



LEICA. DAS WESENTLICHE.

Bernhard Spöttel mit der Leica SL2-S

LEICA SL2-S

Zwei Welten. Eine Entscheidung.

Die neue, schnelle Leica SL2-S knüpft an den Erfolg der SL2 an und bietet Fotografen wie Videografen den legendären Leica Look in kompromissloser Qualität. Durch die Kombination eines neuen 24MP CMOS-BSI-Sensor, dem neuesten Maestro III-Prozessor und zwei separaten Aufnahmemodi für Foto und Video eröffnet die SL2-S ein unvergleichliches, intuitives Hybrid-Fotografie-Erlebnis und das Beste aus zwei Welten. Mit ihrem robusten und in Deutschland gefertigten Gehäuse aus Metall, ihrer überlegenen Abbildungsleistung auch bei schlechten Lichtverhältnissen mit bis zu 100.000 ISO, 4K und Cine4K mit integrierter LUT, endlosen Aufnahmen ohne Überhitzung und zuverlässigem IP54 Wetterschutz, liefert die neue Leica SL2-S selbst in den schwierigsten Situationen herausragende Bilder. Verpassen Sie keinen entscheidenden Moment mehr und profitieren Sie von einer zukunftssicheren Investition dank des umfangreichen Objektivportfolios, kontinuierlicher Firmware-Updates und der vollständigen Integration von Capture One.

Finden Sie mehr Inspiration auf sl2-s.leica-camera.com



Ausgabe 1 | 2022
HOME &
GESCHICHTE DES KÜHLSCHRANKS | SCHREIBGERÄTE | INTERVIEWS | NACHHALTIGE GENÜSSE | INSELWELTEN

HOME & LIFESTYLE



COOLE TRADITION

INDUSTRIEIKONEN
BRÜCKENBAUER
HOHENLUFT
FLUGBAHNEN
INSELWELTEN



SIBIR



SIBIRGroup

www.sibir.ch

KUONI

EST. 1906

ENGAGIERT FÜR EINE NACHHALTIGE ZUKUNFT

Das Schöne am Reisen? Dieses Eintauchen in eine andere Welt: Reisen verbindet Kulturen, erweitert den Blick, macht die Vielfalt der Erde erlebbar – das ist die Leidenschaft von Kuoni. Das Schwierige am Reisen? Die Belastungen für Umwelt, Mensch und Tier – das ist die Verantwortung von Kuoni.



ENTDECKEN SIE UNSEREN NACHHALTIGKEITS-MAGALOG UND ERFAHREN SIE MEHR!

- ▶ Einsicht und Ausblick in nachhaltigen und zukunftsfähigen Tourismus
- ▶ Engagements von Kuoni, Kuoni Specialists und ausgewählten Partnern
- ▶ Zusammenarbeit bei Projekten mit unseren Partnern rund um die Welt
- ▶ Breites Themenspektrum von Aus- und Weiterbildung, lokaler Küche und Wertschöpfung, Meeres- und Klimaschutz
- ▶ Tipps und Inspiration für Ihre Reise

Für Ihre nächste Reise
schenken wir Ihnen einen
Gutschein im Wert von:

CHF 150.-

* Der Gutschein gilt ausschliesslich für Neubuchungen von Pauschalreisen (Flug plus Landleistung) der DER Touristik Suisse AG (inkl. Kuoni Specialists) bis 4.11.22 bei allen Kuoni Reisen und rewi reisen Filialen sowie online auf kuoni.ch. Mindest-Dossierwert CHF 2000.-, Max. 1 Gutschein pro Buchung einlösbar. Nicht kombinierbar oder kumulierbar. Keine Barauszahlung möglich. Gutscheincode: M3250522

editorial

Simone Leitner
Chefredaktorin



Wo sich **Wirtschaft, Tradition, Innovation, Kirche** und **Genuss** treffen

Kennen Sie Schweizer Produkte oder Unternehmen, denen sie bereits als Kind begegnet sind? Und solche, die Sie erst kürzlich wahrgenommen haben? Wie stark, ideenreich und konkurrenzfähig die Schweizer Wirtschaft ist, zeigen unterschiedliche Indikatoren: Die traditionsreichen Unternehmen, die seit Jahrzehnten eine Schweizer Marke prägen oder Startups, die innert kurzer Zeit durch die Decke gehen. Eine Schweiz voller Kraft und Leidenschaft. Wir haben in dieser Ausgabe Produkte porträtiert, die bekannt und unbekannt sind. Die bunt, eiskalt und hilfreich sind. Die Palette an Stories, die wir in diesem Magazin erzählen, sind überraschend. Oder wussten Sie, dass der erste «Volkskühlschrank» in den 1940-Jahren von einem Schweizer Trotzkiten erfunden wurde? Dass jahrelang ein Ölofen aus Schlieren die Wartesäle der SBB wärmte? Und dass Schweizer Schreibgeräte zu den Exklusivsten der Welt zählen? In jedem dieser Produkte stecken viel Unternehmergeist, Mut und Geld.

Die Pandemie und der Krieg in der Ukraine stellen die Wirtschaft und die Gesellschaft vor grosse Herausforderungen. Dass die Schweizer Wirtschaft mit ihren traditionsreichen Unternehmen und smarten Startups auch in Zukunft gut funktionieren kann, ist Akzeptanz von Seiten

der Gesellschaft äusserst wichtig. Der offene Diskurs schlägt Brücken. Mit der Frage, ob ein Graben zwischen Wirtschaft und Gesellschaft existiert oder ein mögliches Auseinanderdriften vor allem von den Medien kolportiert wird, haben sich drei Persönlichkeiten in einem spannenden Gespräch auseinandergesetzt. Lesen Sie, was der Bischof vom Bistum Basel, der Präsident des Schweizerischen Gewerbeverbandes und der Präsident von Travail.Suisse dazu sagen.

Natürlich sind wir alle auch Geniesserinnen und Geniesser. Und zwar nicht irgendwelche, sondern bewusste. Wir sind Konsumenten, die auf faire Produktion achten. Welche biologischen Lebensmittel, nachhaltigen Tourismusangebote und aussergewöhnliche Reisedestinationen derzeit besonders angesagt, besuchenswert oder genussreich sind, lesen Sie in diesem Magazin. Und auch, wo eine schöne Aussicht geboten und Luxus einfach genial interpretiert wird.

Viel Spass beim Lesen, beim Gewinnen der Wettbewerbspreise und beim Erkunden unserer Reisetipps. Natürlich auch gerne mit einem Glas Wein von den Weingütern Donnafugata. Welcher Wein? Erfahren Sie mehr über diese sizilianischen Weinikonen in dieser Ausgabe.

Die Magie liegt im Detail

Für uns zeigt sich Exzellenz in der Reduktion auf das Wesentliche,
in der Langlebigkeit von zeitlosem Design und im schonenden Umgang
mit natürlichen Ressourcen. Dafür perfektionieren wir jedes Detail.
Mehr zur Excellence Line auf [vzug.com](https://www.vzug.com)





Schweizer Perfektion für zuhause

INHALT

14 Buntstifte

18 Lebensretter

22 Kalter Ofen

24 Interviews

34 NeuKurzNachhaltig

44 Schokoladenseite

46 Alpkäse

54 Neue Hotelikone

60 Donnafugata

64 Zypern

72 Lošinj

82 Impressum

42

Mit regionalen
Ingredienzen gefüllt



Wettbewerbe

51 | 53 | 59 | 75



8

Eiskalte
Revolution



28

Bischof
Felix Gmür



36

Fahrt über
die Alpen



48

Entspannt Golfen



66

Istrien für
Fortgeschrittene



78

Mitten im
Atlantik

Cooler Revolution

Vom Volkskühlschrank zum Designobjekt. Wie der Kühlschrank in der Schweiz eine steile Karriere machte und wie der revolutionäre Unternehmer Hans Stierlin den «SIBIR» erfand. Die Erfolgsgeschichte eines Küchengeräts für «jedermann» und die einer starken Überzeugung.

TEXT SIMONE LEITNER

FOTOS TIM X. FISCHER

Heute muss ein Kühlschrank viel mehr können, als nur Lebensmittel frischhalten. Designansprüche sind genauso wichtig wie Energieeffizienz und smarte Funktionen. Längst ist der Kühlschrank schlicht und einfach zum Lifestyle-Objekt avanciert. Ein gutes Beispiel ist der Weinkühler, der heute als Statussymbol in der Küche Aufsehen erregt. Die Geschichte des coolen Küchenhelfers in der Schweiz ist lang, revolutionär und aussergewöhnlich spannend.

Ein Blick in die 40er-Jahre, Schauplatz Schweiz. «Ein Kühlschrank für jedermann» war die Vision des ungewöhnlichen Schweizer

Unternehmers Hans Stierlin. Damals erachteten die meisten Menschen dieses Szenario als unwahrscheinlich, war das Kühlgerät doch ein unerschwingliches Luxusprodukt. Doch schon einige Jahre später wurde die Vision in der Schweiz Realität. 1950 besaßen 10,5 Prozent und 1965 bereits 81 Prozent aller Haushalte einen Kühlschrank. Doch nicht genug der Anerkennung: Seit 1974 gehört der Kühlschrank in der Schweiz zum Existenzminimum und darf im Fall eines Privatkonkurses nicht gepfändet werden. Der Kühlschrank wurde, wie eine Beobachter-Studie aus den 50er- und 60er-Jahren

zeigt, zu einem Indikator des Wohlstandes in einer Zeit, als die Konsumgewohnheiten und der Lebensstandard der einfachen Bevölkerung vermehrt auf öffentliches Interesse stiess. Innerhalb weniger Jahre also wurde der Kühlschrank in der Schweiz vom Luxus- zum Alltagsgut. Während gut 40 Jahren war «SIBIR» gleichgesetzt mit lautlosen Kühlgeräten in Schweizer Haushalten. Diese «eiskalte Revolution» im Haushalt fand in allen westeuropäischen Staaten zur gleichen Zeit statt, was dazu führte, dass der Kühlschrank in der Geschichtsschreibung zu einer Art Symbol der Nachkriegszeit



Die historischen Kühlschränke wurden im «Museum» der SIBIRGroup fotografiert.



INDUSTRIEIKONE



wurde. Er galt als Inbegriff der «goldenen Jahre», des wirtschaftlichen Aufschwungs zwischen Ende des Zweiten Weltkrieges und der Wirtschaftskrise 1975.

Aber zurück zum Schweizer Unternehmer Hans Stierlin – dem Gründer und langjährigen Geschäftsführer der grossen Kühltankfirma Sibir: Der Maschineningenieur ETH war ein trotzkistischer Unternehmer, führte die 40-Stunden-Woche ein und beteiligte seine Belegschaft am Gewinn. Einheitslohn war für den Unternehmer selbstverständlich. Hans Stierlin führte ein Unternehmen, das zu den schweizweit ersten gehörte, die auf Massenproduktion und Fließbandarbeit nach fordistischem Vorbild arbeiteten und generierte so jährlich Millionen von Franken – gleich-

zeitig vertrat er aber antikapitalistische Positionen. «Er musste als Unternehmer nicht nur den Regeln des kapitalistischen Marktes folgen, sondern reproduzierte diese – doch eigentlich befürwortete der engagierte Trotzkist die Planwirtschaft», schreibt Nicolas Hermann 2019 in seiner Masterarbeit für die philosophische Fakultät der Uni Zürich. In einem Interview des Schweizer Fernsehens wurde Hans Stierlin 1993 gefragt, ob er denn Kommunist sei? «Wenn die Leute der Ansicht sind, dass anständige Löhne und anständige Arbeitsbedingungen Kommunismus sind, ja dann bin ich halt ein Kommunist.»

Hans Stierlin hatte eine klare Ideologie, eine tiefe Vision und viel unternehmerisches Geschick. Wie erwähnt, «Ein Kühltank

für jedermann!» lautete in den späten 40er-Jahren die Mission des Jungunternehmers und war sogleich der Werbeslogan der von ihm gegründeten Kühltankapparate GmbH. Stierlin optimierte als junger Mann das sogenannte Absorptionsverfahren und entwickelte unter dem Namen SIBIR einen kleinen, herstellungsgünstigen Kühltank, der mit 295 Franken in den 50er-Jahren nur halb so viel kostete, wie die günstigsten auf dem Markt. Der SIBIR Kühltank war zudem auch deutlich grösser als die Konkurrenzprodukte. Schon wenige Jahre nach der Firmengründung im Jahr 1944 stiess dieser kleine «Volkskühltank» mit 40 Litern Fassungsvermögen auf grosse Nachfrage. SIBIR produziert in den frühen 50er-Jahren neue, immer grössere Kühltank-Modelle und war in



den 60ern führend im Schweizer Kühlschrankschrankmarkt. Durch die Innovation eines qualitativ hochwertigen, aber günstigen Kühlschranks trug Hans Stierlin mit Sitz in Schlieren zum Aufstieg des Kühlschranks in der Schweiz und auch im Ausland bei. «Zwischen 1950 und 1980 verkaufte die Firma total rund 1,4 Millionen Kühlschränke, davon wurde etwa ein Drittel ins Ausland exportiert», hält Nicolas Hermann in seiner Publikation fest. Dazu kamen unzählige Geräte, welche ausländische Lizenzträgerinnen oder Schwesterfirmen in Grossbritannien, Deutschland und Belgien verkauften. Die Marke SIBIR war in der Schweiz so bekannt, dass sie gar als Synonym für das Wort «Kühlschrank» verwendet wurde. Auch das SIBIR-Marketing in den 60er Jahren sorgte für Aufsehen. Der

Werbefilm «Das gewürfelte Tuch» aus dem Jahr 1957 wartete mit Starbesetzung auf.

Stephanie Glaser spielt die Hausfrau, Frau Meier, die einen SIBIR-Service-Mann zu sich bestellt, weil ihr neuer SIBIR-Kühlschrank angeblich kaputt sei. Aufgebracht beschwert sie sich über Sibir und sagt: «Hätti doch dä Jamerchaschte nie kouft». Der Mann zündet sich im Film genüsslich eine Zigarette an, nimmt ein gewürfeltes Tuch vom Kühlschrank und verkündet: «Scho gflickt!». Er erklärt der verdutzten Frau, dass der Kühlschrank Luft brauche, um zu kühlen und dies das Tuch auf dem Gerät verunmöglicht. Aber der Werbespot ist hier noch nicht zu Ende: Der Service-Mann beschliesst nun, die Hausfrau für ihre kritische Äusserung über Sibir zu bestrafen und zaubert

den Kühlschrank zurück in die Fabrik, wo der Apparat durch rückwärtslaufende Maschinen wieder in seine Einzelteile zerlegt wird. Dieser Prozess wird begleitet von demütigen Zwischenrufen der Frau: «Höret uf, i mues mi Sibir wieder ha», «I nimme aus zrüg, aber setzet mer dä Apparat wieder zäme». Der Mann akzeptiert schlussendlich die Entschuldigung und lässt den Kühlschrank wieder zusammensetzen – und zwar «Volldampf» – weil die Frau gerade auf die Uhr geschaut und schockiert festgestellt hat, dass ihr Mann in wenigen Minuten nach Hause kommt. Mit der glücklichen Rückkehr der Frau in die Küche und einem wieder funktionstüchtigen Kühlschrank endet der Film. Aber nicht die Geschichte des Kühlschranks und die von SIBIR.

