu biete der Glacier-Express und nun die Welterbe-Linie Albula/Bernina der Rhätischen Bahn. «Der Aufbau eines Sigthseeing-Standortes verlangt aber einen langen Atem und koordinierte Investitionen», gibt Bieger zu bedenken. Nischen gebe es auch bei Special-Interest-Angeboten, zum Beispiel im Kultursegment. Auch wenn es vordergründig sei, die Stärken zu stärken, müsse sich Graubünden auch mit Alternativen beschäftigen. Im Bereich MICE (Meetings, Incentives, Conventions und Events) könnten neben Davos auch andere Destinationen ihre Kapazitäten verstärken, zum Beispiel Chur. Dadurch könnten nicht nur im Tourismus neue Arbeitsplätze geschaffen werden, das hätte auch noch den Vorteil, dass in diesen Regionen das Tourismusbewusstsein steige. Thorvald Sverdrup warnt aber davor, dass nicht alle alles machen, wie das aus der Tradition heraus oft noch der Fall sei. Man müsse auch klar definieren, was man nicht mache. «Jede Destination braucht eine stringente Hauptstrategie.» Dies gelte auch im Branding. Dieses Bewusstsein fehle in der Branche noch weitgehend.

Als eine ernst zu nehmende Konkurrenz für den Alpenraum betrachten die Experten Kreuzfahrtschiffe. Ein einziges solches Schiff – davon gibt es Tausende – generiere mehr Logiernächte als die ganze Region Savognin/Surses, gibt Leo Jeker zu bedenken. Die einfache Buchbarkeit und das konzentrierte, umfassende Angebot sind zwei Argumente, die diesen «schwimmenden Resorts» Auftrieb verleihen. «Wenn wir den Skitourismus so behandeln, wie wenn man der Autoindustrie verbieten würde, neue Autos zu entwickeln, so darf man sich nicht wundern, wenn dieser immer mehr Subventionen braucht», sagt Professor Bieger. Oft sei die Dorfpolitik ein grosses Hindernis für zukunftsweisende Entwicklungen wie Skigebietszusammenschlüsse. Auch auf nationaler Ebene sei die Raumplanungs- und Eigentumsordnung vor allem auf Schutz und weniger auf Weiterentwicklung ausgerichtet. «Es braucht den Mut, Entwicklungen und Veränderungen zuzulassen.»

Mit Blick auf den Klimawandel sieht Thorvald Sverdrup Graubünden durch die Höhenlage in einer guten Ausgangslage. Dies gebe für Investoren Sicherheit. Er plädiert auch für einfachere Pisten, die Anfänger ebenso gut bewältigen können. Auch die Frauen würden andere Pisten bevorzugen, als sie heute meist angeboten würden. Leo Jeker ist deshalb für mehr «blaue» Pisten, und zwar von den schönsten Aussichtspunkten bis ins Tal. Mehr Kreativität wird auch in der Preisgestaltung gefordert. «Bei Flugreisen werden immer 'Ab... Preise' kommuniziert, im Skisport wird nur vom höchsten Preis gesprochen», stellt Reto Gurtner fest. Mit einer saisonalen und tageweisen Preisdifferenzierung könnten die Auslastungsspitzen besser ausgeglichen werden, sind sich die Experten einig. Auch da liegt aber das Grundproblem darin, dass jeder allein zu klein ist, diese Botschaft in den Markt zu bringen.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

PULS.

Bündner Wirtschaftsmagazin
7007 Chur
Auflage 2x jährlich 45'000

1075326 / 571.19 / 207'446 mm2 / Farben: 3 Seite 5 30.11.2008

Die Expertenrunde

Am PULS-Gespräch in der Lounge des «Riders Palace» in Laax haben vier Experten teilgenommen: Thomas Bieger, Professor für Betriebswirtschaftslehre mit besonderer Berücksichtigung der Tourismuswirtschaft an der Universität St. Gallen, Thorvald Sverdrup, ehemaliger CEO des skandinavischen Skistar-Konzerns, Reto Gurtner, Verwaltungsratspräsident und CEO der Weisse Arena Gruppe, und Leo Jeker, Direktor der Savognin Bergbahnen und Gewinner eines Tourismus-Milestone für sein Lebenswerk.

DIE GRÖSSTEN BERGBAHNUNTERNEHMEN IN GRAUBÜNDEN

Umsatz in Millionen Franken (Saison 2006/07)

Rang	Bergbahn	Verkehrsumsatz	Gesamtumsatz
1	Weisse Arena Bergbahnen AG	30,794	73,703
2	Bergbahnen Davos Klosters AG	39,130	55,495
3	Bergbahnen Engadin St. Moritz	33,285	48,302
4	Lenzerheide Bergbahnen AG	22,483	32,373
5	Arosa Bergbahnen AG	15,983	27,927
6	Bergbahnen Samnaun AG	17,804	27,509
7	Corvatsch AG	10,392	14,380
8	Pendicularas Motta Naluns	9,077	12,916
9	Savognin Bergbahnen AG	6,158	8,471
10	Sedrun Bergbahnen AG	6,385	7,897
11	Bergbahnen Rinerhorn AG	3,211	6,040
12	Bergbahnen Brigels/Waltensburg/Andiast AG	3,248	5,495
13	Bergbahnen Obersaxen AG	4,811	5,109
14	Bergbahnen Disentis AG	2,776	5,020
15	Klosters-Madrisa Bergbahnen AG	2,609	4,119
16	Bergbahnen Splügen Tambo AG	2,443	3,923
17	Bergbahnen Piz Mundaun AG	3,043	3,552
18	Bergbahnen Grüsch-Danusa AG	1,729	3,378

Quelle: Bergbahnen Graubünden. Grafik: [illegible]

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

PULS.

Bündner Wirtschaftsmagazin
7007 Chur
Auflage 2x jährlich 45'000

1075326 / 571.19 / 207'446 mm2 / Farben: 3 Seite 5 30.11.2008

Vier Experten an einem Tisch: Thorvald Sverdrup, Leo Jeker, Thomas Bieger und Reto Gurtner (von links) diskutieren Graubündens Tourismusstrukturen.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

LA QUOTIDIANA

7007 Chur
Auflage 5x wöchentlich 5'468

1075326 / 571.19 / 76'294 mm2 / Farben: 0 Seite 13 02.12.2008

El ha vendì il latg e betg la vatga

Hanspeter Danuser – il davos directur da cura classic

DA HEINI HOFMANN

■ Durant trais decennis ha Hanspeter Danuser dà la tempra a San Murezzan. El ha inizià ovras da piunier turisticas e promovì ideas da marketing nunconvenziunalas. Ussa sa retira il davos directur da cura classic ed in'èra va a fin. Sco sunatiba sin sias turneas da reclama en l'entir mund è el sez daventà in'icona. Ma malgrà tut il success è el restà sasez: In uman adina activ, dentant modest. Sch'el fiss in schef d'ina interpresa e betg in directur da cura, na vegniss el betg numnà manager, mabain patrun, pia insatge ch'i na dat atgnamain betg pli. Perquai di el sez plain umor ch'el saja «in model antiquà».

In optimist patologic

Hanspeter Danuser ha in pensum da lavur enorm, sco directur da cura è el ina persuna dumandada. Ma quai n'è nagin problem per el. Il di entschaiva el adina là, nua ch'el sez ha cumenzà – giudim dal tut. En il tschaler da la chasa communala exercitescha el mintga lavurdi a las set da sunar la tiba. Damai ch'el suna l'emprima vusch en la gruppa, sto el era dumagnar fitg bain ils tuns auts. Gist uschia sco quai ch'el sto sa mover a moda versada tranter la hautevolée dal lieu da cura nobel. Sasez na considerescha el betg sco in da la societad fina, ma tuttina sto el esser preschent a bleras occurrenzas da schickimicki.

Suenter trenta onns en uffizi va el uss en pensiun – nunvoluntarmain, ma cun tut las onurs. Tgi ch'è activ ed ha success sto numnadamain era viver cun glieud malscuidusa che pretenda che trenta onns «Mister San Murezzan» tanschian. Ma el na vesa quai betg uschè stretg e dat gas fin l'ultim di tenor ses motto: «In directur da cura sto esser in optimist patologic.»

Il pli aut grad da renum

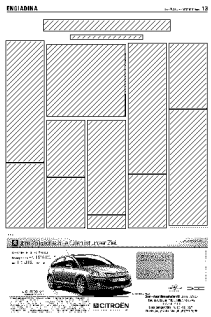
Era suenter l'èra da Hanspeter Danuser vegn ins a vesair quai ch'el ha prestà: San Murezzan n'è oz betg mo ina da las pli preziusas marcas da la Svizra, mabain er in veritabel brand global. Tenor in studi da l'Universitad da Vienna è San Murezzan la marca la pli enconuschenta da las destinaziuns da vacanzas. E tenor la perscrutaziun dal martgà tudestga è il vitg en Engiadina lunschor il pli enconuschent lieu da vacanzas d'enviern. Schizunt en l'ultramar è il lieu da vacanzas pli enconuschent che autras marcas svizras da products e servetschs.

Ma tge stat davos ina tala dominanza d'ina singula marca? Trais chaussas: In spiert da piunier vivì dapi passa 150 onns en il vitg mundial engiadinais che ha mess il fundament solid per il success, in branding cumpetent e professiunal e finalmain directurs da cura cun entusiassem ed ideas. Per il davos da questa spezia, Hanspeter Danuser, n'è il post da directur betg ina professiun, ma plitost ina clamada.

San Murezzan – ina marca miraculusa

«Il success fenomenal da la marca da San Murezzan», è Hanspeter Danuser persvadì, «è stà pussaivel, perquai ch'ins ha resguardà in pèr princips da basa dal branding professiunal: Ina purschida da buna qualitad, design e communicaziun, strategias a lunga vista, politica da product e da communicaziun innovativa e duraivla, preschientscha al martgà speziala ed incumparabla cun posiziunar la marca a moda vardaivla e clera e per finir in'identitad simpla, ma ferma.»

Il resultat d'ina tala consequenza: Oz paja la glieud en quest lieu da cura nobel,



ch'era pli baud in simpel vitg puril, pretschs da passa 30 000 francs per il meter quadrat da surfatscha abitabla. Nagliur auter en Svizra n'è il terren uschè char.

In motiv per quai è – ultra da la bellezza cuntrada da lais e muntognas, da l'auta garanzia da naiv, da la qualitad extraordinaria da las purschidas e dals servetschs e dal sulegl engiadinais splendurant – betg il davos il grond renum da la marca San Murezzan. «Mo uschia pon ins explitgar», manegia l'expert da turissem, «ch'i dat en quest lieu en media in hotel da luxus e duas chasas d'emprima classa sin milli abitants – ina spessezza d'albierts nobels sco nagliur auter en il mund. Quai mussa ch'ils investiders crain en l'avegnir dal lieu.»

L'emprim num local protegì

La retscha «d'invenziuns da marketing» da Danuser è lunga: Il 1978/79 ha el creà la concepziun simbolica e patriotica «Heidiland» ch'el ha gist anc laschà proteger sco marca. Il 1981 ha el inizià la renaschientscha dal «Glacier-Express», il «tren rapid il pli plaun dal mund», che va sco «paraula sin rodaglias» tras las truccas da stgazi da cuntradas muntagnardas imposantas e colliescha duas adressas alpinas d'emprima classa, San Murezzan e Zermatt. Il medem è vegnì fatg cun il «Bernina-Express» ed il «Palm-Express».

Il capodovra suonda il 1986, cura che Danuser ha laschà registrar San Murezzan sco marca da pled – bainchapì l'emprim num local protegì dal mund! Quai è stada la naschientscha da la noziun da la marca en il management da destinaziun. Ma anc betg avunda: Il piunier da turissem raffinà ha dà la concessiun per il diever dal brand «St. Moritz – Top of the World» a partenaris strategics da l'economia privata – da lez temp in'acziun revoluziunaria e (or da l'optica da la concurrenza) dispitaivla per in lieu da cura.

A la testa da tut ils lieus da vacanzas muntagnards

Sco quai che Danuser accentuescha «daventa il branding professiunal adina pli impurtant er en il management da destinaziun. Quai na pretenda dals responsabels betg mo gronda cumpetenza ed engaschament individual, mabain era cuntinuitad dal persunal. Tut quai procura per confidenza, simpatia e bainvulientscha al martgà». Ed el cuntinuescha: «La basa dal mitus da marca San Murezzan era ed è la realisaziun consequenta e consistenta da cleras strategias da marketing che han la finamira da far da San Murezzan en l'entir mund l'emprima adressa da tut ils lieus da vacanzas muntagnards.»

«Ma quai», e quai è evident per il 'Mister San Murezzan', «na pon ins betg cuntanscher cun campagnas convenziunalas. Qua mancan ils meds finanzials. Plitost è sa cumprovà in marketing d'eveniments innovativ che funcziuna sco plattafurma per inscenar a moda virtuusa e fitg effizienta il brand San Murezzan. Per quest motiv investescha l'Uniun da cura e traffic San Murezzan radund la mesadad dals meds a disposiziun per l'operativa en il marketing d'eveniments che correspunda a questa filosofia.

Chapital da basa: Ina natira intacta

Il turisticher versà n'ha mai pers il terren sut ils pes ed enconuscha era ils privels zuppads dal success. Perquai n'è el betg per la creschientscha a tut pretsch. «Ina vallada sin 1800 m s. m. na duess betg avair pli che 100 000 letgs, uschiglio n'essan nus cun il temp betg pli Top of the World – pervi da problems da traffic, da logistica e da recicladi. Durant la stagiun auta essan nus gia ussa ina da las sis pli grondas citads da la Svizra. Per quest motiv sustegnain nus il project «Clean-Energy ed il viagiar ecologic».

«Ins ha ditg tschertgà l'affar svelt, ins ha vendì la vatga, empè dal latg», raquinta Hanspeter Danuser da sias experientschas. «Ma il pli grond chapital d'in directur da cura en las muntognas èn la cuntrada e la natira intacta. Perquai avain nus cumbattì cunter il boom illimità d'abitaziuns secundaras e pledà per la sutaffittanza da quellas.»

