

THERESA VAN DEN BERGH, LEITERIN MICE BEI GSTAAD SAANENLAND TOURISMUS, IM INTERVIEW

«Wir stellen uns die Frage, wo wir die Wertschöpfung erhöhen können»

In zehn Tagen wird Gstaad zum neuen Branchentreffpunkt rund um das Thema Wandern – Lieblingssport der Schweizerinnen und Schweizer. Zusammen mit dem Verband Schweizer Wanderwege als Kompetenzpartner führt Gstaad Saanenland Tourismus am 22. und 23. August den ersten Schweizer Wandergipfel durch: eine Fachveranstaltung für Trends, Angebote und Entwicklungen zum Thema Wandern. Organisatorin Theresa van den Bergh – selbst aus dem Wanderland Bayern – hat es geschafft, dass Verwaltungsräte und CEOs anderer Destinationen unter anderem wegen der professionellen Referenten an den ersten Wandergipfel reisen.

BLANCA BURRI

Theresa van den Bergh, Sie sind die strategische Leiterin des ersten Wandergipfels in Gstaad. Welchen Bezug haben Sie persönlich zum Wandern?

Aufgewachsen im beschaulichen Oberbayern hat mich das Thema Wandern bereits als Kind begleitet. Wir waren mit der Familie regelmässig beim Wandern. Und das Interesse am Wandern hält bis heute an. Als ich vor vier Jahren berufsbedingt in die Schweiz kam, war die Freude natürlich gross, dass meine neue Heimat in einer Berg- und Wanderdestination war. Selbstverständlich habe ich in Gstaad schon einige Wanderungen unternommen und bin Fan von dieser vielseitigen Landschaft. Umso mehr freut es mich, dass ich einen Anlass zu einem Thema, das mir liegt, ausrichten darf.

Der Wanderer der Nation, Nik Hartmann, moderiert den Anlass, namhafte Referenten treten auf. Nach welchen Kriterien haben Sie ausgewählt?

Sicherlich war einer der ausschlaggebenden Punkte, dass die Moderatoren und Referenten Spezialisten auf dem Gebiet des Wanderns sind. Ein weiterer Punkt war der Bekanntheitsgrad. Wir wollten dadurch das Interesse der potenziellen Teilnehmenden steigern.

Wer ist die Zielgruppe des Wandergipfels? Die Zielgruppe setzt sich neben den

Tourismusakteuren aus den Akteuren von Landschaft, Natur und Infrastruktur zusammen. Mit mittlerweile knapp 80 Teilnehmern haben wir unser Ziel erreicht, wenn nicht gar übertroffen. Ende August reist beispielsweise Madein-Bern-Verwaltungsratspräsident Patrick Scherrer an. Oder Wolfgang Gleirscher, CEO von Outdoor Active Switzerland, Bruno Hirschi, Geschäftsleitungsmitglied der Stiftung Schweiz Mobil, oder Geschäftsführer Guido Buob von Appenzellerland Tourismus. Aber auch Vertreter:innen von vielen kantonalen Wanderwegorganisationen.

In welcher Kadenz soll der Wandergipfel stattfinden?

Der Anlass wird physisch alle zwei Jahre in Gstaad stattfinden. Zwischen den beiden Jahren wird ein sogenannter «Digitaler Mini-Gipfel» stattfinden, in dem hauptsächlich über die Entwicklung gemeinsamer Projekte und aktuelle Trends diskutiert wird.

Gstaad hätte sich still und heimlich zum professionellsten Wandermecca der Schweiz entwickeln können. Sie schaffen aber eine «Kompetenzplattform, die das Wandern interdisziplinär erleben, verstehen und mitgestalten lässt sowie konkrete Projekte begleitet». Was war die Motivation?

Mit dem Schweizer Wandergipfel als Teil der Kompetenzplattform Wandern wollen wir dem Megatrend Wandern eine Bühne bieten. Eine Plattform, auf der destinationsübergreifend gemeinsame Projekte realisiert werden sollen. Hier setzen wir den Schwerpunkt auf vier Projekte, die wir mit den Destinationskollegen diskutieren und realisieren wollen. Ein Projekt entstand bei den Schweizer Wanderwegen, ein zweites bei Appenzellerland Tourismus, ein drittes bei der Aletsch-Arena und eines bei uns.