INDUSTRIEIKONE

**Walter Gutknecht,
Leiter Einkauf
und Logistik
der SIBIRGroup.**



Einer, der den Firmengründer Hans Stierlin noch kannte und unter seiner Führung arbeitete, ist Walter Gutknecht. Damals als Servicetechniker bei der SIBIR angestellt, ist er heute Geschäftsleitungsmitglied der SIBIRGroup und Leiter Einkauf und Logistik. Walter Gutknecht erinnert sich gut an den Patron Stierlin, den er 1982 kennenlernte.

Sie haben noch mit dem legendären Unternehmer und Erfinder des «SIBIR» Hans Stierlin zusammengearbeitet. Was war er für ein Mensch? Und wie war er als Vorgesetzter?

Als Techniker hatte ich damals keinen direkten Kontakt zu Hans Stierlin. «Gespürt» im Unternehmen hat man ihn aber auf jeden Fall. Sein Führungsstil war sehr speziell. Jeder Entscheid – und war er noch so unwichtig – musste bei ihm über den Tisch gehen. Hans Stierlin war zweifelsfrei sehr sozial agierend: Als überzeugter Trotzkist hat er Lohngleichheit für alle SIBIR-Angestellten eingeführt, als erster Unternehmer der Schweiz die 40 Stunden-Woche in

der Industrie etabliert sowie Umsatzbeteiligungen und andere Boni ausbezahlt. Hans Stierlin hat immer betont, dass er niemanden kündigen werde und alle eine zweite Chance verdient hätten. Regelmässig wurden Geschäftsanlässe in Schlieren mit bis zu 500 Leuten durchgeführt. Dort ist Hans Stierlin jeweils unverkennbar als Patron aufgetreten.

Haben Sie noch Mitarbeitende gekannt, die diese ungewöhnliche Lohnstruktur (Einheitslohn) erlebten?

Als ich angefangen habe, konnte dies aus betriebswirtschaftlichen Gründen nicht mehr aufrechterhalten werden. Die älteren Kolleginnen und Kollegen damals, die hatten das aber selbstverständlich noch so erlebt.

Wann hat sich der SIBIR-Kühlschrank in Ihren Augen am signifikantesten weiterentwickelt?

Ab dem Jahr 1970 haben wir selber grosse, moderne und geräuschlose Einbaukühlschränke produziert. Das war eine einschneidende Ver-

änderung gegenüber den vorherigen Modellen. Als dann die Eigenproduktion aufgegeben werden musste, waren die von Forster produzierten und unter dem Label SIBIR verkauften Kompressorkühlschränke eine nächste, wichtige Entwicklungsstufe.

Heute muss der Kühlschrank vieles können – und gut aussehen. Zudem ist die Konkurrenz riesig. Wie schwierig ist es heute, die richtigen Produkte einzukaufen?

Im Bereich der Einbau-Kühlschränke ist das Angebot überblickbar – sei es an Produzenten und Varianten. Unsere Geräte basieren auf den Produkten unserer Muttergesellschaft V-ZUG, die qualitativ hervorragend sind. Was freistehende Geräte angeht, gibt es weltweit unzählig viele Anbieter. Da zählen bei der Auswahl Faktoren wie Angebot, Qualität, Preis, Produktionsstandort, Referenzen, Kommunikation oder auch technische Unterstützung. Alles muss bewertet und getestet werden. Nur so sind die Entscheidun-

gen für den Einkauf nachhaltig und erfolgreich.

Früher waren die Kundinnen und Kunden berechenbar und die Konkurrenz überschaubar.

Wie sieht es heute aus?

Das ist heute noch so. Wenn man sich intensiv mit der Kundschaft und den Mitbewerbern auseinandersetzt, ist der Schweizer Markt überschaubar. Insbesondere dank Internet und den Onlineplattformen haben wir eine grosse Transparenz. Kommt dazu, dass sich die Akteure in der Branche gut kennen.

Wie lange war die Lebensdauer der Kühlschränke in den 60er-Jahren und heute?

In den 60er Jahren beispielsweise waren es noch bis zu 30 Jahre. Heute sind es 10 bis 15 Jahre.

Wie denken Sie, sieht ein Kühlschrank in 20 Jahren aus?

Da der Kühlschrank sich in den letzten 20 Jahren nicht grundlegend verändert hat, wird das meiner Meinung nach auch in den nächsten 20 Jahren nicht der Fall sein. Es wird weiterhin Verbesserungen geben: Zum Beispiel beim Stromverbrauch, die Kompressoren werden noch leiser laufen oder die Gefrierfächer werden alle mit «Nofrost»-Technologie ausgestattet sein. Wahrscheinlich wird man auch mit dem Kühlschrank kommunizieren können. Sei es für das Öffnen oder Schliessen der Türe oder der Anzeige von nachzubestellenden Waren. Vielleicht werden Türen transparent, wenn man sich den Inhalt anschauen will oder Kühlung und Energieverbrauch passen sich dem Kühlgut an. Wie auch immer: Es wird ein Gehäuse sein, das dank Kühltechnologie dafür sorgt, dass unsere Lebensmittel möglichst lange haltbar bleiben.

www.sibir.ch



Traditionell bunt

Sei es mit einem Kugelschreiber, einer Feder oder einem Minenhalter: Carole Hübscher, Verwaltungsrats-Präsidentin und CEO von Caran d’Ache, schreibt jeden Tag von Hand. Und das Familienunternehmen schreibt seit über 100 Jahren Geschichte.

INTERVIEW SIMONE LEITNER

Wer die Manufaktur von Caran d’Ache in Genf betritt, ist unverzüglich in eine Welt voller intensiver Farben und die Kindheit versetzt. Diese schönen und bunte Stifte, die fein säuberlich geordnet in der unverkennbaren Blechschachtel von Caran d’Ache lagen und auf das nächste bunte Abenteuer warteten, sind überall präsent. Die Tradition ist alt, die Farbstifte gehen mit der Zeit. Seit mehr als 100 Jahren verkörpert das Maison Caran d’Ache die Kunst des Zeichnens und Schreibens. Als Aushängeschild der Schweizer Manufaktur entwickelt und fertigt das Unternehmen sämtliche Produkte in seinen Genfer Ateliers. Die Zeichen- und Schreibgeräte von Caran d’Ache sind weltweit für ihre Qualität, für ihr Design und für

die Nachhaltigkeit bekannt. Als umweltbewusstes Unternehmen legt Caran d’Ache seinen Fokus auf eine nachhaltige Entwicklung und die Achtung von Mensch und Natur. Das Genfer Traditionshaus setzt bei der Fertigung auf ökologische Performance: Solarenergie, FSC- oder HSH-zertifiziertes Holz und Abfallverwertung stehen für die Umweltfreundlichkeit des Unternehmens.

In der alten Manufaktur herrscht ein freundliches Klima. Farbpigmente werden verarbeitet, Farbstifte geschnitten, wertvolle Schreibinstrumente poliert. In den Kollektionen Varius, Léman, Ecridor und 1010 spiegeln sich die Talente der Guillochierkünstler, der Lackierer und Polierer wider. Edelmetalle, Holz, Edelsteine, Keramik, Chinalack – Materialien, aus denen Kultobjekte werden. Caran d’Ache ist eine der wenigen Manufakturen in Europa, die

die antike Kunst des Chinalacks beherrscht. Viele Jahre an Forschung und Entwicklung waren nötig, bis das Wissen für die Herstellung auf die kostbarsten Schreibinstrumente angewendet werden konnte. Ob in seiner natürlichen Form, blau, schwarz oder rot koloriert – der Chinalack braucht viele arbeitsintensive Schritte. Umso mehr werden die mit Chinalack veredelten Produkte in der ganzen Welt geschätzt und sind bekannt für ihre Beständigkeit, ihren Glanz und die spürbare Exklusivität. Im Laufe der Jahre hat Caran d’Ache mit zahlreichen international bekannten Designern und Künstlern zusammengearbeitet. Dazu zählen Sir Paul Smith, Mario Botta und India Mahdavi. Sie alle haben limitierte Schreibgeräte-Kollektionen für Caran d’Ache entworfen.

Caran d’Ache ist heute in zahlreichen Ländern online vertreten und hat 10 ei-

CARAN D'ACHE
SWISS MADE

CARAN D'ACHE
SWISS MADE



INDUSTRIEIKONE

gene Boutiquen in der Schweiz und weltweit. Das Maison Caran d'Ache ist stolz auf seinen Status als Familienunternehmen und beschäftigt heute rund 300 Mitarbeitende. Heute wird das Unternehmen von Carole Hübscher in vierter Generation geleitet. Ihre Familie hatte das Unternehmen seit den 1930er Jahren massgeblich entwickelt und geprägt. Carole Hübscher wurde 2012 zur Verwaltungsrats-Präsidentin von Caran d'Ache nominiert und übernahm das Präsidium von ihrem Vater. Zuvor war sie seit 2002 Mitglied im Verwaltungsrat und ist seit 2021 CEO des Unternehmens. Sie ist überzeugt, dass von Hand schreiben heute wichtiger sei denn je.

Zur Person

Mit einem Abschluss eines PMD-Programms an der Harvard Business School und Erwerb eines Diploms der Hotelfachschule von Genf, hatte Carole Hübscher von 1991 bis 1997 mehrere Positionen im Bereich Vertrieb und Marketing bei einem amerikanischen Vertriebspartner von Caran d'Ache in New York inne, bevor sie 1997 die Abteilung für internationale Verkäufe von Caran d'Ache in Genf übernahm. Ab 2000 war sie als International Marketing Manager bei der Swatch Group für die Marke Calvin Klein tätig, bevor sie 2003 Partnerin der Firma Brandstorm wird, die in der Markenarchitektur für Premium- und Luxusmarken aktiv ist. 2012 wurde Carole Hübscher zur Verwaltungsratspräsidentin von Caran d'Ache nominiert und übernahm das Präsidium von ihrem Vater. Zuvor war sie seit 2002 Mitglied im Verwaltungsrat und ist seit 2021 CEO des Unternehmens. Sie ist verheiratet und hat drei Kinder.

homeLIFESTYLE Carole Hübscher, schreiben Sie täglich von Hand und was bedeutet Ihnen diese Handbewegung?

Carole Hübscher Ja, jeden Tag. Sei es mit einem Kugelschreiber, einer Feder oder einem Minenhalter – mein Schreibinstrument ist mein Arbeitswerkzeug, mein «tägliches Begleiter».

Von Hand zu schreiben ist eine wichtige und anregende kognitive Tätigkeit – auch und vor allem in einer digitalisierten Welt. Tragen die Schreibgeräte von Caran d'Ache heute zum Erhalt dieser Tradition bei?

Ja, mehr als je zuvor. Die Handschrift ist für die Entwicklung der Motorik, des Lernens und des Lesens bei Kindern essenziell. Es handelt sich um eine Aktivität, die die Neuronen zum Funktionieren bringt, eine Gehirngymnastik, die dazu beiträgt, Wohlbefinden und in einigen Fällen sogar eine echte therapeutische Unterstützung zu bringen, zum Beispiel durch kunsttherapeutische Aktivitäten. Im Allgemeinen wird alles, was mit der Entwicklung von Kreativität zu tun hat, immer wichtiger, denn in Zukunft wird es das sein, was uns von den Robotern unterscheidet, da diese Fähigkeit von einer Maschine kaum imitiert werden kann.

Ist es Ihrer Meinung nach wieder Mode, von Hand schreiben?

Ich würde nicht von Mode sprechen, denn die Menschen benutzen dieses Kommunikationsmittel seit Jahrhunderten. Die Handschrift ist eine Möglichkeit, sich in einer zunehmend standardisierten Welt hervorzuheben und seine Persönlichkeit auszudrücken. Was könnte schliesslich persönlicher sein als eine Unterschrift?

Oder ist es eine gewisse Nostalgie und eine Frage der Generationen?

Alle Generationen schreiben von Hand, die Kinder in der Schule und bei kreativen Aktivitäten, später im Studium, die erwerbstätigen Personen und auch die Pensionierten. Jedermann besitzt mindestens ein Schreibinstrument, ob zu Hause, in der Handtasche oder im Büro.

Ausserdem würde es mich nicht überraschen, wenn die Handschrift wieder zum bevorzugten Kommunikationsmittel würde, um die Vertraulichkeit seiner Daten zu gewährleisten.

Gibt es eine grosse Faszination für Schreibgeräte und andere Schreibaccessoires oder ist es vor allem die Faszination für Caran d'Ache?

In vielen Ländern, aber besonders in der Schweiz ist Caran d'Ache ein «Love Brand». Unser Haus ist für viele Menschen eng mit Anekdoten aus dem Leben verbunden: die erste Schachtel Farbstifte, die wir als Kind erhielten, die Treffen vor dem Schaufenster von Caran d'Ache am Bahnhof, der Geruch neuer Stifte zu Beginn des Schuljahrs, die Füllfeder, die wir für unser Diplom erhielten. Es besteht also eine echte emotionale Bindung zu unseren Produkten, fast körperlich, weil sie in die Hand genommen werden und eine kreative Pause ermöglichen, um einen Gedanken, ein Gefühl, eine Geschichte oder einen künstlerischen Impuls auszudrücken. Echte Werkzeuge zum Ausdruck der eigenen Kreativität.

Kann das Unternehmen Caran d'Ache kontinuierlich wachsen?

Es ist die Aufgabe des Verwaltungsrats und der Geschäftsleitung, eine Strategie zu definieren, um die Marke weiterzuentwickeln und um sich gleichzeitig an die heutige Welt und ein sich ständig veränderndes Umfeld anzupassen. Caran d'Ache existiert seit 1915 und hat über ein Jahrhundert mit vielen Herausforderungen mit Bravour gemeistert.

Und wie hat die Pandemie das Unternehmen geprägt?

Es war eine komplizierte Zeit für uns alle, doch wir ziehen auch positive Bilanz, denn diese Zeit hat uns ermöglicht, einige Entwicklungen voranzutreiben, wie zum Beispiel mehr online Tutorials. Es hat sich herausgestellt, dass viele Menschen seit Beginn der Pandemie wieder mit dem Zeichnen begonnen haben, insbesondere Erwachsene.



**Carole Hübscher,
CEO und Verwaltungsratspräsidentin
von Caran d'Ache.**

HANDOUT

Bereits heute wird auf dem iPad erfolgreich und professionell geschrieben, gezeichnet und koloriert. Ist das nicht ein bisschen beunruhigend?

Nein, denn dies wird in den meisten Berufen eher ergänzend verwendet. Es ist wichtig zu wissen, dass die ersten Phasen einer Kreation sehr oft von Hand, mit Bleistift oder Feder auf Papier skizziert werden. Das gibt den Skizzen Stil und Persönlichkeit, und es geht auch schneller. Dafür wird keine andere Energie als die des Menschen benötigt, und ein Verfalldatum gibt es bei dieser Art von Produkten nicht!

Lassen Sie sich bei der Entwicklung und Gestaltung Ihrer Produkte von der Digitalisierung beeinflussen?

Wir studieren sie. Im Moment sehen wir Chancen für die Digitalisierung vor allem in unseren Produktionsmaschinen, unserer Kommunikation und unserer Beziehung zu unseren Kunden und Nutzern. So produzieren wir beispielsweise immer mehr Videoinhalte, die wir im Internet teilen, um die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten unserer Zeichengeräte aufzuzeigen oder zu demonstrieren. Soziale Netzwerke ermöglichen es uns auch, einen direkteren Kontakt mit unseren Benutzern herzustellen und unsere wunderbare Gemeinschaft von Amateur- und Profikünstlern in der Schweiz und auf der ganzen Welt näher zusammen zu bringen.