Directur da cura

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

LA QUOTIDIANA

7007 Chur
Auflage 5x wöchentlich 5'468

1075326 / 571.19 / 76'294 mm2 / Farben: 0 Seite 13 02.12.2008

e cussegliader da siemis

Hanspeter Danuser è vegnì conscient d'ina chaussa en il decurs dal temp: «Il marketing en il turissem è bler pli cumplex che quel en il sectur dals bains da consum, las pretensiuns èn enormas. Ins sto pensar a moda strategica ed agir a moda tactica, ins sto vesair ils connexs ed avair il sentiment per ils mecanissems dal martgà. Ina purschida ha numnadamain pir success, cura ch'ins enconuscha ella. Ed uss essan nus tar il problem da la Svizra: Nus n'essan nagins aucziunaris ed avain savens fadia da vender noss products per la valur adequata.» Quai di insatgi ch'è ì in'autra via.

Ses parairi culminescha en la constataziun accumpagnada d'in zic malizia: «Vacanzas èn products emoziunals, e decisiuns davart il lieu da vacanzas èn decisiuns dal magun. Pia ston las purschidas vegnir pachetadas e communitgadas uschia ch'ellas sveglian las emoziuns. Ellas ston s'orientar tenor ils medems princips che valan per products cumparegliabels da l'industria dals bains da consum, sco p. ex. cosmetica ubain uras. Il directur da cura è era in pau in cussegliader da siemis.»

La tiba da Danuser resuna

Cumbain ch'i dat tocs da bagascha che chaschunan damain problems ch'ina tiba, prenda Danuser cun sai l'instrument massitsch dapi 25 onns sin mintga viadi da fatschenta en tut ils chantuns dal mund. «La tiba», di el, «è sco ina buna marca: unica, singulara, incumparabla. Ella è plain istorgias che rendan vardaivel mes messadi per vacanzas en Svizra. Quai che jau di emblidan ils blers svelt. Ma la tiba tegnan els endament, savens per vita duranta.»

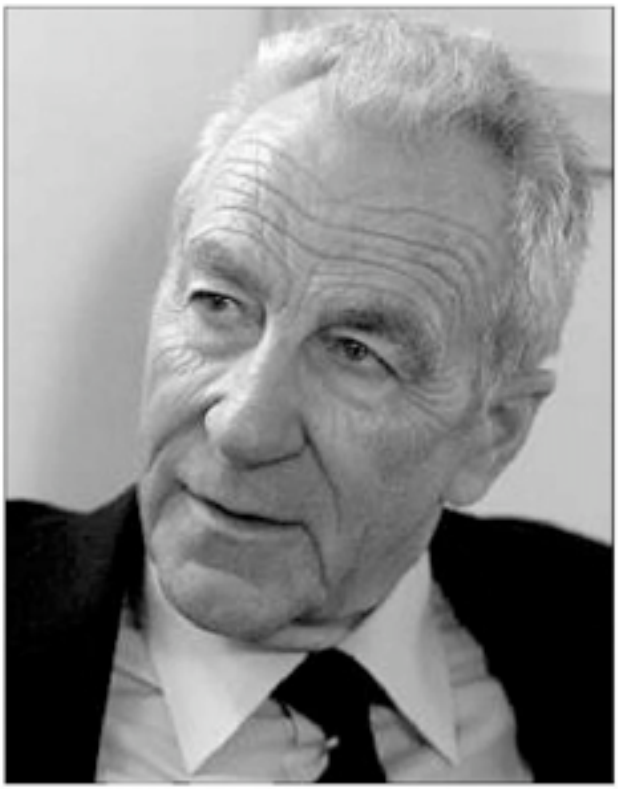
Betg da smirvegliar che sia tiba è bunamain uschè enconuschenta en il mund sco il Matterhorn. En il lieu da cura nobel San Murezzan vegn ins a sa regurdar dal davos directur da cura anc onns pli tard, en mintga cas adina cura ch'ins auda ils resuns da tiba insanua en las muntognas. Ins po sa dumandar, pertge che quest instrument na porta atgnamain betg la marca Danuserhorn.

Curs da la vita e palmares

Hanspeter Danuser, il «davos directur da cura», è naschi il 1947 a Favugn. Suenter la Scola chantunala a Cuira, la HSG Son Gagl, l'Universitad da Turitg e dissertaziun (Swissair) ha el lavurà tar la Nestlé (management da products) e tar CWS-International (assistent da la direcziun), fin ch'el è daventà il 1978 directur da cura da San Murezzan.

Ses palmares è lung: il 1987 «Marketingpreis» da la Svizra, Societad da marketing. Il 1999 «Testa da l'onn», il 2003 «Grischun da l'onn», «Milestone Tourismuspreis Schweiz» e «Tourismuspreis». Il 2006 «Premi Herbert», il 2007 «Europapreis des EWI».

La glista dals passatemps dal lavurer nunstanclentaivel è uschè giaglia sco sias ideas da marketing: Ella cumenza a moda solida ed ordinaria cun famiglia e lectura, daventa sportiva cun surfar ed ir cun aissa ed inline-skates e va a fin a moda excentrica e plitost exotica cun sunar la tiba e cultivar palmas.



Durant trais decennis ha Hanspeter Danuser dà la tempra a San Murezzan.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

GASTRO Journal

8046 Zürich
Auflage 52x jährlich 23'829

1075326 / 571.19 / 7'852 mm2 / Farben: 3 Seite 11 04.12.2008

Gilde aktuell

Milestone für Beat Anthamatten

Vielleicht weiss man in den Bergen besser, dass Nachhaltigkeit weniger ein Modewort ist als ein Naturgesetz: Die Bergler sind mit den nachhaltigen Kreisläufen der Natur von jeher vertraut, und in den Jahrhunderten vor dem Tourismus konnte hier nur überleben, wer nachhaltig arbeitete. Beat Anthamatten, Patron im Gilde-Betrieb Ferienart in Saas Fee, pflegt Nachhaltigkeit jedenfalls auch in Sachen Tourismus seit Langem mit grosser Selbstverständlichkeit und ökonomischer Konsequenz: Wer nachhaltig wirtschaftet, geht ja nicht nur haushälterisch mit Ressourcen um, sondern spart auch ganz konkret Kosten. Folglich gehören bei Anthamatten einschlägige Labels wie «Steinbock», «EU-Umweltlabel» oder «ISO 14010» einfach dazu, und folglich bleiben auch andere Auszeichnungen nicht aus: zuletzt der Milestone-Sonderpreis in Nachhaltigkeit. www.ferienart.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Anzeiger von Saanen

3780 Gstaad
Auflage 2x wöchentlich 5'221

1075326 / 571.19 / 30'905 mm2 / Farben: 3 Seite 13 05.12.2008

White Bull gewährt direkten Anschluss ans Skgebiet

White Bull verkehrt ab 14. Dezember

Der White Bull bringt die Wintersportler von Bern direkt nach Zweisimmen.

Der innovative Schneezug White Bull von der BLS AG und Gstaad Mountain Rides bringt ab dem 14. Dezember 2008 die Wintersportler von Bern Weissenbühl via Gürbetal direkt nach Zweisimmen zur Talstation der Rinderbergbahn.

White Bull bringt seine Fahrgäste staufrei und ohne umzusteigen, mit ökologisch reinem Gewissen, direkt an die Bergbahn-Talstation. Der weisse Stier verkehrt samstags und sonntags sowie an allgemeinen Feiertagen und zusätzlich am 29., 30. und 31. Dezember 2008. Das innovative Skigebiet-Anreisekonzept, das für den Milestone Tourismuspreis 2008 sowie den Swiss Mountain Award 2008 nominiert wurde, wird neben den Partnern Gstaad Mountain Rides und der BLS AG ermöglicht durch die Unterstützung von Coop.

Attraktive Ticketpreise

Jedes auf dieser Strecke gültige Ticket wird als Fahrausweis akzeptiert. Am günstigsten fährt, wer sich das Snow'n' Rail-Angebot von Gstaad Mountain Rides sichert: 30% Ermässigung auf die Bahnreise und vergünstigtes Skiticket (erhältlich in jedem BLS Reisezentrum, von Vorteil bereits am Vortag kaufen). Ideale Park&Ride-Möglichkeiten bestehen entlang der Strecke in Wabern (Gurtenparking) und Spiez (Bahnhofparking). Wer im Gurtenparking sein Auto stehen lässt und danach mit dem White Bull ins Skigebiet fährt, bezahlt für das ganztägige Parkticket nur Fr. 10.– statt 18.–. Ebenso erhalten ÖV-Benutzer im Parkhaus Spiez speziell ein Parkticket für 12 Std. zum Preis von Fr. 5.–. PD

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

VTK UCT

3906 Saas-Fee
Auflage 3x jährlich 850

1075326 / 571.19 / 16'136 mm2 / Farben: 3 Seite 72 08.12.2008

3. Preis für die Stanserhorn Bahn

Direktor Jürg Balsiger gewann mit seinen Rangern von der Stanserhorn Bahn den dritten Preis in der Kategorie „Herausragende Projekte" des Milestone.

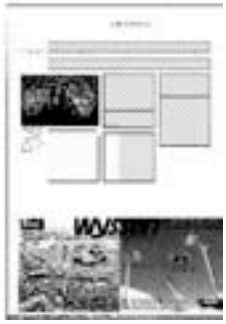
Text und Bilder: Damian Bumann

Der Milestone, der Schweizer Tourismuspreis wird seit 9 Jahren jeden Herbst von der Fachzeitung Hotel Revue verliehen, unterstützt vom Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) und vom Schweizerischen Tourismus-Verband (STV). Am Montag den 10. November fand die Preisverteilung im Kultur-Casino in Bern statt. In der Kategorie „Herausragende Projekte" erzielte die Stanserhornbahn den dritten Platz. Insgesamt wurden erstmals über 100 Projekte eingereicht. „Dieser Milestone ist für mich die Bestätigung, dass Qualität im Tourismus auch ohne hohe Gestehungskosten machbar ist" sagt Balsiger. „Qualität ist eine Frage des Herzbluts und der Einstellung. Wenn man Freude an seiner Tätigkeit hat und den Gast mag, kommen solche Ideen ganz von selber".

Gelebte Dienstleistungsqualität

Die 13 engagierten Ranger sind alle pensioniert und stammen aus verschiedensten Berufen: Lehrer, Richter, Polizeichef, Kantonsingenieur üben im Sommer die Funktion des Rangers aus. Die Rangers sind sorgfältig auf ihren Einsatz auf dem Stanserhorn vorbereitet worden. Ein Jäger und ein Biologe haben sie ausgebildet. Die Ranger am Stanserhorn kommen bei den Gästen sehr gut an. Der Gast erhält umfassende Informationen über Fauna, Flora und über das Angebot vom Stanserhorn. Materiellen Lohn erhalten die Rangers für ihre Tätigkeit keinen. Als kleine Entschädigung erhalten sie das Essen und die Getränke kostenlos im Stanserhorn Bergrestaurant. Die 13 Ranger auf dem Stanserhorn ist ein ausgezeichnetes Beispiel, dass Dienstleistungsqualität nicht viel kosten muss. Herzliche Gratulation zum dritten Platz des Milestone.

Direktor Jürg Balsiger freut sich sehr mit seinen Rangern über den 3. Preis vom Milestone



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

BÜNDNER ANZEIGER

7000 Chur
Auflage 52x jährlich 80'000

1075326 / 571.19 / 87'979 mm2 / Farben: 3 Seite 4 10.12.2008

«Da will man am liebsten gleich ins Bündnerland fahren»

Walter Schmid | **Vier Millionen Franken hat der Kanton für die vier Jahre dauernde Kampagne «Enavant Grischun» gesprochen. Damit soll die Marke Graubünden im Markt kommuniziert werden. Umgesetzt wird der Auftrag mit den erstmals vor gut einem Jahr ausgestrahlten Steinbock-TV-Spots. Und sie haben nicht nur unter der Nebeldecke voll eingeschlagen.**

Wenn aus dem touristischen Konkurrenzkanton Wallis die Reaktion auf den neuen TV-Werbespot von Graubünden Ferien, bei welchem zwei Steinböcke über den Kollegen Gian staunen, der doch tatsächlich die sonnige Bergwelt verlassen hat und sich nun in der «Zwischenwelt» befindet, neidlos und ehrlich «Hüeru güet!» lautet, dann muss wirklich was dahinter stecken. Gieri Spescha, Medienchef bei Graubünden Ferien, freuen solche Anerkennungen natürlich. Er gibt den Ball aber gleich weiter: «Der bisherige Erfolg der Kampagne ist wesentlich dem gut funktionierenden Teamwork zwischen allen Beteiligten zu verdanken.» Das sind, nebst Graubünden Ferien, die Kreativ-Agentur Jung von Matt/Limmat sowie die teilnehmenden Partner.

Kommentar: Nebel finden sie höchstens bei uns im Thermalbad. Und das ist beim Skibadepass sogar inklusive. Mehr auf www.scuol.ch

Ikone Steinbock

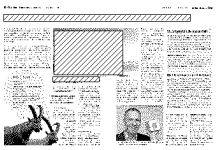
Dass der Steinbock – Graubündens Wappentier, vertreten im Logo von Graubünden Ferien, präsent auf jedem Autonummernschild des Kantons – als Hauptdarsteller figurieren soll, war schnell klar. Und bis jetzt ist er in vier Spots aufgetreten, «die», so Gieri Spescha, «allein via Fernsehen in der Deutschschweiz von einem Millionenpublikum gesehen werden. Dazu kommen noch die unzähligen Internetbesucher». Der Steinbock ist aber auch Ikone und zentrale Figur bei den Inseraten. Wie bei den Spots können sich auch im Printbereich Partner beteiligen und mit ihren Produkten – natürlich immer im Zusammenhang mit Graubünden – auftreten. Aktuellstes Bespiel dafür ist der Nebel-Spot, in den durch die Partnerschaft mit Engadin Nationalparkregion das touristische Angebot mit der Kombination Piste/Bad eingebettet ist. Eine Stärke der Kampagne liege denn auch darin, so Spescha, dass Synergien entstehen, die gegenseitig genutzt werden könnten.

Messbare Erfolge

Anzeichen über den bisherigen Erfolg der Steinbock-Kampagne sind die unzähligen Reaktionen, die aus allen deutschsprachigen Landesteilen bei Graubünden Ferien hauptsächlich per E-Mail eintreffen. «Die Leute finden sie lustig und witzig, wobei uns natürlich speziell Aussagen freuen wie ‹beim Anblick der Spots mit den Steinböcken würde ich am liebsten nach Graubünden fahren›.»

Ein weiteres Erfolgsindiz sind die verschiedenen Auszeichnungen, die Graubünden Ferien für die Kampagne erhalten hat. Jüngstes Beispiel ist ein Milestone 2008, den Gieri Spescha kürzlich vom Schweizerischen Tourismus-Verband in Empfang nehmen durfte.