Worum geht es in Ihrem Projekt?

Gstaad Saanenland Tourismus ist immer bestrebt, Tourismusangebote zu schaffen, die sehr nahe mit der Region verbunden sind. Gleichzeitig sollen die-



Die strategische Leiterin des ersten Wandergipfels, Theresa van den Bergh, ist selbst eine passionierte Wanderin.

FOTO: JOCELYNE PAGE

se Wanderprodukte entlang der sogenannten Customer Journey liegen. Wir möchten bei unserem bereits sehr etablierten bestehenden Angebot «Fondue- und Gstaad» aufzeigen, wie wir das Angebot entwickelt haben und danach herausfinden, wo es hinsichtlich des Gästeerlebnisses Verbesserungspotenzial gibt. Wir stellen uns die Frage, wo wir die Wertschöpfung erhöhen können und wo wir die Leistungsträger noch mehr in das Angebot einbinden können.

Wandern ist der Schweizer Nationalsport Nummer eins. Jeder kann wandern und tut es auch gerne. Weshalb braucht es dazu einen Wandergipfel?

Stimmt. Jeder tut es und jeder kann es. Wandern ist ein Megatrend und wurde vor allem durch die Pandemie eher noch verstärkt. Wir und die Teilnehmenden des Wandergipfels befassen uns detailliert mit dem Megatrend, beleuchten und diskutieren dabei seine Chancen, Herausforderungen und Entwicklungsmöglichkeiten.

Möchten Sie beispielsweise analog zu Skitestagen vielleicht Wanderschuhfesttage durchführen?

(Lacht.) Nein, nicht ganz. Wir möchten herausfinden, wie wir Gäste an uns binden können. Uns bringen Gäste wenig, die beispielsweise am Morgen anreisen, die Wege gratis nutzen, aus dem Rucksack konsumieren, was sie mitgebracht haben, und am Abend wieder nach Hause fahren. Wir möchten also Möglichkeiten schaffen, dass sie bei uns einkaufen, einen Stopp im Restaurant oder auf der Alp einlegen und vielleicht sogar übernachten. Eine solche Chance bieten beispielsweise die Inszenierungen der Bergstationen. Wenn die Gäste etwas zu sehen und zu tun haben, wenn es ihnen gefällt, dann nehmen sie Platz und generieren im besten Fall Wertschöpfung.

Wie hoch ist Ihr Budget und wie wird es finanziert?

Der erste Schweizer Wandergipfel wird durch Sponsorengelder, die Teilnahmegebühren und Unterstützungsbeiträge der Gemeinden finanziert. Ein grosses Dankeschön an dieser Stelle, denn ohne die Unterstützung der öffentlichen Stellen und diverser Partner wäre der Anlass so nicht durchführbar. Die Organisationsstruktur setzt sich aus verschiedenen Stabstellen zusammen: aus dem Kompetenzpartner, dem Verband Schweizer Wanderwege, der uns in der Konzeption und der Erarbeitung des gesamten Anlasses und in der Kommunikation unterstützt. Und aus dem GST mit mir als leitende Funktion, die sich um die gesamte Organisation, Kommunikation und Konzeption des Anlasses kümmert.

Was ich noch sagen wollte ...

Der Wandergipfel ist viel mehr als nur ein Anlass. Er bildet die Grundlage für die Kompetenzplattform Wandern, die über die Destinationsgrenzen hinaus Informationen vermittelt sowie Projekte lanciert, umsetzt und evaluiert. Wir freuen uns auf den Wandergipfel und viele gemeinsame Projekte, die touristische Grenzen «sprengen».

www.wandergipfel.ch

Im Gleichgewicht zwischen Stilisierung und Realismus

GSTAAD Nostalgische Tourismusplakate und Postkarten sind schon immer gut angekommen. Trotzdem oder gerade deswegen braucht es eine Neuauflage – und die kann sich sehen lassen.