Caran d'Ache produziert ausschliesslich in der Schweiz und ist als Hersteller von Schreibwaren und Bürobedarf unabhängig geblieben. Wie haben Sie das erreicht und es geschafft, internationale Angebote abzulehnen?

Es ist vor allem unsere Leidenschaft und die Überzeugung, dass wir in der Schweiz unter der

Marke Caran d'Ache weiterhin innovative und qualitativ hochwertige Produkte entwickeln können, die es uns ermöglicht haben, diesen Punkt zu erreichen. Die Strategie einer «100% Swiss made»-Fabrikation war damals schon ambitiös, aber sie macht heute noch mehr Sinn. Tatsächlich finden unsere Werte bzgl. Exzellenz, Innovationskraft und Nachhaltigkeit bei vielen Verbrauchern grossen Anklang und tragen stark zur Einzigartigkeit unserer Marke bei.

Als angesehener traditioneller Schweizer Hersteller ist Caran d'Ache auch ein Markbotschafter für unser Land. Wie wichtig ist für Sie die «Swissness» als internationales Wirtschaftsgut?

«Swiss made» wird im Ausland als Garant für Qualität und Vertrauen anerkannt. Es liegt an uns, den Schweizer Herstellern, dieses Label weiterhin nachhaltig und verantwortungsbewusst zu pflegen. Wir von Caran d'Ache sind der Swissness sehr verbunden und verteidigen diese Werte der Exzellenz mit Inbrunst und Nachdruck.

Caran d'Ache hat nicht nur schöne Geschichten geschrieben, sondern auch Weltgeschichte. Wie damals, als Ronald Reagan und Michail

Gorbatschow 1985 in Genf mit einer Füllfeder von Caran d'Ache das Ende des Kalten Krieges unterzeichneten. Wecken diese Anekdoten auch heute noch Emotionen?

Mehr denn je, und das ist es, was unsere Marke ausmacht. In den mehr als 100 Jahren unseres Bestehens haben sich viele Anekdoten zu unseren Produkten und unserer Marke angesammelt. Zum Beispiel wurde 1997 eine unserer Füllfedern an Bord des Space Shuttle Discovery gebracht und reiste mehr

als 4,1 Millionen Meilen und umrundete die Erde 150 Mal. Vor einigen Monaten besuchte uns eine Kundin, die die gebrauchten Farbstifte in ihrer Schachtel ersetzen wollte, damit sie sie ihrem Enkel schenken konnte.

Welche wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen sind nötig, damit Schweizer Familienunternehmen heute in der Schweiz weiterhin bestehen können?

Der Zugang zu internationalen Märkten (Rahmenbedingungen, Freihandel) sowie qualifizierte Arbeitskräfte und ein nicht überbewerteter Wechselkurs sind die minimalen wichtigsten Voraussetzungen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Was wünschen Sie Caran d'Ache für die nächsten zehn Jahre?

Ich wünsche uns Erfolg bei unserem Grossprojekt, die Fabrik und den Hauptsitz nach Bernex zu verlegen. Gleichzeitig wollen wir mit Innovation, Qualität und Nachhaltigkeit weiter auf Erfolgskurs bleiben. Und natürlich hoffen wir, weiterhin auf unsere Weise etwas zum Glück aller Generationen beitragen können.

www.carandache.com

STARTUP





Sensoren, die Leben retten

Stürze sind die Ursache vieler Unfälle. Mit modernster Technologie, Leidenschaft und Unternehmergeist hilft das Solothurner Start-up Qumea diese zu vermeiden. Erfolgreich: Das junge Healthtech-Unternehmen holt schon nach zwei Jahren Auszeichnungen für seine Innovation.

SIMONE LEITNER

FOTO: STOCK-ADOBE.COM

Jung und dynamisch? Bestimmt. Gut ausgebildet und zielorientiert? Auch. Aber vor allem ist das Team des Solothurner Start-ups Qumea innovativ und trifft den Zeitgeist mitten ins Herz: CEO Cyrill Gyger und das 12-köpfige Team entwickeln ein modernstes System der Mobilitätsüberwachung mit Radartechnologie und helfen damit Patientinnen und Patienten, aber auch Pflegekräften, unangenehme Stürze zu verhindern. Zahlen des Bundesamtes für Statistik sprechen eine deutliche Sprache: Gut jede vierte Person zwischen 65 und 79 Jahren stürzt mindestens einmal im Jahr. Und da knüpft das Start-up an: Was innovativ tönt, rettet auch Leben. Das Kernstück des Systems, der hochpräzise 3D Radar, überwacht die Patientenzimmer in dem er die Bewegungsmuster von Patientinnen und Patienten anonym erfasst. Der Sensor liefert somit eine Früherkennung von beabsichtigten Bettausstiegen. Die kritischen Ereignisse werden via App übermittelt und gewährleistet, dass Hilfe beim Patienten ist, bevor dieser möglicherweise fällt. Das Vermeiden von Stürzen ist im Alter eine Frage der Lebensqualität: «Ein Sturz hat oft schwerwiegende Folgen, die bis hin zum Verlust der Selbstständigkeit oder Tod führen können», sagt Cyrill Gyger, Mitgründer des Digital-Health-Care-Start-ups Qumea. Zudem weist er auf die volkswirtschaftlichen Folgen hin.

Nun springt das Unternehmen mit dem 3D-Radar in die Bresche. Erfolgreich: Die Sturzprävention wird in Spitälern und Heimen bereits nachgefragt, getestet und als grosser Mehrwert befunden. Das Qumea-System basiert auf modernster dreidimensionaler Radartechnologie, einer Cloud und einer App. Der hochpräzise Sensor wird diskret im Pflegezimmer an der Decke installiert und erfasst mit elektromagnetischen Wellen, die notabene rund hundertmal schwächer seien als Mobilfunk- und Wlan-Strahlen, die genaue Position, Postur, Konstitution und somit feinste Bewe-

«Innerhalb eines Jahres war das Produkt serienreif.»

CYRILL GYGER

gungen der Patientin oder des Patienten. Dies unter Bewahrung der Privatsphäre, wie Cyrill Gyger betont. «100 Millionen Bewegungspunkte werden pro Sekunde verarbeitet», erklärt der CEO.

In der Qumea-Cloud werden die Bewegungsdaten mittels künstlicher Intelligenz ausgewertet und kritische Ereignisse in Echtzeit erkannt. Die Alarmierung kann per App oder wie in medizinischen Einrichtungen klassisch über den Lichtruf erfolgen. «Wer nun im Spital oder Pflegeheim mit hoher Sturzgefahr unbeaufsichtigt aus dem Bett steigen will, kann mit der neuen Technologie von einer Pflegeperson, die alarmiert wird, rechtzeitig vor dem Sturz gerettet werden. Zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein, sollte kein Zufall sein.»

Nebst der Sturzprävention kann Qumea auch die Aktivität der Patienten und Bewohnerinnen erfassen und aufzeichnen. Dadurch kann insbesondere das Schlafverhalten analysiert und Therapien validiert werden. Die hochsensible Technologie bietet auch Raum für viele weitere Funktionen. «Bald wird der Sensor ermitteln können, ob der Patient ausreichend mobilisiert wird, und das Risiko eines Dekubitus aufzeigen. Zudem stehen auch Funktionen wie Atemmessungen und Schlafanalyse auf dem Entwicklungsplan», ergänzt Cyrill Gyger.

Vorerst wird die Technologie nur institutionell eingesetzt. Das heisst, in Spitälern und Pflegeheimen. Cyrill Gyger wird wöchentlich darauf angesprochen, wann das System auch privat erschwinglich wird? «Der Preis ist nur ein Faktor. Essenziell ist vielmehr, ob jemand in der Nähe ist, um den Sturz zu ver-

hindern», erklärt der Fachmann das Prinzip der Innovation. Das Frühwarnsystem kann nur funktionieren, wenn Hilfe unmittelbar vor Ort ist. Derzeit ist die Nachfrage bei Qumea gross und das Team hat alle Hände voll zu tun. «Natürlich sind auch wir von Lieferengpässen betroffen – wir haben zwar die fehlenden Teile bekommen, aber ein x-Faches dafür bezahlt.»

CEO Cyrill Gyger und seine Mitgründer David Meier und Ido Gershoni lernten sich in einem anderen Start-up kennen, haben also einen gemeinsamen Background in Sensorik und Engineering. Als eine geriatrische Klinik in Basel, die ihre Sturzprobleme minimieren wollte, auf sie zukam, suchten die drei Ingenieure nach innovativen Lösungen. Zukunftsweisend: Nach ausgiebigen Konkurrenzanalysen und ersten Tests ihrer Prototypen, gründete das Team 2019 sein eigenes Start-up. «Innerhalb eines Jahres war das Produkt serienreif und aktuell schon auf dem Markt», freut sich Cyrill Gyger. Qumea konnte ihren technologischen Mehrwert mittlerweile an 12 Institutionen unter Beweis stellen, von Akutspitälern über psychiatrische Institutionen bis zu Pflegeheimen. Durch die frühzeitige und gezielte Alarmierung führt Qumea zu einer spürbaren Entlastung im hektischen Pflegealltag, gerade auch in den oftmals dünn besetzten Nachtschichten. Das Start-up befindet sich bereits auf Expansionskurs Richtung Ausland: Deutschland, Schweden, Finnland, Kanada und Australien stehen auf dem Plan.

Mit unüberwindbaren finanziellen Hürden, hatte das Start-up nie zu kämpfen. «Die Erstfinanzierung konnten wir selber stemmen.» Und bereits im April hatte Qumea seine erste Finanzierungsrunde in Höhe von 1,8 Millionen Franken abgeschlossen. Mit dieser Seed-Runde wird das internationale Wachstum vorangetrieben und das Team aufgestockt.

www.qumea.com



BRENNERS PARK-HOTEL & SPA
BADEN-BADEN

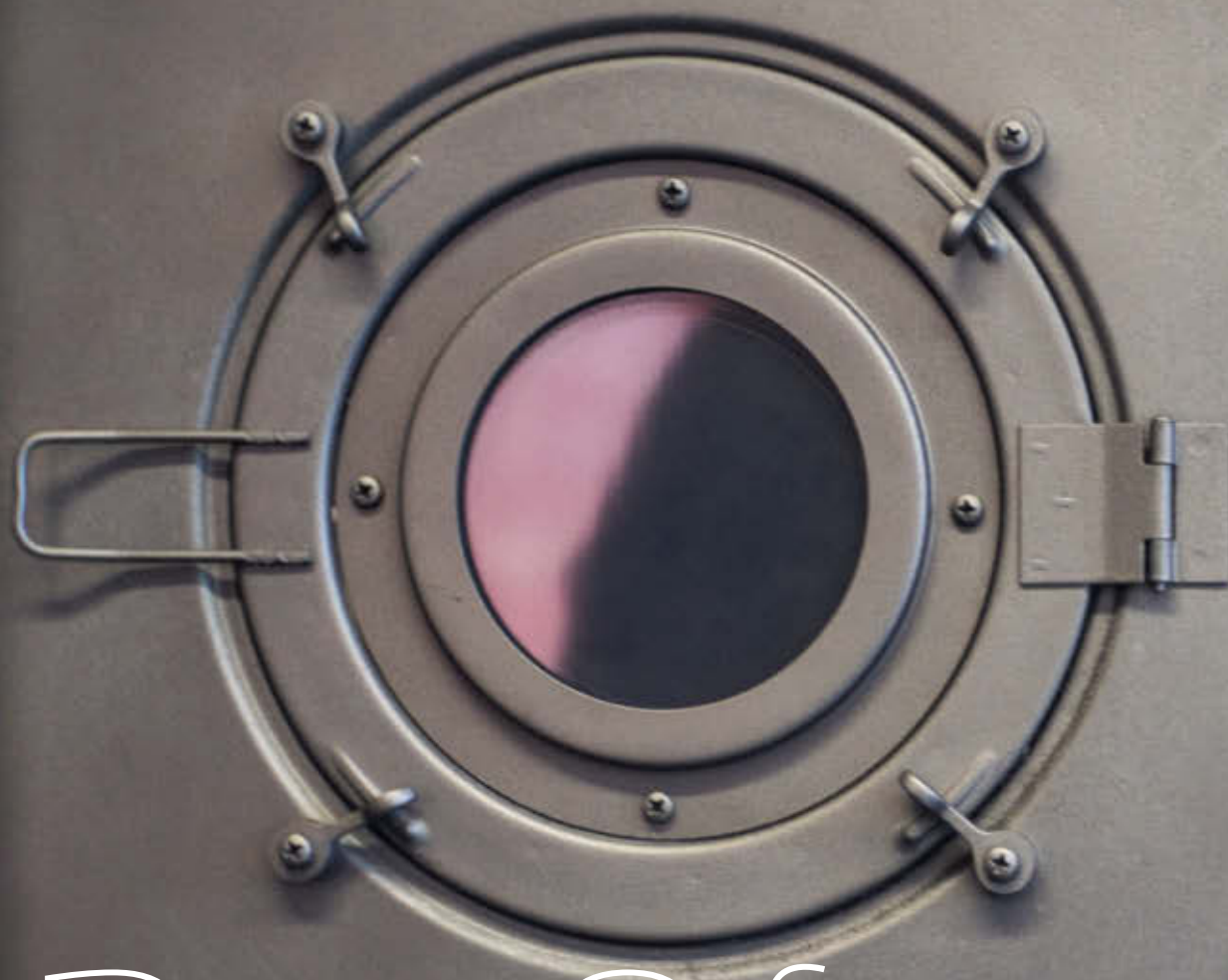
Wo sich Home & Lifestyle
miteinander verbinden.

OETKER COLLECTION

Masterpiece Hotels

oetkercollection.com

INDUSTRIEIKONE



Der Ofen
ist aus

Ende Juni 2022 ging eine 68-jährige Erfolgsgeschichte zu Ende. Ausgefeuert. SIBIRTherm, die Ofenabteilung der SIBIRGroup AG, hat eine Ära beendet und die Türen geschlossen. Der Grund: Dieselöfen sind nicht mehr zeitgemäss.

Die Liegenschaft an der Goldschlägstrasse in Schlieren mutet nicht nur wie ein Stück Industriegeschichte an, sondern repräsentiert diese auch eindrücklich. Seit 1954 wurden in den Räumlichkeiten, die mit viel Patina versehen sind, über 50 000 Dieselöfen entwickelt, produziert, laufend verbessert, vermarktet und verkauft. Ein Blick ins Innere des Fabrikationsgebäudes macht die lange Unternehmensgeschichte sichtbar: Unzählige Querschnitte und ausgestellte Einzelteile zeigen die Entwicklungsschritte und auch die Innovationskraft der einzelnen Verantwortlichen in den jeweiligen Epochen.

In den Genuss von warmen Füßen, geheizten Räumen und Ferienchalets dank der ausgetüftelten Öfen kamen seit der Gründung der SIBIR-Ofenabteilung im Jahr 1954 viele Tausende Geschäftspartnerinnen und Wiederverkäufer. Die bekannteste Kundin hat die Firmengeschichte geprägt: die Schweizerische Bundesbahn. Während vieler Jahre standen in allen Wartesälen der SBB SIBIRTherm-Dieselöfen und machten das Warten für die Reisenden angenehmer. Die SBB hat damals gut gewählt: Die Öfen waren kostengünstiger als die der Mitbewerber, wurden vollständig in der Schweiz produziert, heizten kleine und auch grössere Warteräume sehr schnell auf und last but not least waren sie mobil. Dann,

vor gut 30 Jahren setzten die SBB auf andere Heizungssysteme und SIBIRTherm fand eine Alternative vor allem auf dem Zweit- und Ferienwohnungsmarkt.