An die gesprochenen vier Millionen hat der Kanton natürlich auch klare Vorgaben und Erwartungen geknüpft. Ein Auftrag ist die «Messung» der Kampagne. «Dazu machen wir jedes Jahr eine repräsentative Online-Studie bei rund zwei-



hundert Personen», so Gieri Spescha. Mit Fragen wie z. B.: Welche touristische Region kommt Ihnen spontan in den Sinn, wenn Sie an Ferien denken? Oder: Welche Region bringen Sie mit dem Steinbock in Verbindung? Oder: Welche touristische Webung ist Ihnen in Erinnerung geblieben?, könne man die Wirkung der Kampagne direkt messen. «Obwohl die vielen Rückmeldungen und Reaktionen darauf hinweisen, wäre es vermessen, jetzt zu sagen, wegen der Steinbock-Kampagne haben wir so und so viele zusätzliche Übernachtungen.» Aber das Ziel ist klar: Neue Gäste für Graubünden gewinnen. «Und wenn in der gegenwärtig wirtschaftlich schwierigen Zeit vielleicht alle Tourismusregionen in der Schweiz Einbussen hinnehmen müssen, möchten wir mit der Kampagne erreichen, dass es uns am wenigsten trifft; und wenn alle am wachsen sind, soll Graubünden am meisten zulegen.»

Nächster Spot in der Pipeline

Ob im Jahre 2011 das Konzept mit den Steinböcken weitergeführt wird, hängt vom Erfolg der Kampagne und von einer weiteren finanziellen Unterstützung durch den Kanton ab. Sicher ist auf jeden Fall, dass der nächste Spot bereits in der Pipeline ist. Gieri Spescha: «Wir finalisieren zusammen mit der Agentur Jung von Matt/Limmat gegenwärtig die Stossrichtung für das nächste Jahr. Und ich kann zurzeit nur soviel sagen: Die Steinböcke überbringen wiederum auf originelle Art und Weise wichtige Botschaften über Graubünden in die ganze Welt hinaus.»

Gieri Spescha mit einem Milestone 2008, der jüngsten «Trophäe» für die Steinbock-Kampagne.

Die real in Graubünden gefilmten und in 3D-Animation überarbeiteten Steinböcke sind Botschafter Graubündens und haben bereits Kultstatus erreicht.

Via Internet in die ganze Welt

Die Steinböcke aus Graubünden mit ihren Spots haben längst den Weg auf die Internetplattform youtube.com gefunden und sind insgesamt einige Zehntausend Mal abgespielt worden.

Weil unzählige deutsche und anderssprachige Chat-, Foren- und Community-Gruppierungen untereinander zu rätseln begonnen haben, was die Steinböcke überhaupt miteinander reden, sind die Spots in Englisch, Französisch und Holländisch untertitelt auf www.graubuenden.ch abrufbar.

Mitmachen und gewinnen

Online via www.graubuenden.ch (www.graubuenden.ch/winterurlaub/promos/steinbock-werbespot-nebel/steinbock-werbespot-nebel.html) kann man am aktuellen Wettbewerb mitmachen und mit etwas Glück der «Zwischenwelt» entfliehen. Als Hauptpreis winken Ferien im Hotel Bellaval in Scuol.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

BÜNDNER ANZEIGER

7000 Chur
Auflage 52x jährlich 80'000

1075326 / 571.19 / 87'979 mm2 / Farben: 3 Seite 4 10.12.2008

Mail-Reaktionen zum Nebel-Spot

«Hüeru güet! – kann ein Walliser neidlos einräumen» (Wallis)
«Das ist echt die beste Werbung ever!!! Das ganze Büro bei uns ist nur noch am «Bündnerä»» (Freienbach SZ)
«Wow, einfach genial die Steinböcke ... sooo herzig» (Baar)
«Jedesmal, wenn ich die Werbung sehe, würde ich am liebsten ins Auto sitzen und ins Bündnerland fahren ...» (Kanton Bern)
«... ich wünsche Euch von ganzem Herzen viele Unterländer, die aus der «Zwischenwelt» entfliehen möchten» (Zürich)
«Mein Mann und ich haben uns köstlich amüsiert. Bitte noch mehr solche Werbespots machen. Wir lieben die Steinböcke aus Graubünden!» (Zürich)
«Die ganze Kampagne ist spitze und auch der Nebel-Spot ein Wurf. Die in ihrem schönen Dialekt sprechenden Steinböcke machen irgendwie süchtig!» (Stäfa)

Nebel-Spot

«Häsch köhrt vum Gian?»

«Jo dä Gian?»

«Nai!, der ander! As goht ds Grücht umma, är seg aba ganga.»

«Aba?, in da Näbel?»

«Eba! aba in da Näbel. Ma sait, döt dunna gebs a Art Zwüschawelt. Wenn dia ufa luagen, gsehnts üs nit und d'Bärga grad gar nit. Ma sait, sie gsächen nit amohl der blau Himmel!»

«Gschpunna!»

«Gschpunna»

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Oberſimmentaler

3770 Zweisimmen
Auflage 52x jährlich 6'500

1075326 / 571.19 / 29'714 mm2 / Farben: 3 Seite 7 11.12.2008

WHITE BULL gewährt direkten Anschluss ans Skigebiet

Der innovative Schneezug WHITE BULL von der BLS AG und GSTAAD MOUNTAIN RIDES bringt ab dem 14. Dezember 2008 die Wintersportler von Bern Weissenbühl via Gürbetal direkt nach Zweisimmen zur Talstation der Rinderbergbahn. Der weisse Stier führt seine Passagiere nicht nur staufrei und ohne umzusteigen an die Talstation von 105 Kilometern zusammenhängenden Pisten im Skigebiet von GSTAAD MOUNTAIN RIDES, sondern bringt mit seinem einzigartigen Konzept zugleich neue Farbe in die Landschaft des öffentlichen Verkehrs.

Die BLS AG und die Skiarena GSTAAD MOUNTAIN RIDES führen ihren Schneezug WHITE BULL ab 14. Dezember 2008 von Bern Weissenbühl via Wabern, Belp, Thun und Spiez nach Zweisimmen. WHITE BULL bringt seine Fahrgäste staufrei und ohne umzusteigen, mit ökologisch reinem Gewissen, direkt an die Bergbahn-Talstation. Der weisse Stier verkehrt samstags und sonntags sowie an allgemeinen Feiertagen und zusätzlich am 29., 30. und 31. Dezember 2008. Das innovative Skigebiet-Anreisekonzept, das für den Milestone Tourismuspreis 2008 sowie den Swiss Mountain Award 2008 nominiert wurde, wird neben den Partnern GSTAAD MOUNTAIN RIDES und der BLS AG ermöglicht durch die Unterstützung von COOP.

Kein gewöhnlicher Zug

Mit WHITE BULL beginnt das Wintererlebnis bereits auf der Anreise. Der Zug im ansprechenden Schneebullen-Look ist mehr als ein Transportmittel. Er verfügt über einen Railbar-Service mit Getränken und Snacks aus dem neuen «plan b»-Sortiment von Coop. Die WHITE BULL-Crew verkauft bereits im Zug Skipässe und tauscht Snow'n'Rail-Vouchers gegen Tageskarten des Skigebietes um. Langes Anstehen an der Kasse der Talstation entfällt. Damit nicht genug: Jeder Fahrgast erhält einen exklusiven «WHITE BULL-Bag» mit nützlichen Utensilien für den Pistentag. Diverse Anpassungen am Interieur lassen die Schneesportfans schon auf der Anreise von den wunderschönen Pisten träumen. In jedem Wagen wurden Stierhufe auf den Boden geklebt, die zu speziellen Fellsitzen führen. Ein frecher Jingel heisst alle Wintersporthungrigen im Zug willkommen.

Fahrausweise

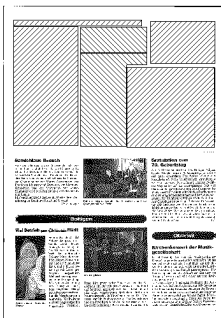
Jedes auf dieser Strecke gültige Ticket wird als Fahrausweis akzeptiert. Am günstigsten fährt, wer sich das Snow'n' Rail-Angebot von Gstaad Mountain Rides sichert: 30% Ermässigung auf die Bahnreise und vergünstigtes Skiticket (erhältlich in jedem BLS Reisezentrum, von Vorteil bereits am Vortag kaufen). Ideale Park&Ride-Möglichkeiten bestehen entlang der Strecke in Wabern (Gurtenparking) und Spiez (Bahnhofparking). Wer im Gurtenparking sein Auto stehen lässt und danach mit dem WHITE BULL ins Skigebiet fährt bezahlt für das ganztägige Parkticket einen Spezialpreis. Ebenso erhalten ÖVBenutzer im Parkhaus Spiez speziell ein Parkticket für 12 Stunden.

Attraktionen im Skigebiet

Im Gesamt-Gebiet von GSTAAD MOUNTAIN RIDES können sich die Wintersportler auf 250 Pistenkilometer, 62 Bergbahnen und 3000 Höhenmeter freuen. Ob Skifahrer, Boarder, Freestyler oder Freerider – GSTAAD MOUNTAIN RIDES bietet auf verschiedenen Pistenabschnitten für alle etwas, vom Einsteiger bis zum Könner. WHITE BULL ist im Skigebiet stark präsent. Am Rinderberg in Zweisimmen, dem Einstiegsberg, besteht entlang der Hauptpiste ein WHITE BULL-Snowpark mit diversen Freestyle-Elementen wie zum Beispiel der WHITE BULL-Wall.

Fahrplan

14.12.08–29.03.09 jeweils Samstag, Sonntag und allgemeine Feiertage; zusätzlich 29., 30. und 31.12.08.



WHITE BULL in Fahrt.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

GOURMET

deutsche Ausgabe
3001 Bern
Auflage 10x jährlich 22'236

1075326 / 571.19 / 124'319 mm2 / Farben: 3 Seite 10 12.12.2008

Grundsätzliche Gedanken zur Rolle der professionellen Gastgeber:

Die Erotik der Gastgeber

Anlässlich der diesjährigen Milestone-Verleihung in Bern referierte Dr. Ludwig Hasler, freier Publizist, Referent und Hochschuldozent, über die «Erotik der Gastgeber», also über die grundsätzliche Rolle der professionellen Gastgeber aus der Sicht ihrer Gäste. Die Ueberlegungen sind originell und überraschend und sollten im Zusammenhang mit den realen Verhältnissen an der Gästefront zumindest einmal hinterfragt werden.

Auch wenn Lachen die beste Medizin ist: Zum Scherzen über das heutige Motto sind Sie kaum aufgelegt.

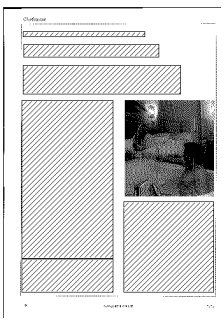
Der Aufwind ist weg. Schluss mit Höhenflug. Die Reise geht par terre weiter. Mühsamer, doch immer noch besser als oben in den Wolken. Von dort stürzt man leicht ins Bodenlose. Siehe die Banker, die Ihnen das Luftkissen wegzogen. Die wähnten sich so gewaltig im Aufwind, dass sie, schwer beduselt, nur noch mit windigen Papieren handelten, die nichts wert waren ausser der Spekulation darauf, dass andere glaubten, sie seien was wert.

Das kann Ihnen nie passieren. Sie treiben sogenannte «Realwirtschaft», auf die man die letzten Jahre fast mitleidig herab sah, weil ihre Rendite so mickrig ist. Heute weiss man, wie «irreal» jene andere Wirtschaft war, die mit den sensationellen Ausschüttungen. Jetzt dreht der Trend — hin zur bodenhaften Wirtschaft. Und welche wäre bodenhafter als der Tourismus? Er lebt von der einzigartigen Weltparzelle Schweiz und von leibhaften Menschen. Gut, die sind momentan vielleicht knapp bei Kasse. Jedoch klüger geworden. Sie werden künftig ihr Geld nicht in wolkige Finanzgeschäfte stecken. Eher in irdische Freuden. Ins Weekend.

Urlaub, Genuss, ein bisschen Luxus. Krisen brachten die Leute selten zur Vernunft. Zum intensiveren Leben schon. Wenn doch alles so vergänglich ist, sagen sie sich, hey, dann packen wir den Augenblick. Davon hat man wenigstens etwas. Und Sie auch.

So könnten Sie, theoretisch, zu Krisengewinnern werden. Was können Sie praktisch dafür tun? Ich bin hier nicht als Tourismus-Experte engagiert. Eher meines berüchtigten Laienverstandes wegen. Der denkt ganz unkompliziert:

1. Wer brockte uns die Krise ein? Das Finanzbusiness hors sol (mit den Schulden armer Schlucker Milliardengewinne



scheffeln — das geht unter irdischen Bedingungen nicht auf). 2. Wie kommen wir da wieder raus — auch im Tourismus? Ganz einfach: Schluss mit der Aufgeblasenheit, Schluss mit virtual reality — zurück zum Einfachen, Sinnlichen, Elementaren. Was hat Tourismus Schweiz, das andere nicht haben? Die sensationelle Naturschönheit. Der Schöpfer wird sich ja was dabei gedacht haben, als er diese sagenhaften Landschaften und Berge ausgerechnet für die Helveter bastelte. Vielleicht, dass wir dereinst die charmantesten Gastgeber auf Erden wären? Jedenfalls haben wir genau diese zwei Joker: die unverdiente Naturschönheit und den Charme der Gastgeber. Damit könnten wir wuchern. Tun wir es?

Charmante Gastgeber? Hugo Loetscher, der amüsierte Erforscher unserer Nationalseele, behauptet: «Wir Schweizer sind im Prinzip muff.» Also nicht bloss hie und da übel gelaunt, sondern prinzipiell muff, sozusagen vorsätzlich sauer, noch bei Sonnenschein — um psychisch gewappnet zu sein, falls der Himmel sich verdüstert, wie eben jetzt, in dieser blöden Krise.

Sind wir so muff? Kurzer Rückblick: Euro 08. Benedikt Weibel als nationaler Begeisterungs-Coach. Mit mässigem Erfolg. Mittelheitere Stimmung, null Euphorie. War das schlimm? Woran erkennt man den guten Turnier-Gastgeber? Daran, dass er (wie Deutschland 2006) durch die Strassen taumelt und jeden auf den Mund küsst, der vorgibt, zu Gast bei Freunden zu sein? Daran, dass er in abgesperrten Fanzonen das offizielle Sponsorenbier in sich hinein schüttet und dafür lustvoll das Doppelte bezahlt? In beiden Disziplinen taten wir uns ein bisschen schwer. Dafür führen wir noch den letzten feiernden Fan nachts um vier mit einem Extrazug nach Hause. Was allen Gästen mächtig imponierte. Hunderte Extrazüge, alle pünktlich, alle sauber!