KEREM S. MAURER

Man kennt sie und man liebt sie: Die illustrierten Tourismusplakate und Postkarten des Saanenlandes, wie sie mit viel Liebe zur Region im 20. Jahrhundert gedruckt wurden. Genau, im 20. Jahrhundert. Eine Neuauflage sei dringend nötig, fand Frank Müller, CEO von Müller Medien AG, in Gstaad. Doch wie sollen die neuen Plakate daher kom-



Zwei der fünf Sujets der neuen Posterserie von Pierre Abraham Rochat.



FOTOS: ZVG

men, damit sie den Charme vergangener Zeiten in die Gegenwart transferieren, ohne an Glanz zu verlieren? Und wie kann man «Id Ruch vor Natur» auf einem Plakat ausdrücken, ohne dass es langweilig wirkt? Und wie setzt man Landschaft so in Szene, dass die Betrachtenden berührt werden? Frank Müller machte sich auf die Suche nach Antworten und entdeckte dabei den Lausanner Künstler Pierre Abraham Rochat.

Fenster zu einem Ort oder Moment

Entstanden sind vorerst sechs Sujets aus Schönried, Gsteig, Saanen, vom

sich Zeit nimmt, und die Plakate auf sich einwirken lässt, kann tatsächlich den Hauch vergangener Tage spüren, erkennt aber dank der modernen Machart die Widerspiegelung der Gegenwart. Ein gelungenes Spannungsfeld aus Strichen, Farben und Formen. Auch wenn man die Ruhe, welche die Plakate ausstrahlen, selbst im Saanenland mittlerweile suchen muss – zumindest in der Hochsaison. «Ich zeichne sehr gerne, was ich sehe, und stelle die Landschaft realistisch dar, um ein Fenster zu einem Ort und einem Moment zu schaffen, die mich berührt haben», erklärt der Künstler.

Weder Kühe noch Geissen

Die abgebildeten Landschaften und Dörfer kommen reduziert daher, zurückgeführt auf das Wesentliche. Wasser, Berge, Bäume, dazwischen Häuser, ein Zaun und ein Mensch in einem Boot, eine Kirche. Keine Kühe, keine Geissen. «Da ich in der Kunst mit Strichzeichnungen begonnen habe, suche ich gerne nach der effektivsten Linie oder Kurve, um einen Berg darzustellen, und spiele mit grafischen Formen, damit ein Element sowohl als Thema als auch durch seine Form interessant ist», sagt Rochat. Auch gehe es darum, ein Gleichgewicht zwischen Stilisierung und Realismus zu finden. Und er outet sich als grosser Fan von Plakaten aus der damaligen Zeit und den genialen Illustratoren, die sie entworfen haben.

«Magische Region»

Auf seine Beziehung zum Saanenland angesprochen, gerät Pierre Abraham Rochat, der hierzulande im Sommer gerne wandert, ins Schwärmen: «Das Pays-d'Enhaut und das Saanenland erschienen mir schon immer als magische Regionen. Ich komme mit dem Zug via Montreux, und sobald man den Tunnel unter dem Col de Jaman durchfährt, gelangt man in eine Region, die scheinbar von der Hektik der Ebene verschont geblieben ist.» Dass er für diese Region eine Plakatserie gestalten durfte, stelle für ihn eine grosse Ehre dar. «Die Gestaltung der Plakate war ein Vergnügen, aber auch viel Arbeit», erzählt er. Er habe zahlreiche verschiedene Skizzen von diversen Standorten und Jahreszeiten angefertigt, aus denen sich letztlich jene herauskristallisiert haben, die zu Plakaten wurden. Nun freue er sich darauf, zu sehen, wie seine Bilder wahrgenommen werden und welchen Weg sie gehen.

AB 12. AUGUST IM HANDEL

Die Neuauflage von Tourismusplakaten und Postkarten des Künstlers Pierre Abraham Rochat kommt ab dem 12. August in den Handel.

Angeboten werden sie in Gstaad bei Müller Medien und Cadenau, in Saanen bei Au Foyer und Librairie des Alpes sowie bei Gstaad Saanenland Tourismus.



Pierre Abraham Rochat, freischaffender Illustrator aus der Gegend von Lausanne.