Obwohl technisch ausgereift und ökonomisch sehr vorteilhaft, können sich die Dieselöfen aus ökologischen Gründen nicht mehr behaupten. Heute steht Nachhaltigkeit im Fokus – die Ära der Dieselöfen ist beendet. Sie entsprechen schlicht nicht mehr dem Zeitgeist und dürfen auch nicht mehr in allen Schweizer Kantonen verkauft werden. Nichtsdestotrotz werden die äusserst langlebigen Heizkörper noch zu Tausenden in Schweizer Stuben Wärme spenden. Urs Müller, Betriebsleiter von SIBIRTherm, hält nach 32 Dienstjahren fest, dass er und sein verbleibendes Team von drei Mitarbeitenden für gut zehn Jahre Ersatzteile produziert hätten. «Die werden bei der SIBIRGroup eingelagert und sollten die allermeisten Bedürfnisse unserer Handels- und Servicepartner erfüllen.» Es ist offensichtlich, dass sich Urs Müller und seine Kollegen mit der Betriebsschliessung und dem Rückbau am Standort Schlieren schwertun. «Der Zeitpunkt ist aber zweifelsfrei richtig gewählt», betont Urs

Müller, «aber wenn man bedenkt, was wir hier alles geschaffen haben und der Ofen eigentlich nach wie vor tadellose Heizarbeit leisten würde, schmerzt es schon». Er verdeutlicht das Geschaffene mit Zahlen aus der Firmengeschichte: Exakt 53 837 Öfen wurden produziert und ausgeliefert, gefertigt aus 3 500 Tonnen Stahl und entzündet von über 600 000 Zündkerzen. Zu Spitzen-(SBB-)Zeiten arbeiteten 16 Personen für SIBIRTherm und produzierten knapp 1000 Dieselöfen jährlich. Während der letzten Jahre waren es jeweils noch rund 200 im Jahr.

Die letzten Tage der Firmengeschichte widmeten Urs Müller und seine verbliebenen Mitstreiter dem Verkauf und Rückbau des Maschinenparks, dem Einlagern der Ersatzteile und der Vorbereitung der Liegenschaftsübergabe. Der Abschied von SIBIRTherm ist kurz vor der Schlüsselübergabe mit einem Apéro für aktuelle und frühere Mitarbeitende, Handelspartner, Kundinnen und Kunden gefeiert worden. «Wir haben fast 100 Menschen mobilisiert. Der positive, erfolgreiche Geist der SIBIRTherm flackerte nochmals auf», hält Urs Müller fest und ergänzt mit hörbarem Kloss im Hals: «Doch nun ist der Ofen definitiv aus».

FOTOS TIM X. FISCHER




Urs Müller war 32 Jahre bei SIBIRTherm tätig.

GESELLSCHAFT & WIRTSCHAFT

Brücken schlagen

Die legendären Brücken an der
Viamala-Schlucht sind verbindende
Monumente.



Damit die Schweizer Wirtschaft mit ihren traditionsreichen Unternehmen und den erfolgreichen Startups auch in Zukunft und in anspruchsvollen Zeiten gut funktionieren kann, sind die Rahmenbedingungen und die Akzeptanz innerhalb der Gesellschaft äusserst wichtig. Der offene Diskurs ist essenziell – und schlägt Brücken. Die Frage, ob derzeit ein Graben zwischen Wirtschaft und Gesellschaft existiert oder ein mögliches Auseinanderdriften vor allem von den Medien kolportiert wird, haben wir diesen drei Persönlichkeiten in spannenden Gesprächen gestellt: Dem Bischof vom Bistum Basel Felix Gmür, dem Präsidenten des Schweizerischen Gewerbeverbandes Fabio Regazzi und dem Präsidenten von Travail.Suisse Adrian Wüthrich.

«Trotz Pandemie wirtschaftlich gut aufgestellt»

Fabio Regazzi, Präsident des Schweizerischen Gewerbeverbandes SGV, denkt nicht, dass die Stimmberechtigten ein angespanntes Verhältnis zur Wirtschaft haben. Dieses angebliche Problem werde primär von den Medien kolportiert. Vor allem die KMU seien Sympathieträger, die einen grossen Beitrag an die Gesellschaft leisten.

homeLifestyle Fabio Regazzi, Sie sind Unternehmer, Mitte-Politiker und seit gut einem Jahr Präsident des Schweizerischen Gewerbeverbandes SVG. Wie gross erachten Sie das Vertrauen der Schweizer Stimmbürgerinnen und Stimmbürger in die Politik und die Wirtschaft?

Fabio Regazzi Gerade während Krisenzeiten sucht die Bevölkerung Sicherheit bei den politischen und staatlichen Institutionen. Als Dachverband der Schweizer Wirtschaft konnten auch wir einen grossen Beitrag für die Orientierung und Unterstützung der Unternehmungen leisten. Dieser Beitrag wurde sehr geschätzt und hat dazu geführt, dass wir markant neue Mitglieder gewinnen konnten. Vor diesem Hintergrund bin ich überzeugt, dass das Vertrauen der Stimmbürger in die Politik und in die Wirtschaft konstant gut geblieben ist.

Was sagen Sie zu den vergangenen, wirtschaftsrelevanten Abstimmungen, die bei den Stimmberechtigten auf ein eher angespanntes Verhältnis zur Wirtschaft hinweisen?

Ich denke nicht, dass die Stimmberechtigten ein angespanntes Verhältnis zur Wirtschaft haben. Dieses angebliche Problem wird primär von den Medien kolportiert. Natürlich ist es eine Tatsache, dass die Zeiten vorbei sind, wo der sogenannte Vorort der Stimmbevölkerung vorgegeben hat, wie sie abzustimmen hat. Die Rechnung war einfach: Wenn eine Vorlage gut für die Wirtschaft war, wurde sie angenommen. Die Stimmbürgerinnen und Stimmbürger sind aber heute anspruchsvoller, man kann auch sagen emanzipierter. Ein Argument allein reicht nicht mehr und es sind neue Megatrends wie die Nachhaltigkeit entstanden, welche viele politische Entscheidungen massgeblich beeinflussen.

Warum wird die Wirtschaft so kritisch beobachtet und beurteilt?

Ein ganz wichtiger Grund ist – und ich formuliere das bewusst etwas salopp – es geht uns viel zu gut! Wir sind trotz Pandemie wirtschaftlich sehr gut aufgestellt und Arbeitslosigkeit ist praktisch kein Thema. Ändert sich das, werden auch sofort wieder die Anliegen der Wirtschaft wichtiger.

Und wie hat sich die Corona-Pandemie auf das Verhältnis zwischen Gesellschaft und Wirtschaft ausgewirkt?

Wie ich bereits ausgeführt habe, sehe ich durch die Pandemie keine Verschlechterung des Verhältnisses zwischen der Bevölkerung und der Wirtschaft. Wir dürfen auch nicht vergessen, dass es einzelne Branchen der Wirtschaft waren, welche mit den Lockdowns die ganze Last der Krise für die Gesellschaft getragen haben. Der Bevölkerung war dies durchaus bewusst und deshalb erlebten viele der geschlosse-



HANDOUT

«Die KMU sind seit je die Sympathieträger. Denken Sie da zum Beispiel auch an die Berufsbildung.»

FABIO REGAZZI

nen Betriebe auch eine grosse Solidarität von Seiten der Politik und der Gesellschaft.

Gelten Gewerbetreibende als Sympathieträger, sind sie näher an der Gesellschaft und

dadurch besser akzeptiert als internationale Grossunternehmen?

Die KMU sind seit je die Sympathieträger, da sie einen grossen Beitrag an die Gesellschaft leisten. Denken Sie da zum Beispiel auch an die Berufsbildung. KMU sind näher am Puls der Gesellschaft, das stimmt. Es macht allerdings überhaupt keinen Sinn die Kleinen, Mittleren und Grossen gegeneinander auszuspielen. Es braucht alle!

Also ist das Gewerbe ein wichtiges Bindeglied zwischen Wirtschaft und Gesellschaft?

Ganz genau!

Was halten Sie vom Slogan «Wir alle sind die Wirtschaft»?

Wir verwenden ihn schon länger zum Beispiel beim Titel unserer TV-Sendung «Fokus KMU – Alle sind Wirtschaft».

Zur Person

Fabio Regazzi, Präsident des Schweizerischen Gewerbeverbandes, ist Unternehmer, Mitte-Politiker und Verbandsfunktionär. Er ist seit 2011 Nationalrat und seit 2020 Präsident des Schweizerischen Gewerbeverbandes. Regazzi erlangte nach der Matura einen Bachelor of Laws am Collegio Papio in Ascona und 1988 das Lizentiat der Rechtswissenschaften an der Universität Zürich. 1991 erhielt er das Anwalt-, 1992 das Notarpatent. Von 1992 bis 1999 war er Inhaber einer Anwaltskanzlei in Locarno und Gordola. Von 2000 bis 2009 war er Generaldirektor der Regazzi SA, eines Industrieunternehmens der Familie, das auf dem Gebiet der Metallverarbeitung tätig ist. Seit 2010 ist Fabio Regazzi VPR des Unternehmens.

GESELLSCHAFT & WIRTSCHAFT



«Die Gesellschaft hat vergessen, wo der Wohlstand herkommt»

Bischof Felix Gmür sagt, die Schweizer Wirtschaft sei grundsätzlich gut aufgestellt. Allerdings sei die Work-Life-Balance ein veraltetes Konzept, das für eine Ausgeglichenheit zwischen Arbeit und Freizeit steht. Wichtiger ist jedoch, im eigenen Leben insgesamt balanciert zu sein.

homeLifestyle Bischof Felix Gmür, nicht ausschliesslich die Wirtschaft hat an Ansehen in der Gesellschaft verloren. Auch der Glaube an die Kirche wurde in den letzten Jahren in Mitleidenschaft gezogen. Macht Ihnen diese Entwicklung Sorgen?

Bischof Felix Gmür Unsere Gesellschaft hat vergessen, woher der Wohlstand kommt und dass das Leben auf diesem Planeten endlich ist. Die verschiedenen existenziellen Krisen der Gegenwart und die geopolitischen Veränderungen können jedoch zu einem Umdenken führen.

Die Corona-Pandemie und der Krieg in der Ukraine sind grosse Belastungen für uns alle. Fin-

den Sie während diesen Krisen einen besonderen Zugang zu den Gläubigen?

Diese Verletzlichkeitserfahrungen führen uns zusammen und schaffen ein neues Gefühl der Solidarität und ein Bewusstsein der Verbundenheit. Wir erleben, dass Geld und Erfolg nicht das Wichtigste sind im Leben.

Glaubende Menschen vertrauen, dass sie in ihrem Leben, bei ihrer Arbeit, mit ihrer ganzen Person getragen und gehalten sind. Wie gross ist das Vertrauen der Solothurnerinnen und Solothurner in die Kirche?

Das kann ich nicht sagen. Der Kanton Solothurn gehört nach Basel-Stadt zu den Kanto-

nen mit dem grössten Anteil an konfessionslosen Menschen. Aber ich hoffe sehr, dass die Kirche vielen Solothurnerinnen und Solothurnern eine stärkende Begleiterin ist. Glauben ist Vertrauenssache.

Wem vertraut die Gesellschaft heute?

Das ist sehr individuell. Aber vermutlich lernen derzeit viele Menschen, dass sich auch das Leben in der Schweiz nicht mehr nur linear entwickelt. Das schafft Unsicherheit. Das wirft uns auf den Moment zurück. Wir erfahren, dass das Leben im Jetzt stattfindet. Das ist aber auch ein Gewinn, weil wir den Moment auf sicher haben.

Die Kirche ist Teil der Volkswirtschaft. Darf oder muss sie sich in der säkularisierten, pluralistischen Gesellschaft am politischen Diskurs beteiligen und ethische Überlegungen einbringen? Vor allem wenn es um Fragen der Ge-

«Von einem Land wie der Schweiz kann man auch Solidarität erwarten.»

BISCHOF
FELIX GMÜR

rechtigkeit in der Wirtschaft, im Gesundheits-, Umwelt- und Sozialwesen geht?

Die Kirche ist Teil der Gesellschaft und als solche muss sie sich einbringen, wenn es um Fragen der Gerechtigkeit geht, sonst kann sie ihre christliche Mission nicht erfüllen.

Oft sind bei Debatten die gemeinsamen Nenner politische Parolen oder ökonomische Konzepte. Und in der Kirche? Wie gut finden Sie Gehör mit dem Gebot der Liebe?

In politischen Diskursen wäre «Verstehen-Wollen» auch eine Art Ausdruck von Liebe. Leider führt die Dynamik der Polarisierung zu Spannungsfeldern, die nicht damit überwunden werden wollen, sondern mit «schlagkräftigen Argumenten». Es geht darum, zu gewinnen – insbesondere auf Kosten der anderen.

Sie reden von Ökonomismus als Trend, der Industrieländer wie die Schweiz prägt und fast alle Lebensbereiche und -phasen durchdringt.

Denken Sie, das Wirtschaftssystem ist heute belastender für Arbeitnehmende als noch vor 20 Jahren?

Der Broterwerb ist für alle belastender, weil der Markt härter geworden ist. Getrieben von globaler Konkurrenz und Digitalisierung verkürzen sich die Innovationszyklen und die Gewinnmargen werden in vielen Produktparten enger.

Was könnte die Wirtschaft in Ihren Augen besser machen?

Man kann nicht verallgemeinern. Die Schweizer Wirtschaft ist grundsätzlich gut aufgestellt, muss aber schauen, dass sie bei der Entwicklung und Anwendung künstlicher Intelligenz den Anschluss nicht verpasst und bei allem das Wohl der Menschen in den Mittelpunkt stellt.

Sind es die jüngeren Generationen, die den Paradigmenwechsel vorantreiben und mehr auf Work-Life-Balance setzen?

Work-Life-Balance ist ein veraltetes Konzept. Es steht für eine Balance zwischen Arbeit und Freizeit. Wichtiger ist jedoch, insgesamt balanciert zu sein. Wenn ich bewusst einen Weg der Mitte gehe, findet das Leben immer statt – egal, ob im Geschäft oder in der Freizeit. Dann hat man mehr vom Leben.

Neben all den brennenden Themen ist noch der Krieg in der Ukraine dazugekommen. Sie haben als Bischof zum gemeinsamen Gebet und zur Solidarität aufgerufen. Die Politik hat Sanktionen verhängt, die Mitbürgerinnen und Mitbürger nehmen Flüchtlinge auf – die Schweiz zeigt sich solidarisch und hilfsbereit. Sind Sie stolz auf die Gesellschaft?

Es ist schön, dass die Schweiz auf eine sehr lange humanitäre Tradition zurückschauen kann und dies auch in der Gegenwart lebt. Aber von einem Land wie die Schweiz kann man auch Solidarität erwarten.