Gastgeber funktionieren besser, wenn sie nicht selber besoffen sind. Wir mussten auch nicht, wie die Deutschen 2006, beweisen, dass wir zum «unverkrampften Nationalismus» fähig sind. 1. hatten wir wenig Grund dazu, 2. haben wir seit 700 Jahren ein unverkrampftes Verhältnis zur Schweizerfahne. Vielleicht sind Schweizer für das Kinderspiel Fussball zu seriös. Wir verhielten uns wie freundliche Erwachsene, die Besuch bekamen von einer Horde Pubertierender. Ich finde, das war cool, nicht muff. Man kann, als Gastgeber, nicht gleichzeitig ausflippen — und alles recht machen.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

GOURMET

deutsche Ausgabe
3001 Bern
Auflage 10x jährlich 22'236

1075326 / 571.19 / 124'319 mm2 / Farben: 3 Seite 10 12.12.2008

Wobei diese Nationaltugend — alles recht zu machen — auch ihre Kehrseite hat. Wir bringen die Dinge nach bestem Können in Ordnung — und müssen jetzt erleben: Das Leben selbst ist so unordentlich. Dann sind wir wieder muff. Dabei haben wir in der ganzen Welt keine Feinde — ausser der Steuerfahndung. Schwingt die mal die Peitsche, machen wir uns klein. Wer will schon Zwerge schlagen? Das Kleinmachen ist unser Trick.

Immer dann, wenn die Welt nicht anerkennt, dass wir die Sache recht machen. Aber reicht das für die Rolle des Gastgebers?

Gastfreundschaft ist eine persönliche Affäre, es reicht nicht, seine Sache recht zu machen. Was zählt, ist der Mensch, der väterliche Concierge (Herr Lang im «Bad Ragazer Hof»), die vergnügten Serviererinnen landauf landab. Freundlichkeit, für Touristiker eine «Soft»-Tugend, ist — nebst Natur — für mich die einzig harte Währung Ihrer Branche. Härter als die Länge der Wellness-Zone, in die so massiv investiert wird. Der Stellenwert der Gesundheit steige, sagt man. Sicher, aber wer wird denn dort gesund? Und: Geht die Rechnung auf? Wenn ich mal in einer Wellness-Zone bin, bin ich entweder allein (dann lohnt sich die Investition nicht wirklich), oder ich treff auf eine Familie, die sich aufführt wie zuhause, dann bin ich gleich wieder weg (so dass sich die Investition wieder nicht rechnet). Nichts gegen Wellness. Ich misstraue bloss den Megatrends. Da glauben alle, es müsse sein, sonst seien sie raus aus dem Wettbewerb. Wenn aber alle mal die Wellness-Parzellen haben, kommt natürlich was Neues, fragen Sie mich nicht was, Streichel-Zoos oder Tanzdielen wie im Fin de Siècle, warum nicht, manchmal muss man nur resolut altmodisch sein — und findet sich an der Spitze der Avantgarde. Jedenfalls wird der ganze Unterscheidungs-Zirkus von vorn beginnen, und dann sitzen Sie auf ihren teuren Chlor-Fluchten und sehen alt aus. Ich übertreibe, ich weiss, aber so läuft normalerweise die Logik: nach dem Gesetz des sinkenden Grenznutzens.

Mag sein, ich bin ein Fossil. Die Attraktion kollektiver Grossbadewannen ist für mich gering. Meist hätte ich lieber eine luxuriösere auf dem Zimmer. Oder unten einen Masseur, den ich nicht zehn Tage vorher buchen muss. Oder im Speisesaal etwas mehr Sorgfalt auf Akustik; ich würde zu gern das Kompliment verstehen, das die Frau mir macht. Oder im Zimmer keinen lieblos hingeknallten Monster-Fernseher; ich bin ja nicht Kurt Felix.

Vor allem hätte ich gern: Einzigartigkeit. Das Besondere, Unverwechselbare. Lokalkolorit. In unserer Welt gleicht sich bald alles an: Shoppingmeilen von Rom, Barcelona, New York, London, St. Moritz ähneln sich, die Mode sieht überall aus wie zuhause in Zürich. Manche Menschen mag das beruhigen. Mich langweilt es.

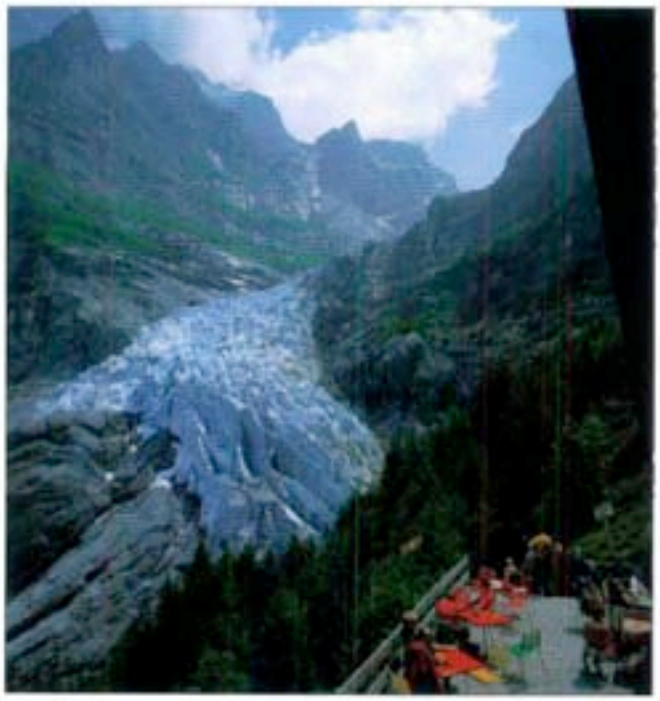
Warum soll ich weg, wenn es ist wie zuhause? Noch kann ich nach Istanbul, wenn ich in eine fremde Welt eintauchen, Auge, Ohr, Nase byzantinisch verzaubern lassen will. Oder ins Bergell, da finde ich (ausser Nescafé) nur Dinge, denen ich die Herkunft anmerke, rieche, schmecke — und die allerfeinste Kastanientorte der Welt. Lokalkolorit. Unverwechselbar.

Oder ins Hotel Weissbad AI, das bestausgelastete 4-Sterne-Haus, soviel ich weiss, trotz mieser Lage & mediokrer Architektur. Mit Wellness, nota bene. Das Besondere steckt anderswo. Merkwürdig, dachte ich beim ersten Besuch, hier reden ja alle so angeregt miteinander. Bis ich sah: Es beginnt beim Personal, fast lauter Einheimische, Innerrhoderinnen, eine Art domestizierte Zigeunerinnen, wunderbare Frauen, Erzähltalente, sprechen die Gäste fantasievoll an, die gute Laune überträgt sich, man fühlt sich verwöhnt, verführt, also vergnügt, trinkt noch eine dritte Flasche, eine teurere. Alles, weil die Appenzellerinnen

erfrischende Gastgeberinnen sind, nicht herumschleichende Dienstboten.

Was da passiert, nennen Hirnforscher «Resonanz». Die geht so: Der Mensch ist kein in sich geschlossenes System, eher der Spiegel der andern. Experimente zeigen: Lächelt mein Gegenüber mir nur unmerklich zu, lächle ich spontan zurück, sogar wenn ich gar nicht richtig will. Ergo: Die Gestimmtheit der Hotelleute überträgt sich auf die Gäste. Das touristische Leben ist — wie das Leben überhaupt — ein einziges Resonanztheater.

Im Alltag nennen wir das Erotik. Daher mein Titel. Die Erotik der Gastgeber. Tourismus, sagt man, ist ein Dienstleistungs-Business. Na hoffentlich. Nur: Sind wir vielleicht geborene Diener? Wir, ein Alpenvolk, genetisch knorrige



Bauern, später auch noch reich geworden. Die schrägste Kombination: Ein neureich gewordenes Alpenvolk als Dienstleister. Reimt sich nicht. Darum rede ich von Gastgebern, nicht von Dienstleistern. Zwei unterschiedliche Rollen: Der Dienstleister, ein Lakaie, geduckt, subaltern, die Befehle der gehassten Herrschaft (Gäste) erwartend, stets in Versuchung, sich dafür rächen zu wollen. Die Gastgeberin, die Attraktion der Tafelrunde, achtet natürlich auch auf die Wünsche der Gäste, aber soll sie bloss Erfüllungsgehilfin meiner Bedürfnisse sein? Nein, sie soll

mich verführen zu unbekannten Genüssen.
Sie kommt mit der Käseplatte, nun, ich habe meine zwei, drei Lieblingskäse, aber mit denen könnte ich auch gleich zuhause bleiben. Also will ich der Frau ansehen, welchen Käse sie am liebsten grad verschlänge. Den nehm ich dann. Sehen Sie, der Gast, das sich selbst unbekannte Wesen. Er kommt mit Bedürfnissen; wenn er die befriedigt kriegt, ist das Dienstleistung. Insgeheim aber träumt er von Freuden, die er noch gar nicht kennt. Verborgene Wünsche wecken: das wäre Gastfreundschaft. Dornröschen wach küssen. Wäre Erotik.
Wäre Verführung. Verführen lässt sich nur, wer insgeheim darauf wartet. Wenn es passiert, ist der Gast glücklich, er wird zurückkehren, immer wieder. Er weiss: Bedürfnisbewirtschaftung kriegt er überall. Verführung ist einmalig.
Vielleicht denken Sie, ich spiele mich auf als ungefragter Berater. Nein, nein, ist reiner Egoismus. Ich mag es nicht, irgendwo zu logieren, wo die akkurate Plazierung des Bestecks wichtiger ist als die Augen der Frau, die mir die Weinkarte reicht. Wollen Sie mich als Gast? Dann vergessen Sie mal den Kompetenzen-Fetischismus. Warum geht jemand zu Madonna ins Konzert? Weil sie singen kann? Sie ist eine tolle Frau. Bringt uns auf ungeahnte Gedanken. Eben. Der Mensch im Service ist wichtiger als seine Service-Kompetenz.
Muss Schluss machen. Dabei hätte ich so vieles noch in petto, zum andern Aspekt der Einzigartigkeit, zum äussern, landschaftlichen. Unsere unverdiente Naturschönheit. Muss die künstlich zugerichtet werden, bis die Einmaligkeit weg ist? «Riminisierung der Alpen»: Der Berg als Multifunktionsfläche, als Sportgerät für Freerider, Downhill-Fahrer, als künstlich beschneiter Spielplatz bis unten vor die Haustüre. Zieht Kunden an, steigert die Wachstumsrate. In jeder Skihütte ein DJ. Oben am Piz Nair, auf der WM Plattform, ein Bläserquartett mit Beethoven, der Pianist Aronsky lässt seinen Flügel auf den Corvatsch wuchten, wo er dann definitiv verstimmt ist. Wollen Sie, dass die Natur, unser wichtigster Trumpf, am Ende nirgendwo mehr nach Natur aussieht?
Ein Dilemma zwischen akuter Nachfrage und Zukunftsvista. hotelleriesuisse will keine Geiz-ist-geil-Mentalität. Bravo. Also Klasse statt Masse. Was Masse anrichtet, zeigt der Jakobsweg: 1978 machten sich ganze dreizehn Pilger auf den Weg. 2007 waren es 120 000. Auch weil inzwischen Hape Kerkeling unterwegs war, ein Witzbold, bekannt

vom Fernsehen. Seither latschen die Humorbrüder auf Kerkelings statt St. Jakobs Spuren, Bier trinkend, Witze reissend. Der Pilgerweg ist im Eimer. Besinnungsloses Wachstum ruiniert den Wert.

Also Klasse statt Masse. Was wird künftig Klasse heissen? Luxus, klar. Doch welcher Luxus? Der Luxus der Vergangenheit hiess Überfluss, Betrieb, Gaudi. Der Luxus der Zukunft verabschiedet sich vom Überflüssigen — und strebt nach dem Notwendigen, nach elementaren Lebensbedingungen: Ruhe, Raum, gute Luft, herrliches Wasser, Aufmerksamkeit. Wie sieht heute ein luxuriöses Zimmer aus? Leer. Luxus ist, was rar ist. Der darf dann auch kosten. Sie müssen sich heute schon entscheiden. Schwierig. Ich bitte Sie nur, uns Gäste nicht als Tölpel zu betrachten. Auch wenn wir uns so präsentieren, irgendwo zwischen unseren akuten Allotriabedürfnissen und unseren latenten Sehnsuchten nach etwas anderem. Erwischen Sie uns bei unseren versteckten Sehnsüchten. Als erotische Gastgeberinnen. Dann haben Sie uns schon für die Zukunft gebucht.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Swiss Equity
magazin
Beilage Special
8002 Zürich
Auflage 5x jährlich 4'000

1075326 / 571.19 / 15'576 mm2 / Farben: 3 Seite 5 12.12.2008

MILESTONE 2008

Glückliche Gewinner

Den Tourismuspreis 2008 konnten entgegennehmen: Die Stiftung **Schweiz Mobil** für naturnahe Erholung, die Dachmarke **«graubünden»** für erzeugte Synergieeffekte und die **Stanserhorn Rangers** für ihre guten Dienste. Der Sonderpreis Nachhaltigkeit, der erstmals verliehen wurde, ging an das Fünfsternehotel **Ferienart** in Saas Fee. Für ihr Lebenswerk ausgezeichnet wurden **Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich** und **Urs Kienberger** vom Hotel Waldhaus in Sils-Maria. Der Milestone wird von der htr hotel revue ausgerichtet, mit hotelleriesuisse als Trägerin.

www.htr-milestone.ch

Ausgebildete Ranger bringen am Stanserhorn den Gästen die Natur näher.

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

BERNER ZEITUNG BZ
Ausgabe Stadt+Region Bern/Nord
3001 Bern
Auflage 6x wöchentlich 29'677

1075326 / 571.19 / 20'360 mm2 / Farben: 3 Seite 43 13.12.2008

PER ZUG ZUM WINTERSPORT

Der Schneezug White Bull ist wieder unterwegs

Der weisse Spezialzug bringt ab morgen die Wintersportler von Seftigen, Uetendorf, Thun und Spiez direkt nach Zweisimmen.

«Der weisse Stier führt seine Passagiere nicht nur staufrei und ohne umzusteigen an die Talstation von 105 Kilometern zusammenhängenden Pisten im Skigebiet von Gstaad Mountain Rides, sondern bringt mit seinem Konzept zugleich neue Farbe in die Landschaft des öffentlichen Verkehrs», heisst es in einer Medienmitteilung.

Coop hilft mit

Die BLS AG und die Skiarena Gstaad Mountain Rides führen ihren Schneezug White Bull ab 14. Dezember von Bern Weissenbühl via Wabern, Belp, Thun und Spiez nach Zweisimmen. Der White Bull verkehrt samstags und sonntags sowie an allgemeinen Feiertagen und zusätzlich am 29., 30. und 31. Dezember. Das Skigebiet-Anreisekonzept, das für den Milestone Tourismuspreis 2008 sowie den Swiss Mountain Award 2008 nominiert wurde, wird neben den Partnern Gstaad Mountain Rides und der BLS AG durch die Unterstützung von Coop ermöglicht.

Kein gewöhnlicher Zug

Der White Bull verfügt über einen Railbar-Service; die Crew verkauft bereits im Zug Skipässe und tauscht Snow'n'Rail-Vouchers gegen Tageskarten des Skigebietes um. Jeder Fahrgast erhält einen Sack mit nützlichen Utensilien für den Pistentag. Jedes auf dieser Strecke gültige Ticket wird als Fahrausweis akzeptiert.

Am günstigsten fährt, wer sich das Snow'n' Rail-Angebot von Gstaad Mountain Rides sichert: 30 Prozent Ermässigung auf die Bahnreise und vergünstigtes Skiticket – erhältlich in jedem BLS Reisezentrum der Region. PD

Ab morgen Sonntag gleitet der White Bull wieder durch die Landschaft.

BERN

«Milestone 2008» geht an «SchweizMobil»

10.11.2008 19:48

Das Projekt «SchweizMobil» ist in Bern mit dem «Milestone 2008» für herausragende Leistungen im Tourismus ausgezeichnet worden. Gewürdigt wurde, wie das Projekt naturnahe Erholung auf einzigartig attraktive Weise zugänglich mache.

Laudator Franz Steinegger, der Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands, sprach bei der Preisverleihung im Kultur-Casino von einer wegweisenden Zusammenarbeit der Stiftung mit unzähligen Kooperationspartnern aus Bund, Kantonen und der Schweizer Tourismuswirtschaft.

Der zweite Preis ging an das Projekt «Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden», wie hotelleriesuisse als Trägerin des «Milestone» mitteilte. Es handle sich um eine professionell aufgebaute Dachmarke, die Synergien auslöse und qualitativ hochstehende Leistungen bündle.

Der dritte «Milestone» ging an das Projekt «Stanserhorn Ranger». Die 12 Ranger machten als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich, lautete die Begründung.

Der erstmals verliehene Sonderpreis für Nachhaltigkeit ging an das 5-Sterne-Hotel «Ferienart Resort & Spa» in Saas-Fee VS. Den «Milestone» für das Lebenswerk bekamen Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger vom Hotel «Waldhaus» in Sils-Maria GR.

Stefanie Loosli gewann den Nachwuchspreis für ihr Gästebindungs-Programm bei den Private Selection Hotels. Im Rahmen ihres Betriebsökonomie-Studiums hatte sie ihre Diplomarbeit der Entwicklung eines wirksamen Bonus-Punkteprogramms gewidmet, das ohne Aufwand in die bestehenden Systeme der Hotels integriert werden konnte. *(sda)*

coComment-Kommentare

> Kommentierte Artikel in der Übersicht

VOLKSBLATT
DIE TAGESZEITUNG FÜR LIECHTENSTEIN

SWISSTECH VOM 18 – 21.11.08 IN BASEL

Bodycote
WÄRMEBEHANDLUNG

Start | 24 h | LIECHTENSTEIN | REGION | SCHWEIZ | INTERNATIONAL | WEB-TV | Mittwoch, 12. November 2008

POLITIK
WIRTSCHAFT
SPORT
LEBEN

ZEITUNGSARCHIV

Mitarbeiter
Tarife
Hausregeln
Abo-Service
Leserbriefe

Kontakt

Suche

Sitemap

Wetter
Horoskop
Fotoalbum
Kleinanzeiger

Veranstaltungen
Kino
TV

Unterhaltung
Computer

© GMG Net 2006

Schweiz Wirtschaft

Montag - 10. November 2008 | 19:47

Preise für herausragende Leistungen im Tourismus

BERN - Das Projekt "SchweizMobil" ist in Bern mit dem

Topnews

Tourismus ausgezeichnet worden. Gewürdigt wurde, wie das Projekt naturnahe Erholung auf einzigartig attraktive Weise zugänglich mache.

Laudator Franz Steinegger, der Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands, sprach bei der Preisverleihung im Kultur-Casino von einer wegweisenden Zusammenarbeit der Stiftung mit unzähligen Kooperationspartnern aus Bund, Kantonen und der Schweizer Tourismuswirtschaft.

Der zweite Preis ging an das Projekt "Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden", wie hotelleriesuisse als Trägerin des "Milestone" mitteilte. Es handle sich um eine professionell aufgebaute Dachmarke, die Synergien auslöse und qualitativ hochstehende Leistungen bündle.

Der dritte "Milestone" ging an das Projekt "Stanserhorn Ranger". Die 12 Ranger machten als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich, lautete die Begründung.

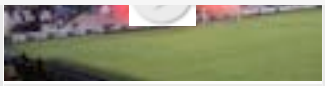
Der erstmals verliehene Sonderpreis für Nachhaltigkeit ging an das 5-Sterne-Hotel "Ferienart Resort & Spa" in Saas-Fee VS. Den "Milestone" für das Lebenswerk bekamen Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger vom Hotel "Waldhaus" in Sils-Maria GR.

Stefanie Loosli gewann den Nachwuchspreis für ihr Gästebindungs-Programm bei den Private Selection Hotels. Im Rahmen ihres Betriebsökonomie-Studiums hatte sie ihre Diplomarbeit der Entwicklung eines wirksamen Bonus-Punkteprogramms gewidmet, das ohne Aufwand in die bestehenden Systeme der Hotels integriert werden konnte.

Google Anzeigen

Diplomatenpass & Konsulat
Beratung durch namhafte Kanzlei mit offiziellem Regierungsauftrag.
www.pfeiffer-klestil.com

VOLKSTIPP



Gut gespielt und trotzdem verloren

WETTER / WETTERSHOW

Heute
5 | 6
Wind 0

Morgen
5 | 8
Wind 0

FOTOALBUM

FBP-Frauen

Im Alten Riet 123
FL – 9494 Schaan
Tel. +423 237 46 00
Fax +423 237 4601

bodycote@bodycote.li
www.bodycote.li

Internet: http://www.bluewin.ch | E-Mail: info@bluewin.ch

19:50 10.11.2008

Preise für herausragende Leistungen im Tourismus

Das Projekt "SchweizMobil" ist in Bern mit dem "Milestone 2008" für herausragende Leistungen im Tourismus ausgezeichnet worden. Gewürdigt wurde, wie das Projekt naturnahe Erholung auf einzigartig attraktive Weise zugänglich mache.

Laudator Franz Steinegger, der Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands, sprach bei der Preisverleihung im Kultur-Casino von einer wegweisenden Zusammenarbeit der Stiftung mit unzähligen Kooperationspartnern aus Bund, Kantonen und der Schweizer Tourismuswirtschaft.

Der zweite Preis ging an das Projekt "Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden", wie hotelleriesuisse als Trägerin des "Milestone" mitteilte. Es handle sich um eine professionell aufgebaute Dachmarke, die Synergien auslöse und qualitativ hochstehende Leistungen bündle.

Der dritte "Milestone" ging an das Projekt "Stanserhorn Ranger". Die 12 Ranger machten als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich, lautete die Begründung.

Der erstmals verliehene Sonderpreis für Nachhaltigkeit ging an das 5-Sterne-Hotel "Ferienart Resort & Spa" in Saas-Fee VS. Den "Milestone" für das Lebenswerk bekamen Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger vom Hotel "Waldhaus" in Sils-Maria GR.

Stefanie Loosli gewann den Nachwuchspreis für ihr Gästebindungs-Programm bei den Private Selection Hotels. Im Rahmen ihres Betriebsökonomie-Studiums hatte sie ihre Diplomarbeit der Entwicklung eines wirksamen Bonus-Punkteprogramms gewidmet, das ohne Aufwand in die bestehenden Systeme der Hotels integriert werden konnte.

(sda)

© 2008 Swisscom (Schweiz) AG www.swisscom.ch

BERN

«Milestone 2008» geht an «SchweizMobil»

%coco_anchor%
10.11.2008 19:48

Das Projekt «SchweizMobil» ist in Bern mit dem «Milestone 2008» für herausragende Leistungen im Tourismus ausgezeichnet worden. Gewürdigt wurde, wie das Projekt naturnahe Erholung auf einzigartig attraktive Weise zugänglich mache.

Laudator Franz Steinegger, der Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands, sprach bei der Preisverleihung im Kultur-Casino von einer wegweisenden Zusammenarbeit der Stiftung mit unzähligen Kooperationspartnern aus Bund, Kantonen und der Schweizer Tourismuswirtschaft.

Der zweite Preis ging an das Projekt «Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden», wie hotelleriesuisse als Trägerin des «Milestone» mitteilte. Es handle sich um eine professionell aufgebaute Dachmarke, die Synergien auslöse und qualitativ hochstehende Leistungen bündle.

Der dritte «Milestone» ging an das Projekt «Stanserhorn Ranger». Die 12 Ranger machten als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich, lautete die Begründung.

Der erstmals verliehene Sonderpreis für Nachhaltigkeit ging an das 5-Sterne-Hotel «Ferienart Resort & Spa» in Saas-Fee VS. Den «Milestone» für das Lebenswerk bekamen Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger vom Hotel «Waldhaus» in Sils-Maria GR.

Stefanie Loosli gewann den Nachwuchspreis für ihr Gästebindungs-Programm bei den Private Selection Hotels. Im Rahmen ihres Betriebsökonomie-Studiums hatte sie ihre Diplomarbeit der Entwicklung eines wirksamen Bonus-Punkteprogramms gewidmet, das ohne Aufwand in die bestehenden Systeme der Hotels integriert werden konnte. *(sda)*

Druckerfreundliche Version
Artikel versenden (per E-Mail)

zurück Seitenanfang

Der Anzeiger aus dem Bezirk Affoltern ist eine Publikation der AZ Medien
AZ Medien

Zeitungen:	Aargauer Zeitung | Basellandschaftliche Zeitung | Limmattaler Zeitung | Sonntag | Anzeiger aus dem Bezirk Affoltern | WOCHE Aargau | WOCHE Limmattal | Lenzburger Bezirks-Anzeiger
Zeitschriften / Bücher:	FIT for LIFE | Natürlich | KOCHEN | MegaLink Precision | HK-Gebäudetechnik | Elektrotechnik ET | Bâtitech | Technica | AT Verlag
Radio / TV / Online:	Radio Argovia | Tele M1 | TeleTell | azonline.ch | limmattalonline.ch | a-z.ch
Druck / Vertrieb:	AZ Print | SOL Print | Weiss Medien | AZ Vertriebs AG

Mittwoch, 12. November 2008 VADIAN.NET, St.Gallen

Nachrichten.ch

Aktuell

Forum

Inland
Kantone und Städte stehen bei Asylwesen unter Druck
Swisspeace diskutiert Zukunft der Friedensförderung
Neue Kriterien für Dienstuntauglichkeit
Nationalratskommission fordert Massnahmen

Wirtschaft
Nikkei schliesst 1,29 Prozent tiefer
Holcim verzeichnet massiven Gewinnrückgang
Swiss Life korrigiert Gewinnerwartung nach unten
Nebenkosten der Globalisierung unterschätzt

Ausland
Sarah Palin lobt Barack Obama
Israel liefert wieder Treibstoff in den Gazastreifen
Royal will Parteivorsitz bei Frankreichs Sozialisten
Ruanda weist deutschen Botschafter aus

Sport
Bulls verlieren trotz starkem Sefolosha
Sbisa gewinnt erneut Duell mit Streit
Zweites Meeting in Sachen America's Cup
Real scheitert an Drittligist

Kultur
Schweizer Erfolgsmusical «Ewigi Liebi»
Nicole Kidman und Charlize Theron als Ehepaar
Jack Bruce lästert über «Led Zeppelin»
George W. Bush mag «W.»

Kommunikation
Spam-E-Mails: Nur eine von 12,5 Mio. erfolgreich
Facebook zwischen Marketing und Networking
Alder «überrascht» von Entlassung bei TDC
Software analysiert Porno-Konsum am Arbeitsplatz

Boulevard
Jennifer Aniston: Jolie war «uncool»
Lieblingsmusik gesund für Kreislauf
Sienna Miller gewinnt gegen Zeitung
Indonesien mit Tsunami-Frühwarnsystem ausgestattet

Wissen
WFP warnt vor drohender Hungersnot in Simbabwe

Preise für herausragende Leistungen im Tourismus

Bern - Das Projekt «SchweizMobil» ist in Bern mit dem «Milestone 2008» für herausragende Leistungen im Tourismus ausgezeichnet worden. Gewürdigt wurde, wie das Projekt naturnahe Erholung auf einzigartig attraktive Weise zugänglich mache.

smw / Quelle: sda / Montag, 10. November 2008 / 19:58 h

Laudator Franz Steinegger, der Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands, sprach bei der Preisverleihung im Kultur-Casino von einer wegweisenden Zusammenarbeit der Stiftung mit unzähligen Kooperationspartnern aus Bund, Kantonen und der Schweizer Tourismuswirtschaft. Der zweite Preis ging an das Projekt «Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden», wie hotelleriesuisse als Trägerin des «Milestone» mitteilte. Es handle sich um eine professionell aufgebaute Dachmarke, die Synergien auslöse und qualitativ hochstehende Leistungen bündle. Der dritte «Milestone» ging an das Projekt «Stanserhorn Ranger».

Das Projekt «SchweizMobil» ist mit dem «Milestone 2008» für herausragende Leistungen im Tourismus ausgezeichnet worden. / Foto: hin-milestone.ch

Die 12 Ranger machten als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich, lautete die Begründung.