Zur Person

Bischof Felix Gmür studierte Philosophie, Theologie und Kunstgeschichte in Freiburg (Schweiz), München, Paris und Rom. Die Studien schloss er 1994 mit einem Lizentiat in Theologie, 1997 mit einem Doktorat in Philosophie und 2011 mit einem Doktorat in Theologie ab. 2004 ernannte ihn der Bischof von Basel zum Subregens im Priesterseminar St. Beat, Luzern. 2006 wählte ihn die Schweizer Bischofskonferenz zu ihrem Generalsekretär. Am 8. September 2010 wählte ihn das Domkapitel der Diözese Basel zum Bischof, am 23. November 2010 bestätigte Papst Benedikt XVI. die Wahl. Am 16. Januar 2011 wurde er von Kardinal Dr. Kurt Koch in der Kirche St. Martin in Olten zum Bischof geweiht.

SIBIR

repariert nachhaltig
alle Marken.

SIBIRService

Service Hotline

0844 848 848

Service Mail

service@sibirgroup.ch

www.sibir.ch

«Das Vertrauen hat zugenommen»

Adrian Wüthrich, Präsident von Travail.Suisse und alt Nationalrat betont, dass viele Rahmenbedingungen in der Schweizer Wirtschaft sehr gut seien. Er sieht aber auch Verbesserungspotenzial. Die Auswertung des Barometers «Gute Arbeit» beispielsweise zeigt, dass das Stressempfinden immer den schlechtesten Wert erhält.

homeLifestyle Adrian Wüthrich, die Pandemie war und ist für die ganze Schweizer Volkswirtschaft eine grosse Belastung. Wie hat sich die Wirtschaft in Ihren Augen während der Krise verhalten?

Adrian Wüthrich Die Pandemiebekämpfung des Bundes setzte ins Zentrum, dass die Wirtschaft trotz Virus weiterfunktionieren konnte. Flächendeckende Schliessungen von Fabriken und Baustellen gab es nur in ganz wenigen Kantonen während weniger Tage. Dies war nur möglich, weil sich die Wirtschaft – Unternehmen und Arbeitnehmende – an die Schutzmassnahmen gehalten hat. Die Schutzkonzepte in den Betrieben haben funktioniert und es gab relativ wenige Ansteckungen am Arbeitsplatz. Dazu kam die Homeoffice-Pflicht, die für alle eine Herausforderung war. Insgesamt hat sich die Wirtschaft sehr verantwortungsvoll verhalten.

Wie gross ist heute das Vertrauen der Schweizer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in ihre Arbeitgeber?

Im Barometer Gute Arbeit, einer Befragung von Arbeitnehmenden durch Travail.Suisse, haben wir festgestellt, dass das Vertrauen in die Arbeitgebenden während der Krise zugenommen hat. Diese wurden vermehrt als fair, vertrauensvoll und unterstützend wahrgenommen. Wir können uns vorstellen, dass dies neben den Gesundheitsmassnahmen auch auf

das im Homeoffice notwendige Vertrauensverhältnis zurückzuführen ist, wie auch auf die teilweise Aufstockung des Lohns im Rahmen der Kurzarbeit. Besonders stark zugenommen hat das Vertrauen in die Arbeitgebenden im Finanz- und Versicherungswesen, in der Gastronomie sowie ins verarbeitende Gewerbe. Im Detailhandel ist nach einer Verschlechterung im Vorjahr wieder eine Zunahme des Vertrauens in die Arbeitgebenden festzustellen. Eine negative Tendenz in diesem Bereich gab es seit 2017 im Gesundheits- und Sozialwesen.

Vergangene Abstimmungen zeigen, dass die Stimmberechtigten eine eher ablehnende Haltung gegenüber der Wirtschaft haben. Was ist passiert?

Bei einer Abstimmung musste nur ein Wirtschaftsverband vor der Gefährdung von Arbeitsplätzen warnen und die Vorlage wurde abgelehnt. Das Arbeitsplatz-Argument funktioniert nicht mehr. Die Globalisierung und der Steuerwettbewerb haben viele Unternehmen in die Schweiz gelockt, die Arbeitsplätze, aber auch Probleme in die Schweiz brachten. Trotzdem haben die meisten wenig von dieser Wertschöpfung gespürt. Gefühlt werden die Reichen immer reicher. Dazu kommen die exorbitanten Managerlöhne, die man sich fast nicht erklären kann. Unsere Managerlohnstudie zeigte 2019, dass die Chefgehälter seit 2011 um 19 Prozent zugenommen haben, während

sich die normalen Arbeitnehmenden im gleichen Zeitraum mit 4,3 Prozent mehr Lohn zufriedengeben mussten. Dass in einer Demokratie die Stimmberechtigten einer Abzocker-Initiative zustimmen, verwundert nicht. Leider wirkt sie nicht wie gewünscht.

Die Schweizer Wirtschaft wird oft für soziale und für ökologische Probleme verantwortlich gemacht. Hat sich diese Einstellung in den letzten Jahren verschärft?

Ich glaube, diese Einstellung richtet sich nicht generell gegen die Schweizer Wirtschaft, sondern zeigt das gesteigerte Bewusstsein für unsere Umwelt und unser Klima. Die Wirtschaft hat einen grossen Einfluss und kann einen grossen Beitrag zur Lösung der Umweltprobleme leisten. Mit den heutigen Kommunikationsmöglichkeiten erfahren wir viel mehr über die Tätigkeiten der Unternehmen im Ausland. Ausbeutung, Umweltsünden und so weiter werden heute schneller entdeckt. Hier sollen die Schweizer Unternehmen ihre Verantwortung wahrnehmen. Diese Erwartung hat sich bei der Konzernverantwortungsinitiative deutlich gezeigt. Der wirtschaftliche Erfolg darf nicht über alles gestellt werden.

Seit 1. Juli 2020 ist das revidierte Gleichstellungsgesetz in Kraft getreten. Sie sprechen allerdings von einer Alibiübung. Warum?

Frauen werden beim Lohn um rund 7,7 Milliarden. Franken pro Jahr diskriminiert. Das Gesetz wird allerdings daran nicht viel ändern können, weil es keine grosse Wirkung hat und lange Fristen einräumt. Daneben gibt es drei weitere gravierende Mängel, welche die Revision zu einer eigentlichen Alibiübung verkommen lassen. Erstens sind keine Kontrollen zur Einhaltung des Gesetzes vorgesehen. Zweitens erfolgen bei Verstössen gegen die Lohngleichheit keine Sanktionen. Und drittens wurde der Geltungsbereich des Gesetzes zu stark eingeschränkt, weil nur Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitenden eine Lohngleichheits-



HANDOUT

«Das Arbeitsplatz-Argument funktioniert nicht mehr.»

ADRIAN
WÜTHRICH

analyse durchführen müssen (der Bundesrat schlug eine Grenze von 50 Mitarbeitenden vor).

Wo steht die Schweizer Wirtschaft in diesen Thesen?

Viele Rahmenbedingungen sind sehr gut. Verbesserungspotenzial sehe ich beim Stress, bei der Weiterbildung und bei der Vereinbarkeit. Im Barometer Gute Arbeit erhält das Stressempfinden immer den schlechtesten Wert. Die Arbeitnehmenden sollen immer mehr leisten. Hier machen sich die gute Wirtschaftslage und die Corona-Ausfälle bemerkbar. Burnouts sind die Spitze des Eisbergs. Die Schwierigkeiten des Milizsystems sind ein weiterer Ausfluss davon. Viele Arbeitnehmende bilden sich nicht weiter.

Die Unternehmen können hier entscheidend Einfluss nehmen, damit das lebenslange Lernen in die Praxis umgesetzt wird. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist ein weiterer Punkt, den wir gemeinsam verbessern müssen. Berufstätige Eltern oder betreuende Angehörige gehen eher einer bezahlten Arbeit nach, wenn die Kinder oder die zu betreuenden Angehörigen professionell betreut werden können oder flexible Arbeitsmodelle wie Teilzeit angeboten werden.

Wie tönt für Sie der Slogan «Wir alle sind die Wirtschaft»?

Der Slogan stimmt. Wenn der Bundesrat «die Wirtschaft» sprechen will, lädt er immer die Dachverbände der Arbeitgebenden und der Arbeitnehmenden ein. Der Slogan muss aber auch gelebt werden. Der «Proof of the pudding» zeigt sich bei der Sozialpartnerschaft generell und bei der Lohnentwicklung mit einer fairen Aufteilung der Gewinne im Speziellen.

Zur Person

Adrian Wüthrich ist Präsident und Geschäftsführer von Travail.Suisse, dem unabhängigen Dachverband der Arbeitnehmenden und der zweitgrössten Dachorganisation der Arbeitnehmenden in der Schweiz. Er studierte an der Universität Bern Betriebswirtschaft, Public Management sowie Politikwissenschaft und schloss mit einem Master in Public Management und Politik ab. Adrian Wüthrich war von 2010 bis 2018 Mitglied des Grossen Rates des Kantons Bern. Am 29. Mai 2018 rückte er auf seinen verstorbenen Parteikollegen Alexander Tschäppät in den Nationalrat nach. Die SP verlor jedoch bei den Nationalratswahlen am 20. Oktober 2019 zwei Sitze, weshalb Wüthrich die Wiederwahl nicht schaffte.

Wellness im Tipi

STOCK.ADOBE.COM

Natürlich entspannen, in Quellwasser heiss baden, im Tipi Blockaden lösen und vom Feuer biologisch essen: Das Angebot von Tipiproject ist nicht nur wohltuend, sondern auch ganz schön nachhaltig. Wer mitten in intakter Natur geniessen und abschalten möchte, ist bei Tipiproject nahe der Stadt Solothurn goldrichtig. Ein traditionelles Tipi und ein Hotpot (autarker Badezuber, Hofbad) stehen den Gästen für ein aussergewöhnliches Genuss-, Spa- und Wellnessangebot zur Verfügung. Denn wo könnte eine Shiatsu-Behandlung Punkt für Punkt besser wirken als in einem Tipi? Eben. Geniale Behausung? Wellness pur? Oder schlicht und einfach ein inspirierender Rückzugsort? Von allem etwas. Ein Tipi

aber schlicht als Zelt zu bezeichnen, wäre untertrieben. Denn ein Tipi bietet mehr. Viel mehr. Ist ein genialer Therapie-Raum, ist ausgestattet mit einer Feuerstelle, mit gemütlichen Sitz- und Liegemöglichkeiten – kurz: ein mobiles Wellness-Center. Das wunderschöne Ambiente in einem Tipi wirkt unbeschreiblich dicht, für manche gar magisch. Ist traditionell und sehr funktional. Schliesslich diente das Tipi als Zuhause für die indigenen Völker Nordamerikas.

www.tipiproject.ch



Frisch von gestern

Das Motto der Äss-Bar, die heute über 100 Mitarbeitende in der ganzen Schweiz beschäftigt, ist: frisch von Gestern. Pro Tag retten sie so ca. 1,5 Tonnen Lebensmittel. Seit Beginn des Projekts 2013 bis heute haben sie damit bereits einige Hundert Tonnen Brot und Backwaren gerettet. Anstatt in der Abfalltonne zu landen, sollen die Esswaren von gestern auch am Folgetag noch konsumiert werden. Der Selbsttest zeigt: Gipfeli, Kuchen, Sandwiches und Brote schmecken noch wunderbar. Und nicht nur die Umwelt freut's, auch das eigene Portemonnaie: Die Backwaren kann man zu stark vergünstigten Preisen kaufen.

www.aess-bar.ch

NACHHALTIG



Eingemacht mit Klasse

In der Löwenzahn Manufaktur wird mit wertvollen Zutaten jongliert und herrliche Saucen, Chutneys, Konfitüren, Kimchis, Ketchups und kreative Sauerkraute hergestellt. Von Hand gepflückt, geschält, geschnitten, gekocht oder fermentiert. Den Früchtchen wird eingeheizt, dem Gemüse Platz im Glas gemacht und den Kräutern viel Aufmerksamkeit geschenkt. Die Rezepturen? Ein Geheimnis. Nur soviel: In der Löwenzahn Manufaktur wird Eingemachtes kulinarisch hochwertig und fair verarbeitet. Und mit viel Respekt vor regionalen Lebensmitteln und der Leidenschaft für reife Naturprodukte wird alles haltbar gemacht. Das braucht viel Zeit und noch mehr Geduld, erfahrene Können und Wissen, um aus den Produkten das Beste herauszuholen. Nicht nur Schönheitsköniginnen und -könige, sondern auch besonders reife Früchte und Gemüsesorten werden in der Löwenzahn Manufaktur mit purer Liebe zu Köstlichkeiten in Gläser abgefüllt.

www.loewenzahn-manufaktur.ch

In aller Munde

Kein tibetisches Festmahl wäre komplett, kein gedeckter Tisch in Nepal vollkommen ohne sie: Momos sind auch in der Schweiz in aller Munde. Die mit vielerlei frischen

Zutaten gefüllten Teigtaschen werden entweder gedämpft oder gebraten serviert. Ihre Popularität erstreckt sich quer durch Asien – und jede Region zelebriert ihre eigene Version der Momos. Das Startup Oh-My-MOMO bringt diese traditionelle Köstlichkeit in die Schweiz – nachhaltig und regional – daher kommt die beliebte «Chili Sauce fermentiert & scharf» natürlich aus der Löwenzahn Manufaktur.



www.momobil.ch

LIFESTYLE
HEISSLUFTBALLON

Ab in die Luft

Die Alpen aus der Vogelperspektive? Mit dem Heissluftballon ein unvergessliches Erlebnis. Pilot Cédric Gauch fährt mit seinem neuen Wettkampf-Ballon von Frutigen nach Gstaad. Das Wetter ist perfekt, die Winde sind es auch. Ein Abenteuer beginnt.

Text Simone Leitner
Fotos Tim X. Fischer





Eines ist klar: Ein Heissluftballon fährt, auch wenn er in die Luft geht. Fliegen tut er auf keinen Fall. Schon gar nicht im Beisein routinierter Piloten, die gerade im Stande sind, ihre Heissluftballons startklar zu machen. Dass die meisten Laien vom Fliegen sprechen, weiss die Ballon-Community nur zu gut. Müde werden sie aber dennoch nie, freundlich darauf hinzuweisen, wie das richtige Wording lautet. Pilot Cédric Gauch lächelt und winkt ab, ihm sei in erster Linie wichtig, dass seine Gäste ein unvergessliches Erlebnis im Heissluftballon hätten. Der Sprachgebrauch, dass ein Ballon nicht fliegt, beruht übrigens darauf, dass der Ballon analog zu einem Schiff auf dem Luftmeer fährt. Ballons zählen zur Kategorie der »Leichter-als-Luft-Fahrzeuge«. Dazu gehören alle, die den statischen Auftrieb nutzen und letztlich durch die Luft schweben. Die »Schwerer-als-Luft-Fahrzeuge« fliegen hingegen, weil bei ihnen die Luftströmung für einen dynamischen Auftrieb sorgt.