Sonderpreis für Nachhaltigkeit

Der erstmals verliehene Sonderpreis für Nachhaltigkeit ging an das 5-Sterne-Hotel «Ferienart Resort & Spa» in Saas-Fee VS. Den «Milestone» für das Lebenswerk bekamen Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger vom Hotel «Waldhaus» in Sils-Maria GR. Stefanie Loosli gewann den Nachwuchspreis für ihr Gästebindungs-Programm bei den Private Selection Hotels. Im Rahmen ihres Betriebsökonomie-Studiums hatte sie ihre Diplomarbeit der Entwicklung eines wirksamen Bonus-Punkteprogramms gewidmet, das

Auszeichnungen

Verleihung des «goldige Chrönli» zur Förderung der Jugendkultur Zürich - Zum 21. Mal sind in Zürich die «goldige Chrönli» für die besten Schweizer Mundart-Tonträger für Kinder verliehen worden. Prämiert wurden Produzenten und Künstler, die sich um eine pädagogisch und künstlerisch gehaltvolle Jugendkultur bemühen. **Fortsetzung**

Prix Goncourt an afghanischen Autor Atiq Rahimi Paris - Der renommierteste französische Literaturpreis, der «Prix Goncourt» 2008, geht an den französisch-afghanischen Schriftsteller Atiq Rahimi für seinen Roman «Syngué Sabour. La pierre de Patience». Der Preis ist mit symbolischen 10 Euro dotiert. **Fortsetzung**

Filmpreise an «Concrete Romance» und Bruno Ganz Braunschweig - Die italienische Produktion «Concrete Romance» hat beim Braunschweiger Filmfest den mit 10'000 Euro dotierten Publikumspreis «Der Heinrich» gewonnen. Den Hauptpreis «Die Europa» erhielt der Schweizer Schauspieler Bruno Ganz. **Fortsetzung**

Tourismus

Malediven: Erstmals gewählter Präsident vereidigt Bern - Der frühere politische Gefangene Mohamed «Anni» Nasheed ist als erster demokratisch gewählter Präsident der Malediven vereidigt worden. Der 41-Jährige legte in der Hauptstadt Malé den Amtseid ab. **Fortsetzung**

Alitalia-Streik führt zu Flugausfällen Rom - Ein wilder Streik bei der insolventen Alitalia hat zum Ausfall zahlreicher Flüge, zu langen Warteschlangen beim Einchecken und erheblichen Verspätungen geführt. Betroffen waren unter anderem die Flughäfen in Rom, Neapel und Mailand. **Fortsetzung**

Kuoni steigert Umsatz und Gewinn Zürich - Die Finanzkrise bremst auch Kuoni. Infolge der Hiobsbotschaften aus der Bankenwelt verbuchte der Reisekonzern im September erstmals wieder einen Umsatzrückgang. **Fortsetzung**

Wirtschaft

Batterielose Funkchips für Gebäudeautomatisierung Graz - Der österreichische Halbleiterhersteller SensorDynamics präsentiert gemeinsam mit dem Münchener Unternehmen EnOcean die neueste Generation von batterielosen

Mission der Mars-Sonde «Phoenix» beendet
Taylor, Karp und Pawson mit hochdotiertem Kyoto-Preis geehrt
Todesursache von Bartgeier «Sina» noch unklar

Wetter

Kolumne

Internes

Impressum

Werbung

Publireportagen

Newsfeed

Die veröffentlichten Inhalte sind ausschliesslich zum persönlichen Gebrauch bestimmt. Die Vervielfältigung, Publikation oder Speicherung in Datenbanken, jegliche kommerzielle Nutzung sowie die Weitergabe an Dritte sind nicht gestattet.

Nachrichten.ch (c) Copyright 2008 by news.ch / VADIAN.NET AG

ohne Aufwand in die bestehenden Systeme der Hotels integriert werden konnte.

Kommentare

Ihre Meinung interessiert uns. Machen Sie mit und diskutieren Sie aktiv mit anderen nachrichten.ch Lesern.

» Ihr Kommentar

Letzte Meldungen

Schweizer Erfolgsmusical «Ewigi Liebi»
Nicole Kidman und Charlize Theron als Ehepaar
Die Tasche lädt den Laptop auf
Nikkei schliesst 1,29 Prozent tiefer
Jennifer Aniston: Jolie war «uncool»
Spam-E-Mails: Nur eine von 12,5 Mio. erfolgreich
Lieblingsmusik gesund für Kreislauf
Jack Bruce lästert über «Led Zeppelin»
Bulls verlieren trotz starkem Sefolosha
Holcim verzeichnet massiven Gewinnrückgang
Swiss Life korrigiert Gewinnerwartung nach unten
Sienna Miller gewinnt gegen Zeitung
Nebenkosten der Globalisierung unterschätzt
Batterielose Funkchips für Gebäudeautomatisierung
Sarah Palin lobt Barack Obama
Sbisa gewinnt erneut Duell mit Streit
Rezessionsangst drückt US-Börsen erneut ins Minus
Zweites Meeting in Sachen America's Cup
Real scheitert an Drittligist
Indonesien mit Tsunami-Frühwarnsystem ausgestattet
Olten gewinnt Verfolgerduell
Erneuter Overtime-Sieg für die ZSC Lions
Zuger Tiefflug geht weiter
Lings entscheidender Konter zum 4:2
Siege für Biel, Kloten und ZSC - Lions wieder Leader
Kantone und Städte stehen bei Asylwesen unter Druck
Stamm immer noch im Hafen
Israel liefert wieder Treibstoff in den Gazastreifen
Granollers ersetzt Nadal
Royal will Parteivorsitz bei Frankreichs Sozialisten
Berner Kite-Surfer nach Unfall im Spital verstorben
Ruanda weist deutschen Botschafter aus
Kollision mit Todesfolge in Langnau bei Reiden
WFP warnt vor drohender Hungersnot in Simbabwe
Geistlicher mit Kartoffel im Hintern
Swisspeace diskutiert Zukunft der Friedensförderung
13 Kilo Heroin und 4 Kilo Kokain beschlagnahmt
Kim Cattrall: Mit Sex gegen den Jetlag
Neue Kriterien für Dienstuntauglichkeit
Hässlichster Hund der Welt ist tot
Abgaben auf breiter Front an der Schweizer Börse
Ex-Schüler droht Aargauer Privatschule
Madonna stellt neuen, alten Lover vor
Ford-Tochter Volvo streicht weitere 900 Stellen
Strafverfahren gegen 30 Hooligans eröffnet

Funkchips für die Gebäudeautomatisierung. **Fortsetzung**

Rezessionsangst drückt US-Börsen erneut ins Minus New York - Die US-Börsen haben am Dienstag wegen der anhaltenden Angst vor einer Verschärfung der Wirtschaftskrise ihre Talfahrt fortgesetzt. Unternehmensmeldungen sorgten weiterhin für düstere Stimmung unter den Anlegern. **Fortsetzung**

Abgaben auf breiter Front an der Schweizer Börse Zürich - Abgaben auf breiter Front haben zum Schluss das Kursbild an der Schweizer Börse geprägt. Nachdem am Montag das Konjunkturprogramm Chinas für Euphorie gesorgt hatte, belasteten einen Tag später Konjunkturängste wieder den Markt. **Fortsetzung**

na•presseportal

suche

Volltextsuche im gesamten Datenbestand

HOME | BRANCHEN | MELDUNG EINSTELLEN | ÜBER UNS | ABO

Alle Ressorts | Wirtschaft | Inland | Ausland | Kultur | Vermischtes | Sport | Bilddatenbank

PRESSEMAPPE HOTELLERIESUISSE

ALLES | BILDER | DOKUMENTE | PERSONALIEN | FRANZ. | ITAL. | ENGL.

10.11.2008 | 19:00 Uhr

Preisverleihung 2008 des "MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz"

Bern (ots) - Ein Lebenswerk, drei herausragende Projekte und ein Nachwuchswerk sind am 10. November im Kultur-Casino Bern mit dem "Milestone 2008", dem Tourismuspreis Schweiz, gewürdigt worden. Diese wichtigste Auszeichnung der Branche zeichnet seit dem Jahr 2000 hervorragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus aus. Erstmals wurde auch ein Nachhaltigkeitspreis für ein umwelt- und energiefreundliches Projekt verliehen.

Vor 500 geladenen Vertretern aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Medien wurden die glücklichen Preisträger mit dem "Milestone 2008" ausgezeichnet. Als Key Speaker hat Dr. Ludwig Hasler das Eventmotto "Im Aufwind" mit Bezug auf die momentane Finanzlage auf anregende Weise hinterfragt und diskutiert. Im Anschluss wurden die Preise in den vier Kategorien "Herausragendes Projekt", "Sonderpreis Nachhaltigkeit", "Lebenswerk einer Persönlichkeit" und "Nachwuchspreis" verliehen.

Den ersten Preis in der Kategorie "Herausragende Projekte" sprach die Jury dem Projekt "SchweizMobil" zu. Die Stiftung SchweizMobil verantwortet die Idee bis zur physischen Umsetzung und betrieblichen Entwicklung aus einer Hand. Weltweit einmalig, macht sie aktive, naturnahe Erholung in der Schweiz attraktiv und zugänglich auf 20'000 km einheitlich signalisierten Routen zum Wandern, Velofahren, Mountainbiken, Skaten und Kanufahren. Im einheitlichen Design sind alle Routen in Tagesetappen unterteilt, der Gast kann seine Tour nach Belieben starten und beenden. Die Förderung der Bewegung mit eigener Muskelkraft in Kombination mit dem öffentlichen Verkehr ist ökologisch sinnvoll. Beeindruckend ist für den Laudator, Franz Steinegger, Präsident Schweizer Tourismus-Verband, die wegweisende, gelebte Zusammenarbeit und Vernetzung der Stiftung mit unzähligen Kooperationspartnern aus Bund, Kantonen und der Schweizer Tourismuswirtschaft.

Der zweite Preis ging an das Projekt "Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden" für den professionellen Aufbau einer Dachmarke, mit regionen- und branchenübergreifender Ausmass. Die Dachmarke löst Synergien aus, bündelt qualitativ hoch stehende Leistungen aus der Region und erzeugt einen Mehrwert für alle Partner. Ziel ist es, die Leistungen nach innen und aussen prägnant zu kommunizieren und nachhaltig zu fördern.

Mit dem dritten Milestone wurde das Projekt "Stanserhorn Ranger" ausgezeichnet. Die 12 Ranger, selbst begeisterte Berggänger, machen als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich.

Der Sonderpreis Nachhaltigkeit, der dieses Jahr erstmals verliehen wurde, ging an das Projekt Wallo's Nachhaltigkeits VIRUS des 5-Sterne-Hotels Ferienart Resort & Spa. Wie der Laudator Dr. Christoph Juen, CEO hotelleriesuisse, ausführte, kann "Nachhaltigkeit" nicht einfach gleich "Umweltschutz" gesetzt werden. Die konsequente Umsetzung des Nachhaltigkeitskonzept des Preisträgers demonstriert dies in eindrücklicher Weise - in der Unternehmensphilosophie verankert, zieht sich die Nachhaltigkeit wie ein Virus durch das Ferienart Resort & Spa. Anhand vieler grösserer und kleinerer Massnahmen wird das ökologische und soziale Selbstverständnis des Hauses auch für die Gäste sichtbar: So zum Beispiel die Förderung der Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, die Gesundheitsförderung für alle Mitarbeitenden oder die Auswahl der Lieferanten nach ökologischen und regionalen Kriterien.

Der Milestone für das "Lebenswerk" geht für einmal nicht an eine Einzelperson, sondern an die Troika Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger für ihr unermüdliches und grossartiges Engagement im Hotel Waldhaus in Sils-Maria. Seit 30 Jahren führen diese engagierten Persönlichkeiten in vierter Generation das 5-Stern-Haus in vorbildlicher und einmaliger Weise. Für den Laudator Guglielmo L. Brentel, Präsident hotelleriesuisse, ist das Hotel Waldhaus ein wahrer Mikrokosmos, nicht nur bezüglich seines Geistes, sondern auch dank seinem Bekenntnis zur Kultur. Es ist der Persönlichkeit, der Leidenschaft und Professionalität der Preisträger zu verdanken, dass dieses Flaggschiff der traditionsreichen Schweizer Hotellerie so erfolgreich geführt wird und auf eine prosperierende Zukunft blicken darf.

Der diesjährige Nachwuchspreis wurde Stefanie Loosli für ihr Gästebindungs-Programm bei den 47 Private Selection Hotels verliehen. Im Rahmen ihres Betriebsökonomie-Studiums an der Hochschule Luzern hat die junge Frau ihre Diplomarbeit der Entwicklung eines wirksamen Bonus-Punkteprogramms gewidmet, welches ohne Aufwand in die bestehenden Systeme der Hotels integriert werden konnte. Die Hotelgruppe übernahm das Programm und lässt es von der ehemaligen Studentin unverändert in die Praxis umsetzen. Wie es Botschafter Dr. Eric Scheidegger, Stellvertretender Direktor des Staatssekretariats für Wirtschaft, in seiner Laudatio auf den Punkt bringt, ist Stefanie Loosli der grosse Schritt von der Theorie in die Praxis mit Auszeichnung gelungen.

MILESTONE - eine Auszeichnung und Würdigung

Der Tourismuspreis Schweiz steht für Innovationen, Förderung von Know-how-Transfer, Attraktivität der Destination Schweiz und Image für die Tourismuswirtschaft. Die prämierten Projekte haben eine Wirkung gegen innen und aussen. Sie fördern den Marktwert des Unternehmens und erfüllen die Mitarbeitenden mit Stolz auf ihre erbrachten Leistungen. Der Milestone soll für die gesamte Branche Ansporn sein, "in Stein Gemeisseltes"

Pressemappe als RSS

Homepage

in Pressemappe suchen

TOOLS

Meldung versenden
Druckversion
PDF-Version
Meldungen per E-Mail
Schriftgröße:
Bookmark

BILDARCHIV

NEUESTE MELDUNGEN

10.11. 19:00 Conferimento del "MILESTONE. Premio del turismo svizzero" per l'anno 2008

10.11. 19:00 Remise des prix 2008 du "MILESTONE. Prix du tourisme suisse"

27.10. 11:30 Classificazione ufficiale degli alberghi in Svizzera: nel centro le esigenze degli ospiti

27.10. 11:30 La classification suisse des hôtels: cibler sur les besoins des hôtes

27.10. 11:30 Schweizer Hotelklassifikation: Gästebedürfnisse im Zentrum

aufzubrechen und immer wieder Neues zu erschaffen.

Der "MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz" wird von der htr hotel revue, mit hotelleriesuisse als Trägerin, verliehen und im Rahmen des InnoTour-Förderprogramms vom SECO mitgetragen, unter der Beteiligung des Schweizer Tourismus-Verbands STV und der HOTELA.

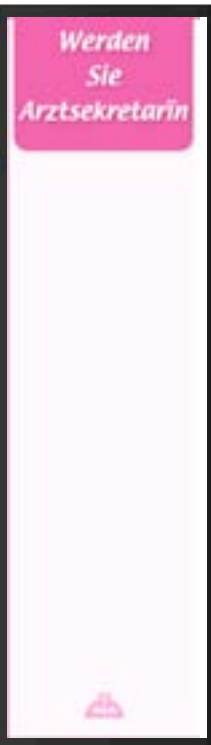
ots Originaltext: hotelleriesuisse
Internet: www.presseportal.ch

Kontakt:
Elsbeth Hobmeier
Chefredaktorin htr hotel revue
Tel.: +41/31/370'42'16
Mobile: +41/79/239'64'57
E-Mail: elsbeth.hobmeier@htr.ch

Alberto Vonaesch
Projektleiter "MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz"
Mobile: +41/79/509'67'19
E-Mail: a.vonaesch@bluewin.ch

ots (Originaltextservice), obs (Originalbildservice) sind Dienste der news aktuell (Schweiz) AG, © 2008 news aktuell schweiz, alle Rechte vorbehalten. Diese Inhalte dienen ausschliesslich zur redaktionellen Nutzung und zur individuellen Information des Nutzers. Eine Speicherung in Datenbanken sowie jegliche Weitergabe an Dritte im Rahmen gewerblicher Nutzung oder zur gewerblichen Nutzung sind nur mit schriftlicher Genehmigung durch news aktuell schweiz gestattet. news aktuell schweiz haftet nicht bei Fehlern oder Störungen im Dienstbetrieb, bei Lieferschwierigkeiten, inhaltlichen oder textlichen Fehlern, ausser in Fällen groben Verschuldens seitens news aktuell schweiz. Im Übrigen gelten unsere AGB. Für den Fall, dass Sie die Inhalte von news aktuell schweiz weitergeben, speichern oder gewerblich nutzen möchten, bieten wir Ihnen an, Contentpartner zu werden.

news aktuell schweiz E-Mail: info@newsaktuell.ch Impressum



Preise für herausragende Leistungen im Tourismus

Das Projekt "SchweizMobil" ist in Bern mit dem "Milestone 2008" für herausragende Leistungen im Tourismus ausgezeichnet worden. Gewürdigt wurde, wie das Projekt naturnahe Erholung auf einzigartig attraktive Weise zugänglich mache.

Laudator Franz Steinegger, der Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands, sprach bei der Preisverleihung im Kultur-Casino von einer wegweisenden Zusammenarbeit der Stiftung mit unzähligen Kooperationspartnern aus Bund, Kantonen und der Schweizer Tourismuswirtschaft.

Der zweite Preis ging an das Projekt "Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden", wie hotelleriesuisse als Trägerin des "Milestone" mitteilte. Es handle sich um eine professionell aufgebaute Dachmarke, die Synergien auslöse und qualitativ hochstehende Leistungen bündle.

Der dritte "Milestone" ging an das Projekt "Stanserhorn Ranger". Die 12 Ranger machten als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich, lautete die Begründung.

Der erstmals verliehene Sonderpreis für Nachhaltigkeit ging an das 5-Sterne-Hotel "Ferienart Resort & Spa" in Saas-Fee VS. Den "Milestone" für das Lebenswerk bekamen Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger vom Hotel "Waldhaus" in Sils-Maria GR.

Stefanie Loosli gewann den Nachwuchspreis für ihr Gästebindungs-Programm bei den Private Selection Hotels. Im Rahmen ihres Betriebsökonomie-Studiums hatte sie ihre Diplomarbeit der Entwicklung eines wirksamen Bonus-Punkteprogramms gewidmet, das ohne Aufwand in die bestehenden Systeme der Hotels integriert werden konnte.

sda - 10.11.2008

Artikel drucken Artikel versenden

WERBUNG

PRESSESCHAU

Holcim mit massivem Gewinnrückgang nach neun Mona...
vor 2 Stunden gefunden
Der Zementkonzern Holcim bekommt die Immobilienkrise in den USA und Spanien zu spüren. Der Reingewinn ist in den ersten neun ...

- Holcim mit massivem Gewinnrückgang nach neun Monaten
- Nikkei-Index zu Handesschluss 1,29 Prozent tiefer
- Swiss Life korrigiert Gewinnerwartung nach unten
- Immer mehr besser entwickelte Länder rufen Weltbank um Hilfe
- Abgaben auf breiter Front an der Schweizer Börse

VIDEO: SUPERMODEL ADRIANA LIMA

NEWSTICKER

Alitalia-Mitarbeiter streiken weiter - Dutzende Flüge gestrichen [09:29]

Nikkei-Index zu Handesschluss 1,29 Prozent tiefer [08:00]

Swiss Life korrigiert Gewinnerwartung nach unten [07:49]

Holcim mit massivem Gewinnrückgang nach neun Monaten [07:46]

Abgaben auf breiter Front an der Schweizer Börse [22:59]

Im Kanton Appenzell Innerrhoden lebts sich am besten [15:40]

RSS-FEED

RSS-Feed «Wirtschaft» abonnieren

WETTER ZÜRICH

MI	DO	FR	SA
5/7°	3/6°	2/6°	1/4°

Wetter Schweiz heute, Mittelfristprognose

GRATIS GAME DES TAGES

Spielen Sie hier täglich ein neues Flashgame

TV-PROGRAMM

Heute am TV

AUSGEHEN

Konzerte, Partys & Theater

CROSSMEDIA

Youtube-Video des Tages

PINK! BRUSTWARZEN-PIERCING AUF VIDEO

Pop-Röhre Pink lässt sich vor laufender Kamera ein Brustwarzen-Piercing machen!

HOTSHOT FOTOSTRECKEN

Fotostrecken: Sexy Models

FOTOSTRECKE: JAMES BOND 007 - QUANTUM OF SOLACE

YAHOO! DEUTSCHLAND NACHRICHTEN

Preisverleihung 2008 des "MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz"

Anzeige

Montag, 10. November, 19:09 Uhr
NewsAktuell/Ots

Bern (ots) - Ein Lebenswerk, drei herausragende Projekte und ein Nachwuchswerk sind am 10. November im Kultur-Casino Bern mit dem "Milestone 2008", dem Tourismuspreis Schweiz, gewürdigt worden. Diese wichtigste Auszeichnung der Branche zeichnet seit dem Jahr 2000 hervorragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus aus. Erstmals wurde auch ein Nachhaltigkeitspreis für ein umwelt- und energiefreundliches Projekt verliehen.

Vor 500 geladenen Vertretern aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Medien wurden die glücklichen Preisträger mit dem "Milestone 2008" ausgezeichnet. Als Key Speaker hat Dr. Ludwig Hasler das Eventmotto "Im Aufwind" mit Bezug auf die momentane Finanzlage auf anregende Weise hinterfragt und diskutiert. Im Anschluss wurden die Preise in den vier Kategorien "Herausragendes Projekt", "Sonderpreis Nachhaltigkeit", "Lebenswerk einer Persönlichkeit" und "Nachwuchspreis" verliehen.

Den ersten Preis in der Kategorie "Herausragende Projekte" sprach die Jury dem Projekt "SchweizMobil" zu. Die Stiftung SchweizMobil verantwortet die Idee bis zur physischen Umsetzung und betrieblichen Entwicklung aus einer Hand. Weltweit einmalig, macht sie aktive, naturnahe Erholung in der Schweiz attraktiv und zugänglich auf 20'000 km einheitlich signalisierten Routen zum Wandern, Velofahren, Mountainbiken, Skaten und Kanufahren. Im einheitlichen Design sind alle Routen in Tagesetappen unterteilt, der Gast kann seine Tour nach Belieben starten und beenden. Die Förderung der Bewegung mit eigener Muskelkraft in Kombination mit dem öffentlichen Verkehr ist ökologisch sinnvoll. Beeindruckend ist für den Laudator, Franz Steinegger, Präsident Schweizer Tourismus-Verband, die wegweisende, gelebte Zusammenarbeit und Vernetzung der Stiftung mit unzähligen Kooperationspartnern aus Bund, Kantonen und der Schweizer Tourismuswirtschaft.

Der zweite Preis ging an das Projekt "Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden" für den professionellen Aufbau einer Dachmarke, mit regionen- und branchenübergreifender Ausmass. Die Dachmarke löst Synergien aus, bündelt qualitativ hoch stehende Leistungen aus der Region und erzeugt einen Mehrwert für alle Partner. Ziel ist es, die Leistungen nach innen und aussen prägnant zu kommunizieren und nachhaltig zu fördern.

Mit dem dritten Milestone wurde das Projekt "Stanserhorn Ranger" ausgezeichnet. Die 12 Ranger, selbst begeisterte Berggänger, machen als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich.

Der Sonderpreis Nachhaltigkeit, der dieses Jahr erstmals verliehen wurde, ging an das Projekt Wallo's Nachhaltigkeits VIRUS des 5-Sterne-Hotels Ferienart Resort & Spa. Wie der Laudator Dr.

10. November 2008 - 19:51

Preise für herausragende Leistungen im Tourismus

Bern - Das Projekt "SchweizMobil" ist in Bern mit dem "Milestone 2008" für herausragende Leistungen im Tourismus ausgezeichnet worden. Gewürdigt wurde, wie das Projekt naturnahe Erholung auf einzigartig attraktive Weise zugänglich mache.

Laudator Franz Steinegger, der Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands, sprach bei der Preisverleihung im Kultur-Casino von einer wegweisenden Zusammenarbeit der Stiftung mit unzähligen Kooperationspartnern aus Bund, Kantonen und der Schweizer Tourismuswirtschaft.

Der zweite Preis ging an das Projekt "Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden", wie hotelleriesuisse als Trägerin des "Milestone" mitteilte. Es handle sich um eine professionell aufgebaute Dachmarke, die Synergien auslöse und qualitativ hochstehende Leistungen bündle.

Der dritte "Milestone" ging an das Projekt "Stanserhorn Ranger". Die 12 Ranger machten als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich, lautete die Begründung.

Der erstmals verliehene Sonderpreis für Nachhaltigkeit ging an das 5-Sterne-Hotel "Ferienart Resort & Spa" in Saas-Fee VS. Den "Milestone" für das Lebenswerk bekamen Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger vom Hotel "Waldhaus" in Sils-Maria GR.

Stefanie Loosli gewann den Nachwuchspreis für ihr Gästebindungs-Programm bei den Private Selection Hotels. Im Rahmen ihres Betriebsökonomie-Studiums hatte sie ihre Diplomarbeit der Entwicklung eines wirksamen Bonus-Punkteprogramms gewidmet, das ohne Aufwand in die bestehenden Systeme der Hotels integriert werden konnte.

SDA-ATS

LETZTE MELDUNGEN

12.11.2008 - 09:46 Alfred Brendel verabschiedet sich von Schweizer Publikum
Luzern - Ein letztes Mal kann das Schweizer Publikum die Virtuosität Alfred Brendels bewundern. Im Rahmen des Lucerne Festivals gibt der...

12.11.2008 - 09:40 AKTIEN FRANKFURT/Eröffnung: Fest - Erholung von Vortagsverlusten - Zahlenflut
FRANKFURT (AWP International) - Der deutsche Aktienmarkt ist am Mittwoch fest in den Handel gestartet und hat einen kleinen Teil der...

12.11.2008 - 09:40 Schaeffler rechnet bald mit Stellungnahme der EU-Kartellbehörden zu Conti
HERZOGENAURACH/HANNOVER (AWP International) - Die fränkische Schaeffler-Gruppe erwartet in Kürze Aussagen der EU-Kartellbehörden zur...

12.11.2008 - 09:40 EPCOS leidet unter Autoflaute/Übernahme durch TDK belastet zusätzlich (AF)
(Meldung erweitert)MÜNCHEN (AWP International) - Der Bauelemente-Spezialist EPCOS leidet unter der Absatzkrise seiner wichtigen Autokunden....

12.11.2008 - 09:36 Nikkei-Index zu Handesschluss 1,29 Prozent tiefer
Tokio - Die Börse in Tokio hat zur Wochenmitte nach der negativen Vorgabe der Wall Street schwach geschlossen. Zum Handelsschluss notierte...

NEWSTICKER
- International
- Schweiz
- Wirtschaft
- Kultur
- Sport
- Übersicht

QUICKLINKS
- IB - Integrationsbüro Schweiz-Europäische Union
- Delegation der EU für die Schweiz
- EU - Beziehungen mit der Schweiz (Englisch)
- EFTA - Europäische Freihandelsassoziation
- NEBS - Neue Europäische Bewegung Schweiz
- AUNS - Aktion für eine unabhängige und neutrale Schweiz

Swisslinks - Medien

DIE SCHWEIZ UND DIE FINANZKRISE
Fakten und Analysen zur weltweiten Finanzkrise

SWISSINFO.CH AUF IHREM iPHONE
Sie finden alle aktuellen Informationen und die wichtigsten Serviceleistungen direkt auf Ihrem iPhone.

DEUTSCHE IN DER SCHWEIZ
Die Schweiz ist für Deutsche Auswanderungsziel Nummer eins. Diese "deutsche Welle" löst in der Schweiz auch Ängste aus.

FOTOGALERIEN

Grosse Emotionen
4. November 2008, Wahltag in den USA und anderswo

TOURISMUS 10.11.2008 19:47

"Milestone 2008" geht an "SchweizMobil"

Das Projekt "SchweizMobil" ist in Bern mit dem "Milestone 2008" für herausragende Leistungen im Tourismus ausgezeichnet worden. Gewürdigt wurde, wie das Projekt naturnahe Erholung auf einzigartig attraktive Weise zugänglich mache.

Laudator Franz Steinegger, der Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands, sprach bei der Preisverleihung im Kultur-Casino von einer wegweisenden Zusammenarbeit der Stiftung mit unzähligen Kooperationspartnern aus Bund, Kantonen und der Schweizer Tourismuswirtschaft.

Der zweite Preis ging an das Projekt "Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden", wie hotelleriesuisse als Trägerin des "Milestone" mitteilte. Es handle sich um eine professionell aufgebaute Dachmarke, die Synergien auslöse und qualitativ hochstehende Leistungen bündle.