Soviel zur Tradition der Sprache und zur Physik der Ballons. Nun zur Arbeit vor dem

Vergnügen. Ohne Teamarbeit hebt kein Ballon ab. Hand in Hand werden Ballonhülle, Korb und Gasflasche in abgestimmter Reihenfolge und gut trainiertem Prozess in Position gebracht. Cédric Gauch gibt als Pilot die Kommandos, das dreiköpfige Team führt sie routiniert aus. Dass dieses Prozedere nicht immer gleich, nicht immer vorhersehbar abläuft, liegt in der Sache der Natur. Schon beim Aufbau sind Winde eine Herausforderung. Und es sind genau diese Windströme, die später den Heissluftballon hoch oben in Bewegung und auf Touren bringen. Starke Winde in der Höhe sind für den Ballon kein Hindernis. Starke Bodenwinde hingegen schon, sie können die Landung erschweren und den Start verhindern. Für die Gäste, die eine Fahrt mit dem Heissluftballon gebucht haben, fängt das grosse Abenteuer schon beim Aufbau an. «Wer sich einbringen und helfen will, ist herzlich dazu eingeladen», sagt Cédric Gauch, der an diesem herrlichen Sonntagmorgen im Januar seinen neuen Wettkampf-Ballon zum Abheben fertig macht. «Ich habe mit SIBIRGroup einen Sponsor gefunden,

der mir ermöglicht, nationale und internationale Wettkämpfe zu bestreiten. Eine wirklich tolle Zusammenarbeit», freut sich der ehrgeizige und erfolgreiche Pilot. Die Vorbereitungen laufen nun auf Hochtouren: Hier mal eine Leine reichen, dort mal den Ballon beschweren und da mal mit dem Körpergewicht den Korb am Boden halten. Bald ist es soweit, die Passagiere stehen jetzt im Korb, der Ballon drängt gegen Himmel, will abheben. Wenige Augenblicke später geht er in die Luft und fährt davon. Langsam und ruhig gleitet der Heissluftballon von dannen. Nur ab und zu ist dieses typische Geräusch der Gasflasche zu hören. Die Ballone werden kleiner und mit dem schneebedeckten Gebirge eins.

Zwei Tage vor dem geplanten Start zeigen die Wetterprognosen eine stabile Tendenz, die Winde auch. Nun werden Start und Ziel festgelegt. Die vorhergesagten Windströme sollen es möglich machen, eine der spektakulärsten Fahrten im Alpenraum – von Frutigen im Berner Oberland nach Gstaad – durchzuführen. Fahrzeit 2.5 Stunden. Gäste, die eine



Pilot Cédric Gauch ist so routiniert, dass er sofort erkennt, ob, wie und wo er landen kann, bleibt geduldig und weiss, der richtige Moment wird kommen.

Ballonfahrt gebucht haben, werden nun informiert. Dem Abenteuer steht also nichts mehr im Wege. Ausser die Wetterlage ändert sich abrupt. Doch sie hält, was sie versprochen hat. Mehr noch, die Wettervoraussetzungen sind so ideal, dass gleich mehrere Heissluftballon-Teams am Start sind. Ein perfekt inszeniertes Schauspiel am Sonntagmorgen in Frutigen: Wenn mehrere Ballons zur selben Zeit starten, sind Zuschauerinnen und Zuschauer, die dem einzigartigen Spektakel beiwohnen, nicht weit. Kaum vorzustellen, dass die Schwerkraft gleich ausser Kraft gesetzt wird, dass die Heissluftballons gleich alle davonziehen. Dann geht es los. Die Ballons gehen ihrer Bestimmung nach, die Schwerkraft schwindet und die Spannung erreicht den Höhepunkt. Auch am Boden. Die Helferinnen und Helfer der Piloten schauen ihrem Ballon stolz hinterher und scheinen etwas beseelt zu sein. Nur für einen Augenblick. Dann wird in Windeseile alles in den Autoanhänger geladen und losgefahren. Wohin? Gute Frage. Denn beim Ballonfahren weiss zwar jeder, wo die Reise beginnt, aber niemand, wo



sie wirklich endet. Das hat mit Physik und ein bisschen auch mit Metaphysik zu tun. Doch die Berechnungen der Piloten waren dieses Mal goldrichtig. Rund 2.5 Stunden später werden die Ballons über Gstaad gesichtet. Farbenfroh, wunderschön und aufsehenerregend. Das Bordenteam ist in ständigem Funkkontakt mit den

Piloten, weiss quasi live wohin der Wind die Ballons hinträgt, steht kurz vor der Landung bereit, den Ballon sicher auf den Boden zu bringen. Doch ganz so einfach und berechenbar, ist es dann eben doch nicht. Die Landung hängt ganz von den lokalen Winden ab, von den geeigneten Plätzen und der Topografie. Und kann immer wieder neu definiert und verworfen werden.

Eines ist sicher: Die Piloten sind so routiniert, dass sie sofort erkennen, ob, wie und wo sie landen können, bleiben geduldig und wissen, der richtige Moment wird kommen. Dann ist er da und der Ballon sinkt ruhig zu Boden. Es steigen nicht nur ein zufriedener Pilot aus, sondern vor Glück strahlende Passagiere, die immer noch sprachlos sind. Die das aussergewöhnliche Erlebnis noch lange in Erinnerung halten. Die noch viel später schöne Geschichten erzählen. Und ganz nebenbei Werbung für den Piloten und den Sponsor machen. Eine wirkliche Win-win-Situation. Denn eine Fahrt im Heissluftballon löst viel Begeisterung und auch etwas Ehrfurcht aus.

Mit Sponsoring abheben

Fragen an Hans Fischer, CEO SIBIRGroup

homeLIFESTYLE Hans Fischer, der SIBIR-Heissluftballon hat ein beeindruckendes Design und wird ab sofort am Schweizer Himmel sichtbar sein. Was assoziieren Sie mit diesem Ballon?

Hans Fischer «The sky ist the limit», bringt es – etwas plakativ – auf den Punkt. Die SIBIRGroup wächst und transformiert sich zum zeitgeistig agierenden Anbieter im Bereich Allmarkenreparatur-Services für Haushaltsgrossgeräte. Die Symbolik des smart, nachhaltig und unaufhörlich steigenden, respektive fahrenden Heissluftballons, passt hervorragend. Und ausserdem ist ein Heissluftballon auch einfach schön anzusehen.

Ein lohnenswertes Sponsoring und ein ideales Marketinginstrument?

Ein emotional lohnendes Investment auf jeden Fall. Wir erhalten regelmässig Rückmeldungen, wenn das Team Gauch mit dem SIBIR-Ballon am Himmel vorüberzieht.

Wie gut ist die Marke SIBIR in der Schweiz verankert?

SIBIR ist ein Traditionsunternehmen und stand während der ersten Jahrzehnte nach der Gründung 1945 als Symbol für Kühlschränke schlechthin. Obwohl die Produkte-Palette und die Geschäftsfelder nun deutlich breiter gefasst sind, besteht diese Assoziation auch heute noch.



Sie haben die sehr lange Schweizer Tradition von SIBIR angesprochen. Welche Werte vertritt das KMU denn heute?

Neben gutschweizerischer Produkte- und Servicequalität ist Nachhaltigkeit seit vielen Jahren ein Thema. Wird SIBIR zu Reparaturen gerufen, werden rund 70 Prozent der Geräte repariert und nur 30 Prozent ausgetauscht. Im Markt sind teilweise umgekehrte Verhältniszahlen anzutreffen.

Also passen die zeitgeistigen SIBIR-Werte gut mit dem Image eines Heissluftballons zusammen?

Auf jeden Fall.

Die Pandemie, der Krieg – die vergangenen Monate waren auch für die Wirtschaft nicht einfach. Werden Sie künftig bestrebt sein, bezüglich Ihrer Produkte weniger vom Ausland abhängig zu sein?

Die Services betreffend, ist das – abgesehen von Ersatzteilen – weitgehend möglich. Auch was die Zusammenarbeit mit der Muttergesellschaft V-ZUG mit ihren Schweizer Produktionsstandorten anbelangt. SIBIR bezieht aber auch Apparate aus verschiedenen anderen Ländern und bleibt in entsprechenden Abhängigkeiten.

Welche Projekte haben Sie in der Pipeline und mit welchen Dienstleistungen heben Sie ab?

Wir machen Prozesse smarter und das Kundenerlebnis exzellenter. Dies für unsere Geschäftskunden, deren Mieterschaft und für die Privatkundinnen und -kunden mit eigenem Wohneigentum. Für Letztere bieten wir neben den Garantieverlängerungen und Service-Abonnements neu auch jährliche Gerätechecks in Erst- und Zweitwohnungen an.



BILDER TIM X. FISCHER

«Wir erhalten regelmässig Rückmeldungen, wenn das Team Gauch mit dem SIBIR-Ballon am Himmel vorüberzieht.»



Voll von Kreativität

Herrliche Pastavariationen auf dem Teller sind gern gesehene Gäste. Mal gefüllt mit Wildschwein und Holunder, mal mit Apfel-Thymian und Honig – der Geschmack ist harmonisch, die Kreativität Programm. Bei der Berner Pasta-Manufaktur Ingredienza kommen nur ausgesuchte Zutaten in die Füllung.

Text Simone Leitner, Bilder Tim X. Fischer

Ingredienza, so heisst die Berner Pasta-Manufaktur, die sich schweizweit einen Namen gemacht hat. Längst ist die Pasta fester Bestandteil des Berner Märits und in der Schweizer Gastronomie sowie Hotellerie nicht mehr wegzudenken. «Ingredienza» heisst übersetzt aber auch Zutat – und genau auf diese fokussiert sich das Nudelunternehmen mit grosser Sorgfalt. Sei es der Teig, die Füllung, die Verpackung oder der Lieferservice – beim Berner Pasta-Unternehmen stimmt alles, stimmt jede einzelne Zutat. Und noch viel mehr. Denn die Kreativität und die Perfektion, die das ganze Team in die Pasta legen, sind gewaltig. Mal würzig gut, mal exotisch fein oder mal Bekanntes in besser – die Harmonie der Füllungen ist aussergewöhnlich. Dass die Zutaten aus der Region stammen, ist für Inhaber Rolf Thalheim eine Selbstverständlichkeit. «Da wir seit Jahren unsere Teigwaren auf dem Berner Wochenmarkt anbieten, haben wir uns ein breites Netz an Landwirtschaftsbetrieben aufgebaut, welche uns mit Gemüsen

und Kräutern beliefern. Einen grossen Teil unserer Produkte stellen wir in lizenzierter Bio-Qualität her, aus Überzeugung und Liebe zum besseren Produkt», betont der leidenschaftliche Pasta-Produzent und Unternehmer.

Die Freude an den feinen, aber auch schönen Produkten teilen alle Mitarbeitenden von Ingredienza. So sehen die Gnocchi, Ravioli, Nudeln oder die Teigwaren mit Spezialfüllung wie schicke Designprodukte aus und ziehen auf jedem Teller eine willkommene Show ab. «Mit unseren Kreationen zeigen wir, wie abwechslungsreich Teigwaren in Farbe, Form und Geschmack sein können», sagt Rolf Thalheim. Auch vegane Kundinnen und Kunden kommen bei Ingredienza nicht zu kurz. Das Sortiment an veganer Pasta mit Pastinaken, No-Muh oder Auberginen hinkt an Vielfalt, Intensität und Kreativität gegenüber dem restlichen Angebot in keiner Weise hinterher. Exklusivität pur zeigt das Unternehmen mit der Linie «Fatto a mano». Wie der Name sagt, werden diese Teigwaren

von Hand gefertigt. Jeder Safranstern und jedes Cuore d'amore mit Ricottafüllung ist somit ein Unikat. «Diese Linie ist ein Premiumprodukt und zielt auf Geniesserinnen und Geniesser, die das Exklusive lieben.» Rolf Thalheim ist Inhaber, Geschäftsführer und Pastaliebhaber. Als gelernter Koch kreiert er leidenschaftlich seit 30 Jahren sämtliche Rezepturen für Ingredienza, koordiniert das Tagesgeschäft, optimiert die betrieblichen Abläufe und pflegt den Kontakt zu Kunden, Lieferanten und Händlern. Nach wie vor steht er täglich in der Produktion. Nach wie vor sorgt seine kreative, schmackhafte und stylische Pasta für Furore.

www.ingredienza.ch

Raffinierte Schokolade

Sie nennen sich «Artisti del Cioccolato», kreieren ambitioniert und sehr erfolgreich Genussmittel: Willi Schmutz und Martin Schwarz sind begnadete Schokoladenkünstler und holen sich mit der Manufaktur Nobile Bestnoten.

Text Simone Leitner, Bilder Tim X. Fischer

Die Schokoladenkunst von Nobile ist leidenschaftlich, verrückt, kreativ und vor allem qualitativ hochstehend. Die «Artisti del Cioccolato» Willi Schmutz und Martin Schwarz prägten und prägen als Gründer und Mitinhaber das Unternehmen bis heute nachhaltig und präzise. Begonnen hat alles 2003 im Stammhaus in Bätterkinden, wo auch heute noch das Herz von Nobile schlägt – und dem zweiten Geschäft in der Berner Altstadt pralles Leben eingehaucht hat. Die Schokoladenkünstler fokussieren auf bestmögliche Qualität, auf nachhaltig regionale Zutaten und auf ihr Fingerspitzengefühl. Natürlich immer mit dem Ziel vor Augen, eine hervorragende Schokolade herzustellen. Angst vor aussergewöhnlichen Zutaten und ungewöhnlichen Kombinationen haben sie nicht. Im Gegenteil, die Schokoladenmanufaktur Nobile verbindet vordergründig konträre Zutaten zu harmonischen Geschmackserlebnissen. So viel Kreativität und Perfektion blieb auch den Branchen-Experten nicht verborgen und rückten Nobile ins internationale Rampenlicht: Pierre Marcolini, der 2020 zum besten

Pâtissier-Chocolatier der Welt gekürt wurde, hat Nobile als seine «liebste Schweizer Schokolade» bezeichnet. 2018 wurde Nobile vom Choco Guide als «Bester Chocolatier» der Schweiz gewählt. Und 2015 hat Georg Bernardini das Unternehmen mit der Bestnote von sechs «Kakao-Bohnen» als «Bester Chocolatier» der Schweiz ausgezeichnet und in die Top Ten der Pralinenhersteller der Welt gehievt.

Grosse Auszeichnungen für eine Schokolade, die sich in den letzten Jahren eigenen Namen und viele Geniesserinnen und Geniesser glücklich gemacht hat. Den Chocolatiers von Nobile geht die Neugier und der Pioniergeist nie aus. Handgemachte Pralinen, Truffes, Pavés, Caramello, Tartufi und vieles mehr: Nobile setzt bei allen Zutaten nach Möglichkeit auf Schweizer Produkte und auf Fairness. Die Heumilch in der exklusiven Couverture beispielsweise, mit der die einzigartigen Schokoladen-Kreationen gefertigt werden, stammt von Kühen aus dem Unesco Biosphärenreservat Entlebuch. Und die verwendeten Kakaobohnen werden unter kontrolliert fairen Bedingungen

und in langfristiger Zusammenarbeit direkt bei den Bauern oder Kooperativen eingekauft. Kurz: Nobile stellt komplexe Schokoladenkompositionen her, die auf allen Ebenen durchdacht – und dadurch noch genüsslicher sind.

Dass die kreativen Köpfe von Nobile ihr Wirkungsfeld rund um die Schokolade irgendwann erweitern würden, war zu erwarten. Also erkundeten Sie kurzerhand die Kunst des Glacémachens. Schnell war das Eis gebrochen und das Feuer entfacht – sie wurden zu begnadeten Gelatieri. Oder wie sie sich nennen: «Artisti del Gelato». 2021 eröffnete Nobile am Hauptsitz in Bätterkinden ihre Gelateria und verkauft nun auch noch Cooles zum Dahinschmelzen. Ohne Zweifel, es gibt bereits sehr gutes Glacé auf dem Markt. Doch die Kreationen von Nobile, wie beispielsweise die «Limone Costa D'Amalfi», übertrifft alle. Wer nun glaubt, die Produkte aus der Manufaktur in Bätterkinden haben Suchtpotenzial, liegt goldrichtig.

www.casa-nobile.ch



LIFESTYLE
KÄSE

Echte Qualität braucht keine Tricks

Der Sbrinz ist ein echter Schweizer: nachhaltig, traditionsreich und bodenständig. Ein Käse, der Geduld und Zeit braucht. Goldrichtig für den Jungkäser Stefan Bammert. Er produziert im Entlebuch prämierten Sbrinz.