Der dritte "Milestone" ging an das Projekt "Stanserhorn Ranger". Die 12 Ranger machten als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich, lautete die Begründung.

Der erstmals verliehene Sonderpreis für Nachhaltigkeit ging an das 5-Sterne-Hotel "Ferienart Resort & Spa" in Saas-Fee VS. Den "Milestone" für das Lebenswerk bekamen Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger vom Hotel "Waldhaus" in Sils-Maria GR.

Stefanie Loosli gewann den Nachwuchspreis für ihr Gästebindungs-Programm bei den Private Selection Hotels. Im Rahmen ihres Betriebsökonomie-Studiums hatte sie ihre Diplomarbeit der Entwicklung eines wirksamen Bonus-Punkteprogramms gewidmet, das ohne Aufwand in die bestehenden Systeme der Hotels integriert werden konnte.

sda

Artikel drucken Artikel senden

.

Weitere Meldungen

FLUGGESELLSCHAFT 12.11.2008 09:29

Fortsetzung des Streiks bei Alitalia

Die Alitalia-Mitarbeiter setzen ihren wilden Streik fort. Die bankrotte italienische Fluggesellschaft meldete, dass mindestens 50 Flüge gestrichen wurden.

» weiter

FINANZKRISE - MÄRKTE 12.11.2008 08:00

Tokios Börse schliesst schwach

Die Börse in Tokio hat zur Wochenmitte nach der negativen Vorgabe der Wall Street schwach geschlossen. Zum Handelsschluss notierte der Nikkei-Index ein Minus von 113.79 Punkten oder 1,29 Prozent beim Stand von 8695.51 Punkten.

» weiter

ZEMENTBRANCHE aktualisiert 12.11.2008 07:46

Holcim schliesst wegen Gewinnrückgang Werke

Der Zementkonzern Holcim bekommt die Immobilienkrise in den USA und Spanien zu spüren. Der Reingewinn ist in den ersten neun Monaten klar geschrumpft. Nun werden drei Werke in USA und Spanien geschlossen, um Kosten zu sparen.

» weiter

LEBENSVERSICHERUNGEN aktualisiert 12.11.2008 07:49

Swiss Life senkt Gewinnprognosen

Der Lebensversicherungskonzern Swiss Life wird dieses Jahr voraussichtlich den anvisierten Reingewinn von 1,8 bis 1,9 Mio. Fr. nicht erreichen. Im dritten Quartal 2008 ging das Prämienvolumen gesamthaft um 11 Prozent zurück.

» weiter

FINANZKRISE - WELTBANK 12.11.2008 03:12

Hilfe der Weltbank immer mehr gefragt

Immer mehr besser entwickelte Länder rufen infolge der Finanzkrise

BERN

«Milestone 2008» geht an «SchweizMobil»

10.11.2008 19:48

Das Projekt «SchweizMobil» ist in Bern mit dem «Milestone 2008» für herausragende Leistungen im Tourismus ausgezeichnet worden. Gewürdigt wurde, wie das Projekt naturnahe Erholung auf einzigartig attraktive Weise zugänglich mache.

Laudator Franz Steinegger, der Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands, sprach bei der Preisverleihung im Kultur-Casino von einer wegweisenden Zusammenarbeit der Stiftung mit unzähligen Kooperationspartnern aus Bund, Kantonen und der Schweizer Tourismuswirtschaft.

Der zweite Preis ging an das Projekt «Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden», wie hotelleriesuisse als Trägerin des «Milestone» mitteilte. Es handle sich um eine professionell aufgebaute Dachmarke, die Synergien auslöse und qualitativ hochstehende Leistungen bündle.

Der dritte «Milestone» ging an das Projekt «Stanserhorn Ranger». Die 12 Ranger machten als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich, lautete die Begründung.

Der erstmals verliehene Sonderpreis für Nachhaltigkeit ging an das 5-Sterne-Hotel «Ferienart Resort & Spa» in Saas-Fee VS. Den «Milestone» für das Lebenswerk bekamen Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger vom Hotel «Waldhaus» in Sils-Maria GR.

Stefanie Loosli gewann den Nachwuchspreis für ihr Gästebindungs-Programm bei den Private Selection Hotels. Im Rahmen ihres Betriebsökonomie-Studiums hatte sie ihre Diplomarbeit der Entwicklung eines wirksamen Bonus-Punkteprogramms gewidmet, das ohne Aufwand in die bestehenden Systeme der Hotels integriert werden konnte. *(sda)*

coComment-Kommentare

> Kommentierte Artikel in der Übersicht

Business News

News

Preisverleihung 2008 des „MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz"

Beschreibung

Ein Lebenswerk, drei herausragende Projekte und ein Nachwuchswerk sind am 10. November im Kultur-Casino Bern mit dem „Milestone 2008", dem Tourismuspreis Schweiz, gewürdigt worden. Diese wichtigste Auszeichnung der Branche zeichnet seit dem Jahr 2000 hervorragende Leistungen und Projekte im Schweizer Tourismus aus. Erstmals wurde auch ein Nachhaltigkeitspreis für ein umwelt- und energiefreundliches Projekt verliehen.

Vor 500 geladenen Vertretern aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Medien wurden die glücklichen Preisträger mit dem „Milestone 2008" ausgezeichnet. Als Key Speaker hat Dr. Ludwig Hasler das Eventmotto „Im Aufwind" mit Bezug auf die momentane Finanzlage auf anregende Weise hinterfragt und diskutiert. Im Anschluss wurden die Preise in den vier Kategorien „Herausragendes Projekt", „Sonderpreis Nachhaltigkeit", „Lebenswerk einer Persönlichkeit" und „Nachwuchspreis" verliehen.

Den ersten Preis in der Kategorie „Herausragende Projekte" sprach die Jury dem Projekt „SchweizMobil" zu. Die Stiftung SchweizMobil verantwortet die Idee bis zur physischen Umsetzung und betrieblichen Entwicklung aus einer Hand. Weltweit einmalig, macht sie aktive, naturnahe Erholung in der Schweiz attraktiv und zugänglich auf 20'000 km einheitlich signalisierten Routen zum Wandern, Velofahren, Mountainbiken, Skaten und Kanufahren. Im einheitlichen Design sind alle Routen in Tagesetappen unterteilt, der Gast kann seine Tour nach Belieben starten und beenden. Die Förderung der Bewegung mit eigener Muskelkraft in Kombination mit dem öffentlichen Verkehr ist ökologisch sinnvoll. Beeindruckend ist für den Laudator, Franz Steinegger, Präsident Schweizer Tourismus-Verband, die wegweisende, gelebte Zusammenarbeit und Vernetzung der Stiftung mit unzähligen Kooperationspartnern aus Bund, Kantonen und der Schweizer Tourismuswirtschaft.

Der zweite Preis ging an das Projekt „Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden" für den professionellen Aufbau einer Dachmarke, mit regionen- und branchenübergreifender Ausmass. Die Dachmarke löst Synergien aus, bündelt qualitativ hoch stehende Leistungen aus der Region und erzeugt einen Mehrwert für alle Partner. Ziel ist es, die Leistungen nach innen und aussen prägnant zu kommunizieren und nachhaltig zu fördern.

Mit dem dritten Milestone wurde das Projekt „Stanserhorn Ranger" ausgezeichnet. Die 12 Ranger, selbst begeisterte Berggänger, machen als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich.

Der Sonderpreis Nachhaltigkeit, der dieses Jahr erstmals verliehen wurde, ging an das Projekt Wallo's Nachhaltigkeits VIRUS des 5-Sterne-Hotels Ferienart Resort & Spa. Wie der Laudator Dr. Christoph Juen, CEO hotelleriesuisse, ausführte, kann „Nachhaltigkeit" nicht einfach gleich „Umweltschutz" gesetzt werden. Die konsequente Umsetzung des Nachhaltigkeitskonzept des Preisträgers demonstriert dies in eindrücklicher Weise – in der Unternehmensphilosophie verankert, zieht sich die Nachhaltigkeit wie ein Virus durch das Ferienart Resort & Spa. Anhand vieler grösserer und kleinerer Massnahmen wird das ökologische und soziale Selbstverständnis des Hauses auch für die Gäste sichtbar: So zum Beispiel die Förderung der Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, die Gesundheitsförderung für alle Mitarbeitenden oder die Auswahl der Lieferanten nach ökologischen und regionalen Kriterien.

Der Milestone für das „Lebenswerk" geht für einmal nicht an eine Einzelperson, sondern an die Troika Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger für ihr unermüdliches und grossartiges Engagement im Hotel Waldhaus in Sils-Maria. Seit 30 Jahren führen diese engagierten Persönlichkeiten in vierter Generation das 5-Stern-Haus in vorbildlicher und einmaliger Weise. Für den Laudator Guglielmo L. Brentel, Präsident hotelleriesuisse, ist das Hotel Waldhaus ein wahrer Mikrokosmos, nicht nur bezüglich seines Geistes, sondern auch dank seinem Bekenntnis zur Kultur. Es ist der Persönlichkeit, der Leidenschaft und Professionalität der Preisträger zu verdanken, dass dieses Flaggschiff der traditionsreichen Schweizer Hotellerie so erfolgreich geführt wird und auf eine prosperierende Zukunft blicken darf.

Der diesjährige Nachwuchspreis wurde Stefanie Loosli für ihr Gästebindungs-Programm bei den 47 Private Selection Hotels verliehen. Im Rahmen ihres Betriebsökonomie-Studiums an der Hochschule Luzern hat die junge Frau ihre Diplomarbeit der Entwicklung eines wirksamen Bonus-Punkteprogramms gewidmet, welches ohne Aufwand in die bestehenden Systeme der Hotels integriert werden konnte. Die Hotelgruppe übernahm das Programm und lässt es von der ehemaligen Studentin unverändert in die Praxis umsetzen. Wie es Botschafter Dr. Eric Scheidegger, Stellvertretender Direktor des Staatssekretariats für Wirtschaft, in seiner Laudatio auf den Punkt bringt, ist Stefanie Loosli der grosse Schritt von der Theorie in die Praxis mit Auszeichnung gelungen.

MILESTONE – eine Auszeichnung und Würdigung
Der Tourismuspreis Schweiz steht für Innovationen, Förderung von Know-how-Transfer, Attraktivität der Destination Schweiz und Image für die Tourismuswirtschaft. Die prämierten Projekte haben eine Wirkung gegen innen und aussen. Sie fördern den Marktwert des Unternehmens und erfüllen die Mitarbeitenden mit Stolz auf ihre erbrachten Leistungen. Der Milestone soll für die gesamte Branche Ansporn sein, „in Stein Gemeisseltes" aufzubrechen und immer wieder Neues zu erschaffen.

Der «MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz» wird von der htr hotel revue, mit hotelleriesuisse als Trägerin, verliehen und im Rahmen des InnoTour-Förderprogramms vom SECO mitgetragen, unter der Beteiligung des Schweizer Tourismus-Verbands STV und der HOTELA.

Weitere Infos

Direkt zum Milestone 2008

Download der Medienmitteilung

Top - Brands

Bilder

VOLKSBLATT
DIE TAGESZEITUNG FÜR LIECHTENSTEIN
SWISSTECH VOM 18 – 21.11.08 IN BASEL
Bodycote WÄRMEBEHANDLUNG
Start 24 h LIECHTENSTEIN REGION SCHWEIZ INTERNATIONAL WEB-TV Mittwoch, 12. November 2008
POLITIK
WIRTSCHAFT
SPORT
LEBEN
ZEITUNGSARCHIV
Mitarbeiter
Tarife
Hausregeln
Abo-Service
Leserbriefe
Kontakt
Suche
Sitemap
Wetter
Horoskop
Fotoalbum
Kleinanzeiger
Veranstaltungen
Kino
TV
Unterhaltung
Computer
© GMG Net 2006

Schweiz Wirtschaft

Montag - 10. November 2008 | 19:47

Preise für herausragende Leistungen im Tourismus

BERN - Das Projekt "SchweizMobil" ist in Bern mit dem Topnews

Tourismus ausgezeichnet worden. Gewürdigt wurde, wie das Projekt naturnahe Erholung auf einzigartig attraktive Weise zugänglich mache.

Laudator Franz Steinegger, der Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands, sprach bei der Preisverleihung im Kultur-Casino von einer wegweisenden Zusammenarbeit der Stiftung mit unzähligen Kooperationspartnern aus Bund, Kantonen und der Schweizer Tourismuswirtschaft.

Der zweite Preis ging an das Projekt "Vielfalt einfach verkaufen: Marke graubünden", wie hotelleriesuisse als Trägerin des "Milestone" mitteilte. Es handle sich um eine professionell aufgebaute Dachmarke, die Synergien auslöse und qualitativ hochstehende Leistungen bündle.

Der dritte "Milestone" ging an das Projekt "Stanserhorn Ranger". Die 12 Ranger machten als wandelnde Wegweiser mit Tipps und erzählerischem Geschick die Natur für die Touristen am Stanserhorn zugänglich, lautete die Begründung.

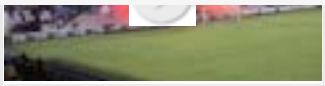
Der erstmals verliehene Sonderpreis für Nachhaltigkeit ging an das 5-Sterne-Hotel "Ferienart Resort & Spa" in Saas-Fee VS. Den "Milestone" für das Lebenswerk bekamen Maria Dietrich-Kienberger, Felix Dietrich und Urs Kienberger vom Hotel "Waldhaus" in Sils-Maria GR.

Stefanie Loosli gewann den Nachwuchspreis für ihr Gästebindungs-Programm bei den Private Selection Hotels. Im Rahmen ihres Betriebsökonomie-Studiums hatte sie ihre Diplomarbeit der Entwicklung eines wirksamen Bonus-Punkteprogramms gewidmet, das ohne Aufwand in die bestehenden Systeme der Hotels integriert werden konnte.

Google Anzeigen

Diplomatenpass & Konsulat
Beratung durch namhafte Kanzlei mit offiziellem Regierungsauftrag.
www.pfeiffer-klestil.com

VOLKSTIPP



Gut gespielt und trotzdem verloren

WETTER / WETTERSHOW

Heute
5 | 6
Wind 0

Morgen
5 | 8
Wind 0

FOTOALBUM

FBP-Frauen

Im Alten Riet 123
FL – 9494 Schaan
Tel. +423 237 46 00
Fax +423 237 4601

bodycote@bodycote.li
www.bodycote.li