Auch Dank der Berghilfe und Spenden.

Text Simone Leitner, Bilder Tim X. Fischer



AOP verpflichtet. «Für uns eine Selbstverständlichkeit, für unseren Abnehmer Emmi ein Versprechen.» Käser Stefan Bammert achtet leidenschaftlich auf die Richtlinien und die Qualität. Denn Sbrinz-Käsereien und Sbrinz-Milchproduzenten arbeiten nach strengen Richtlinien. Sei es die Verwendung von Zusatzstoffen oder gentechnisch veränderten Organismen – keine dieser Zutaten sind im Sbrinz AOP drin. «Mehr noch», betont der Käser, «sie sind verboten». Produziert wird der Sbrinz fast ausschliesslich

aus der Milch des Braunviehs, die im Sommer nur Gras und im Winter Heu fressen. Da werden weder Silofutter, Futtermittel tierischen Ursprungs noch Futterharnstoffe toleriert. Und wenn der Käse nach der Produktion früh morgens gepresst, gekehrt und schlussendlich mindestens 18 Monate gelagert wird, entsteht ein Sbrinz der Sonderklasse. Einer mit Goldmedaille. Im Entlebuch, gefühlt hinter den sieben Bergen, steht die kleine Käserei Rotmoos. Und wie es sich für einen Sbrinz AOP

gehört, stammt alles aus der Nachbarschaft. Die Käsereigenossenschaft Rotmoos wurde im Jahre 1934 im wunderschön gelegenen Unesco Biosphärengebiet Entlebuch gegründet. Und seit 1960 wird hier der prämierte Sbrinz-Käse produziert und gelagert. Pro Jahr werden in der Käserei Rotmoos rund 600 000 Liter Milch verarbeitet, die von sechs Milchproduzenten aus der unmittelbaren Umgebung geliefert werden. Auch der Genossenschaftspräsident und Landwirt Lukas Epp liefert Milch.

Der Bauer ist stolz auf den guten Käse und froh, dass der Sbrinz nach wie vor produziert wird. Er erzählt, wie es in den letzten Jahren um die Käserei Rotmoos stand, wie der kleine Betrieb in die Jahre gekommen und eine Renovation dringend nötig war. «Doch es fehlte uns das Geld, die Käserei zu modernisieren und für einen jungen Käser attraktiv umzubauen.» Da auch noch ein Generationenwechsel bevorstand, gelangte die Käseereignossenschaft Rotmoos an die Schweizer Berghilfe. «Wir haben uns beworben und hatten grosses Glück: Unser Projekt wurde unterstützt.» Jetzt hat die Käserei neue Räume, einen neuen Käser und eine neue Idee: Der junge Fachmann Stefan Bammert will neben dem Sbrinz, den er an die führende Herstellerin von hochwertigen Milchprodukten Emmi liefert, auch eine Eigenproduktion für den freien Verkauf kreieren und produzieren. Darauf freut er sich. Und die Genossenschaft hat einen Spezialisten, der mit viel Herzblut arbeitet. Was der Sbrinz für den Käseproduzenten Bammert bedeutet, wird beim Gespräch zwischen all den grossen Käseläuben schnell klar: alles. Und wo sein Sbrinz in der Küche verwendet werden kann, weiss er treffsicher. «Überall wo Parmesan im Spiel ist, dort kann Sbrinz verwendet werden. Käser Stefan Bammert macht kein Geheimnis aus seinem persönlichen Verhältnis zu Parmesan: «Ich essen keinen.» Er hat in seinem Leben noch nie Parmesan gegessen. «Kein Interesse», betont Bammert. Dass das Image des Sbrinz nicht der Güte des Käses entspreche, das stört nicht nur den Käser. Auch Lukas Epp würde es begrüssen, wenn die Schweizerinnen und Schweizer die Vorzüge, die Nachhaltigkeit und die Exzellenz des Sbrinz vermehrt erkennen würden. Wie? «Es bräuchte viel Werbung», sind sich die anwesenden Fachleute einig. Doch für solche Kampagnen würde wohl das Geld fehlen, mutmassen sie. Oder gute Ideen. Oder beides.



Was der Sbrinz für den Käser Stefan Bammert bedeutet, wird beim Gespräch zwischen all den grossen Käseläuben schnell klar: alles.

Der Schweizer Traditionskäse hätte es mit Sicherheit verdient: Sbrinz ist ein extraharter Vollfettkäse mit 45% Fett in der Trockenmasse. Er braucht Zeit, sehr viel Zeit. Das Mindestalter für den Konsum ist 18 Monate. Dann ist er ideal zum Hobeln. Das volle Aroma entwickelt er aber erst mit 22 Monaten. Und das perfekte Alter für den Konsum beträgt 24 Monate. Je älter ein Sbrinz ist, desto aromatischer und würziger wird sein Bouquet. Er ist der einzige Schweizer Käse, der sich auf drei verschiedene Arten geniessen lässt: gerieben, gestückelt oder gehobelt. Hergestellt wird er wie vor vielen hundert Jahren. Auch wenn in Käsereien einiges modernisiert wurde, der Sbrinz hält die Tradition hoch. Und schnell geht sowieso nichts. Die Sbrinz-Käser wissen: In der Ruhe liegt die Kraft – und im Fall des Sbrinz auch der Geschmack. Dieser wird seit dem 16. Jahrhundert nach traditioneller Methode in Handarbeit und in Kupferkesseln hergestellt. Und das in perfektem Einklang mit der Natur: Ausser Rohmilch, Lab, Kulturen und Salz enthält der Sbrinz keine weiteren Zutaten oder Zusatzstoffe. Echte Qualität braucht eben keine Tricks. Davon ist auch der junge Käser Stefan Bammert überzeugt.

Die Berghilfe

Die Schweizer Berghilfe ist eine Stiftung, die ausschliesslich durch Spenden finanziert wird und das Ziel verfolgt, die Existenzgrundlagen und die Lebensbedingungen im Schweizer Berggebiet zu verbessern. Seit 1943 unterstützt die Berghilfe Projekte, die Arbeitsplätze und Wertschöpfung im Berggebiet schaffen. Damit wirkt sie der Abwanderung entgegen und sorgt dafür, dass die Bergregionen auch in Zukunft lebendig bleiben. Die Berggebiete der Schweiz bilden einen inspirierenden Lebensraum. Die Schweizer Berghilfe fördert mit finanziellen Beiträgen Projekte initiativer Menschen zur Weiterentwicklung ihres Lebensraums. Ehrenamtliche Expertinnen und Experten gewährleisten den wirkungsvollen Einsatz der Spendengelder. Auch die Wirtschaft spendet der Berghilfe. Die SIBIRGroup beispielsweise hat anstelle von Kundengeschenken an Weihnachten 2021 für das Projekt «Käserei Rotmoos» Geld gespendet.

LIFESTYLE

GOLF



Entspannt Golf spielen – und das Handicap verbessern

Die Mentaltrainerin Christine Weber bietet Coachings für stressfreie Runden auf dem Golfplatz an. Dafür verbindet sie Mentaltraining, Strategie, Achtsamkeitspraxis und Meditation. Der wichtigste Faktor: Herauszufinden, wie die Spieler mit Ball und Schläger zaubern können, nicht weshalb sie es nicht können.

Interview Simone Leitner

Christine Weber, der Weltklasse-Golfstar Tiger Woods sagte in einem Interview, dass er seine Schläge in einem Turnier intuitiv macht. So intuitiv, dass er sich anschliessend nicht einmal mehr an die Situation erinnert. Können Sie das nachvollziehen?

Ja, «Flow» wird als ein erweiterter Bewusstseinszustand beschrieben, welcher eher einem Zulassen ähnelt als einem willentlichen Tun. Tiger Woods erzählt, er sei jeweils so tief im Hier und Jetzt absorbiert, dass er die Situation, das Ausführen des Schlags, vergisst. Es fühle sich an, wie wenn er sich aus dem Staub macht, damit das Training den Schlag übernehmen kann.

Die meisten Golferinnen und Golfer sind auf eine einwandfreie Technik fokussiert. Wie sehen Sie als Mentaltrainerin und Coach das Golfspiel?

Ich sehe Golf als Ballspiel in einem Park. Gehen wir davon aus, dass eine Runde Golf 4 Stunden dauert, dann schlagen wir nur während 3 Minuten Bälle! Rechnet man die Schlagvorbereitung mit ein, dann spielt man auf einer Golfrunde 10% Golf und 90% nicht Golf. Die Zeit zwischen den Schlägen, also die 90% des „nicht Golf-Spielens“, beeinflussen das Spielverhalten und unsere Schläge enorm. Diese Zeit ist Quality-Time, welche für die mental-körperliche Regeneration genutzt werden kann.

Und wie wichtig ist die Golftechnik?

Mit dem Fokus auf einer einwandfreien Technik erhoffen sich viele Golfspielerinnen und -spieler eine bessere Runde. Aber exakt diese Erwartung erzeugt Druck, der den Körpertonus erhöht und als Konsequenz zu technischen Fehlern führt. Golferinnen und Golfer haben

kein Problem mit der Technik, sondern mit zu viel Anspannung im Körper während des Schlags. Daher ist meines Erachtens ein Perspektivenwechsel nötig, damit Golfer ein Spieler-Mindset entwickeln. So kann unnötiger Druck vermieden und das Spiel in vollen Zügen genossen werden.

Was ist denn ein Spieler-Mindset und wie wird dieses entwickelt?

Golf ist nicht fair und ist ein koordinativ äusserst komplexer Sport. Jeder muss lernen, Fehler nicht persönlich zu nehmen und Golf als taktisches Spiel zu geniessen. Zum Golfen braucht es mental-emotionale Resilienz, welche man sich auf dem Platz und in wettkampfähnlichen Trainings aneignen kann. Das Spiel gewinnt, wer weniger Schläge benötigt. Dafür braucht man keine hübschen Golfschwünge,

sondern das Verständnis, wie man punkten kann. Nämlich mit einem hervorragenden Kurzspiel, der konsequenten Strategie, Strafschläge zu vermeiden und Druck zu reduzieren. So nimmt man automatisch weniger Risiko in Kauf und behält den Ball im Spiel. Meine Kunden lernen in den Coachings, dies in ihr Spiel zu integrieren.

In Ihren Golfcoachings verbinden Sie Mentaltraining, Strategie, Achtsamkeitspraxis und Meditation. Das Ziel: Eine stressfreie Runde auf dem Golfplatz geniessen zu können. Sind die Trainings für alle Spielstärken und Golfer ein Gewinn?

Ja, selbstverständlich. Golf ist einfach, wir stehen uns nur oft selbst im Weg. Ich habe bereits erwähnt, wie mit guter Strategie und einem Spieler-Mindset Schläge gespart werden können. Aber nicht alle Kunden kommen in meine Kurse, weil sie ihr Handicap verbessern wollen, sondern viel mehr, um Golf mehr geniessen und um Stress abbauen zu können. Und ich bin Fan der Achtsamkeitspraxis, denn man braucht nichts anderes zu tun, als das Hier und Jetzt über die Sinne wahrzunehmen. Dies ist äusserst regenerativ für Körper und Geist. Achtsamkeit ist keine meditative Versenkung, man kann mit den Mitspielern sprechen, die Landschaft geniessen, die Füsse auf dem Fairway spüren. Es ist eine Meditation bei vollem Bewusstsein.

Das heisst, die Achtsamkeit kann während der Golfrunde sogar beflügeln?

Wer die Zeit zwischen den Schlägen mit Achtsamkeitspraxis ausfüllt, wird sprudelnd vor Energie und Lebensfreude von Loch 19 ins Apéro gehen. Die Corona-Pandemie und der Krieg in Europa ist sicherlich für viele Menschen ein Weckruf und zeigt deutlich auf, wie kostbar das Heute ist. Morgen kann alles anders sein. Es ist nicht selbstverständlich, dass wir gesund sind und Golf spielen dürfen. Dankbarkeit ist ein Schlüssel für gutes Golf, wussten Sie das?



Christine Weber ist
Mentalcoach und lehrt
stressfreies Golfen.

HANDOUT

Wo liegt die grösste Unsicherheit bei den Spielerinnen und Spielern auf dem Golfplatz?

Viele Golfspielende wissen nicht, was sie tun müssen, um den Spielfluss zu finden. Sie haben keinen Ablauf, keine Strategie, auf die sie sich wirklich abstützen können und sind so ständig damit beschäftigt, zu flicken und anzupassen. Wenn man bei jedem Schlag die Technik justiert oder bei jedem Loch einen anderen mentalen Trick anwendet, fehlt der Boden für das Selbstvertrauen im Golf.

Sie sagen, dass der Körper über alle Voraussetzungen verfügt, um mit Ball und Schläger zu zaubern. Erkennen Sie bei einem Private Coaching, warum Ihre Kundinnen und Kunden nicht zaubern können und was sie blockiert?

Der wichtigste Faktor ist herauszufinden, wie die Kunden zaubern können, nicht weshalb sie es nicht können. Wenn ich sehe, dass eine Kundin oder ein Kunde einen lockeren Probeschwingung macht und dann vor dem Ball beinahe versteinert, suche ich mit ihnen eine Lösung für diese Blockade. Vielleicht braucht es einen anderen Fokus während des Schlags, um das Denken auszuschalten. Vielleicht muss der Schlag einfach anders bewertet werden – oft sind wir ja so streng mit uns selbst, dass wir schon vor dem Schlag Angst haben vor unserer Selbstkritik.

Können negative Gedanken tatsächlich dem Handicap schaden?

Diese Frage ist nicht so trivial, wie sie scheint. Es geht nicht darum, ob Gedanken positiv oder

negativ sind, sondern ob es gelingt, die Aufmerksamkeit in der bevorstehenden Aufgabe – dem nächsten Schlag – zu verankern. In der ersten Frage dieses Interviews sprachen wir über Tiger Woods. Auch er hat negative Gedanken, doch er hat es gemeistert, in der Schlagvorbereitung mit allen Sinnen (und nicht allen Gedanken!) ins Hier und Jetzt einzutauchen. Das ist der Schlüssel zum Flow. Und auch der Schlüssel zu Glück und Zufriedenheit.

Oder anders gefragt: Finden sich Golfspielerinnen und Golfspieler nach einem Coaching mit Ihnen besser auf dem Platz zurecht?

Diese Rückmeldung erhalte ich regelmässig von meinen Kundinnen und Kunden. Ich möchte Trainingsgruppen aufbauen, in der zum Beispiel alle 2 Wochen trainiert und 9 Loch gespielt wird. Das Golfer-Mindset integriert sich nicht von heute auf morgen. Diesen Prozess möchte ich begleiten.

Sie bieten auch mehrtägige Retreats auf dem Golfplatz Gonten an, wo «Golfen im Flow» auf dem Programm steht. Bereichert diese aussergewöhnliche Inspiration ausschliesslich das Golfspiel oder auch das Leben?

Golf ist das Leben. Ich liebe diese mehrtägigen Retreats, ich nenne Sie auch «Anti-Stress-Retreat für dich und dein Golfspiel». Ich versuche den Teilnehmenden eine Erfahrung von Flow zu ermöglichen. Für mich sind diese Retreats die grösste Inspiration überhaupt, sie sind pures Leben! Und die Lokalitäten sind aussergewöhnlich: Golfen mit Sicht auf den Säntis und Übernachtung in einem Kloster im Zentrum von Appenzell. Dort verweben wir Meditation, Achtsamkeitspraxis und Golf-Mentaltraining mit dem Ziel, die erfahrene Stille im Golfspiel zu integrieren. Dann nehmen wir uns Zeit, eine starke Schlagvorbereitung aufzubauen, um das Können zuzulassen und das Spieler-Mindset zu entwickeln.

www.birdieputt.ch



Stock Adobe.com

Nachhaltiges Green

Wenn es um Nachhaltigkeit im Golfsport geht, steht die Branche zusammen und europaweit vor den gleichen Aufgaben. Aktuell ist eine gute Zeit, um in Nachhaltigkeit zu investieren.

WETTBEWERB

Mit etwas Glück gewinnen Sie ein Halbtages-Coaching mit Christine Weber von zirka 4 Stunden. Dieses Coaching beinhaltet ein gemeinsames Einspielen, eine 9-Loch-Rundenbegleitung mit Coaching, die Reflektion des Spiels nach der Runde und Hilfe zum Selbstcoaching.

Beantworten Sie diese Wettbewerbsfrage:

Auf welchem Golfplatz findet das Retreat «Golfen im Flow» statt?

Schicken Sie Ihre Antwort bis spätestens 31. Oktober 2022 an:

homeLifestyle | Buchenweg 32

4571 Lüterkofen

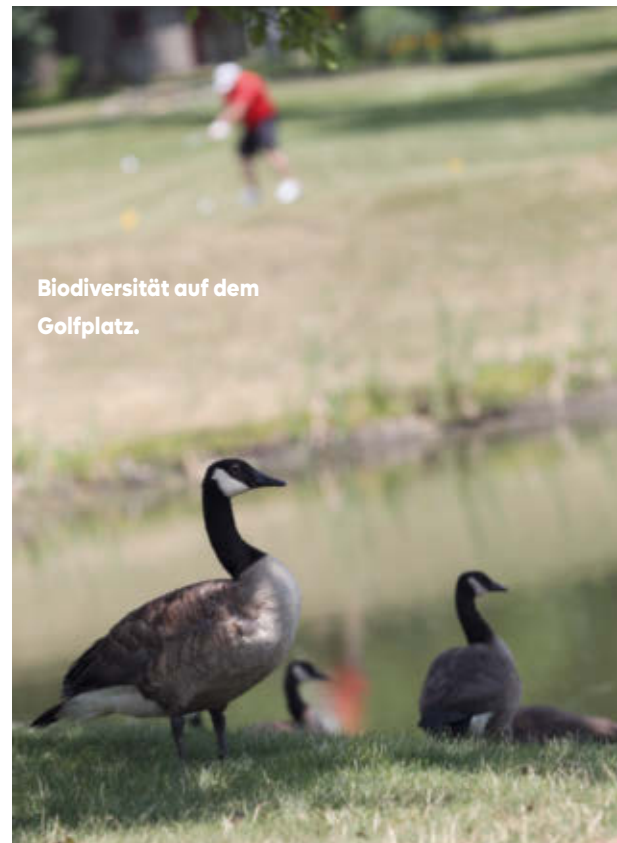
oder per Mail:

wettbewerb@homeLifestyle.ch

(Keine Barauszahlung. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt.)

Der Europäische Golfverband EGA organisierte im Mai 2022 in Amsterdam ein Treffen für seine Mitgliederverbände. Dies mit dem Ziel, Nachhaltigkeitsexperten aus Europa und aus den nationalen Golfverbänden zusammenzubringen. 18 Delegierte aus insgesamt 17 angeschlossenen Verbänden nahmen – vor Ort oder online – an der Veranstaltung teil. Die Schweiz war durch Alicia Moulin, Managerin Nachhaltigkeit bei Swiss Golf, vertreten.

Beim Treffen in Amsterdam präsentierten die Verantwortlichen jedes teilnehmenden Verbands die Herausforderungen, die sich dem Golfsport im eigenen Land aktuell stellen. Besonders wertvoll in diesem Zusammenhang waren die Informationen der Teilnehmenden, wie sie als Verband auf diese Herausforderungen reagieren und welche Möglichkeiten in Europa gesehen werden, um Nachhaltigkeit im Golfsport zu fördern. «Es wurden faktengestützte Lösungen für spezifische Themen wie dem Einsatz von Pestiziden, Wasserknappheit oder Biodiversität vorgestellt», erklärt Nachhaltigkeitsmanagerin Alicia Moulin. «Beim Thema Wasser müssen wir uns mit den gleichen Problematiken befassen, wie die anderen europäischen Verbände. Obwohl es im Wasserschloss Schweiz zwar weniger um die Verknappung dieser Ressource geht, vielmehr darum, Wasser



Biodiversität auf dem Golfplatz.

nicht zu verschmutzen», sagt Moulin in einer Mitteilung von Swiss Golf. Erklärtes Ziel ist es, mit den Themen Biodiversität und pestizidfreie Golfanlagen eine verstärkte Kommunikation anzugehen, die das Image des Golfsports in der breiten Bevölkerung positiv prägt.

LIFESTYLE

WELLNESSHOTEL GOLF PANORAMA

Kulinarik, Genuss und Golf

BILDER HANDOUT

Das Wellnesshotel Golf Panorama in Lipperswil im Kanton Thurgau liegt eingebettet zwischen der voralpinen Hügellkette und dem Bodensee, im Dreiländereck Schweiz, Deutschland und Österreich. Mit viel Freude und Engagement führt Hoteldirektor Alexandre Spatz das 4-Sterne-Superior Design- und Wellnesshotel mit 42 Doppelzimmern, 10 Suiten und 2 Appartements. Kulinarik auf höchstem Niveau bietet Küchenchef Peter Vogel im mit 14 Gault-Millau-Punkten ausgezeichneten Restaurant Lion d'Or. Mit dem 18-Loch- und 9-Loch-Golfplatz sowie mit dem 2000 m² grossen Wellnessbereich «Fleur de Pomme» spricht das Hotel leidenschaftliche Golfer und Wellnessbegeisterte gleichermaßen an.

Wo heute erlesen gespeist und luxuriös genächtigt wie gewellnesst wird, standen ursprünglich die Stallungen einer grossen Schweinezucht. Am 18. Juni 2010 eröffnete das Wellnesshotel Golf Panorama seine Türen in Lipperswil. Der Bau wurde nach den Richtlinien für Umweltschutz realisiert. 70 Prozent der Heizenergie bezieht das 4-Ster-

2010 eröffnete das Wellnesshotel Golf Panorama seine Türen in Lipperswil. Der schöne Hotelbau wurde nach den Richtlinien für Umweltschutz realisiert.





ne-Superior Design- und Wellnesshotel über Erdwärme, und sämtliche Kühlungen laufen über Verbundkühlanlagen, deren Abwärme zur Warmwasseraufbereitung genutzt wird. Zudem werden die Klimaanlage in den Südzimmern über einen Druckschalter in den Fenstern gesteuert. Auch in der Küche wird mit modernster Energietechnik wie Induktion oder Infrarot mit Topferkennung gearbeitet. Besonders umweltfreundlich ist das Heizen mit Biogas: Das Wellnesshotel Golf Panorama verwertet den Bioabfall separat in einer Biogasanlage und fördert so CO²-neutrale Energie.

Grosse Fensterflächen holen das Grün von aussen nach innen, und ruhige Braun- sowie Cremetöne signalisieren Erdverbundenheit. Dass der schlichte und doch edle Bau sich so harmonisch in die Landschaft schmiegt, ist der Verdienst von Thomas Graf,

G2 Architekten in Altnau/TG: «Es war uns sehr wichtig, die bezaubernden Schönheit dieser Landschaft zu berücksichtigen und überall natürliche und sehr wertige Materialien zu verwenden.» Dies widerspiegelt sich auch in der Inneneinrichtung von Markus Kirchhofer, Bel Etage in Willisau/LU wider: Eine lebende Pflanzenwand (3,10 m x 3,70 m) mit hellgrünem Ficus pomelia empfängt den Gast beim Eintritt in die Lobby. Auf zusätzliche Kunst wird ganz bewusst verzichtet – die überall durch riesige Fensterflächen hereinströmende Natur ist ausreichend. Die Natur findet sich auch als Stoffbespannung in floralem Design an den Wänden in den Gängen wieder, welche zu den Zimmern, Suiten und Appartements des Hotels führen.

www.golfpanorama.ch

WETTBEWERB

Mit etwas Glück gewinnen Sie eine Übernachtung für zwei Personen mit Halbpension und freier Nutzung des Wellnessbereiches.

Beantworten Sie diese Wettbewerbsfrage:

Wie heisst das Gourmet-Restaurant?

Schicken Sie Ihre Antwort bis spätestens 31. Oktober 2022 an:

homeLifestyle | Buchenweg 32

4571 Lüterkofen

oder per Mail:

wettbewerb@homeLifestyle.ch

(Keine Barauszahlung. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt.)

LIFESTYLE

KEMPINSKI PALACE ENGELBERG

Naturtalent mit Glamour



**Gute Aussicht:
Der Glam des
Kempinski Palace tut
Engelberg gut.**



Wenn in Engelberg die Sommersaison zur Höchstform aufläuft und die Sonne zum Wandern oder Golfen einlädt, dann ist die Zeit reif, eine unvergessliche Auszeit im Kempinski Palace Engelberg zu geniessen.

Simone Leitner

Lange ist es noch nicht her, als das Kempinski Palace Engelberg Tür und Tor öffnete. Seit Sommer 2021 zeigt das erste Fünf-Sterne-Hotel in Engelberg wie schön, harmonisch und sportlich, Luxus in den Alpen sein kann – ein einzigartiges Hotel aus der Belle Epoque für die nächste Generation neu interpretiert. Ein Zusammenspiel aus Natur, Geschichte und Moderne macht es zu etwas ganz Besonderem. Das wissen die Gäste zu schätzen: Schon in der ersten Wintersaison hat das Hotel überzeugt. Das Kempinski Palace Engelberg im authen-

tischen Klosterdorf auf 1000 Metern Höhe ist aber weit mehr als ein weiterer, exklusiver Treffpunkt in den Schweizer Bergen – es gibt der Destination eine neue Bedeutung. Denn Engelberg schaut auf eine lange Tradition zurück, setzt auf eine naturbelassene Bergwelt, steht für abwechslungsreichen Sport und beschreibt sich als schlichte Destination. Dennoch, der Glam des Kempinski Palace tut Engelberg gut, bringt neue Gäste und Boutiquen in den Ort. Aber auch ein geschichtsträchtiges Gebäude zurück. Der historische Hotelteil von 1904 bildet zusammen mit dem modernen Neubau eine harmonische Einheit. Mit seiner einzigartigen

Kombination aus zeitloser Eleganz und Modernität, Tradition und Innovation lässt das Palace Engelberg die Geschichte eines bedeutenden Schweizer Grandhotels wieder aufleben.

Auf den ersten Blick erscheint das Hotel mit seinen gut aufeinander abgestimmten Farben dezent exklusiv. Auf den zweiten Blick zeigt das Kempinski aber durchaus auch Opulenz. Im Detail perfekt, in der Ausführung vollendet. Längst ist der Afternoon Tea in den Schweizer Grandhotels zur beliebten Institution geworden. Das Kempinski Palace Engelberg gibt der Tradition noch eine Stildimension mehr. Auf Wedgwood-Geschirr der

LIFESTYLE

KEMPINSKI PALACE ENGELBERG

farbenfrohen Wonderlust-Collection werden englische Klassiker serviert und herrliche Inspirationen präsentiert. Schön, dass diese und andere kulinarische Highlights im Kempinski Engelberg auch von externen Gästen gerne genossen werden. Aber mehr dazu später.

Denn nach all den ersten Eindrücken lockt die imposante Bergwelt rund um Engelberg. Der Titlis ist ein traditionsreicher Sehnsuchtsort vieler internationaler Gäste. Also nix wie rein in die Wanderschuhe und ab auf den Berg. Oder zum Mountainbiken, Trotti Biken, zum Rudern auf dem Trübsee, Klettern am Graustock oder Abheben mit der Zipline. Engelberg ist ein Naturtalent mit Weltruf. Und mit viel Klasse – auch für Golferinnen und Golfer. Denn den 18-Loch Golfplatz Engelberg zu spielen, ist ein aussichtsreiches Vergnügen. Das gilt übrigens für alle Handicap-Klassen. Wirklich schwierig ist der Platz nicht; Wasserhindernisse und Bunker sind aber gut platziert und belohnen ein präzises, eher defensives Spiel. Und je nach Spielrichtung können die faszinierenden Ausblicke auf die herrliche Bergwelt auch mal ablenken. Doch wer sein Spiel strate-

gisch angeht und zur Sicherheit einen Blick in den Birdie-Maker wirft, dem bietet sich Engelberger Golfplatz vor allem eins: aussichtsvoller Genuss.

Zurück im Hotel warten 129 stilvolle Zimmer und Suiten, verschiedene Seminar- und Tagungsräume mit eindrucksvoller Ausstattung, ein einzigartiger Infinity-Pool auf dem Dach mit Fitness- und Wellnessbereich, eine Bar und ein Restaurant oder der Kid's Club sind nur einige Angebote, die das Kempinski Palace Engelberg auszeichnen. Vor allem das kulinarische Angebot ist vielfältig und ausgezeichnet. Das Fine Dining Restaurant Cattani wird von der Küchenchefin Michèle Müller und einem engagierten Team professionell und leidenschaftlich geführt. Der Restaurantname ist eine Hommage an die Familie Cattani, die um 1850 Engelberg als Kurort etablierte. Und im Jahr 1865 das Hôtel & Kurhaus Titlis eröffnete. Es war Eduard Cattani, der das Hotel Titlis, die Kuranstalt und das Grandhotel Winterhaus erbaute, die heute gemeinsam das Kempinski Palace Engelberg bilden. Als Bürgermeister, Statthalter und Oberrichter prägte er die Ent-

wicklung Engelbergs, getrieben von Innovationsgeist und dem Erhalt von Tradition. Eine Philosophie, die zu Europas ältester Luxushotelgruppe bestens passt – seit dem Jahr 1897 kümmert sich Kempinski auf der ganzen Welt darum, Geschichte zu schreiben und empfängt Gäste in historischen Gebäuden bis hin zu modernster Architektur.

Und wer Kempinski kennt, weiss, dass die Kulinarik nicht nur einen hohen Stellenwert hat, sondern gekonnt gefeiert wird. Konzeptionell wie architektonisch. Im Restaurant Cattani heisst die Küchenchefin Michèle Müller, reiste vom Hotel Adlon Kempinski Berlin in die Schweizer Berge und schwingt nun ihren raffinierten Kochlöffel in Engelberg. «Farm-to-Table» ist Programm, hochwertige Zutaten ein Versprechen und kreative Menüs die Essenz. Das Kempinski Palace Engelberg ist für sich schon eine Reise wert. Doch die Lage mitten in der faszinierenden Bergwelt von Engelberg macht das Grandhotel einfach zu einem Must-see.

www.kempinski.com



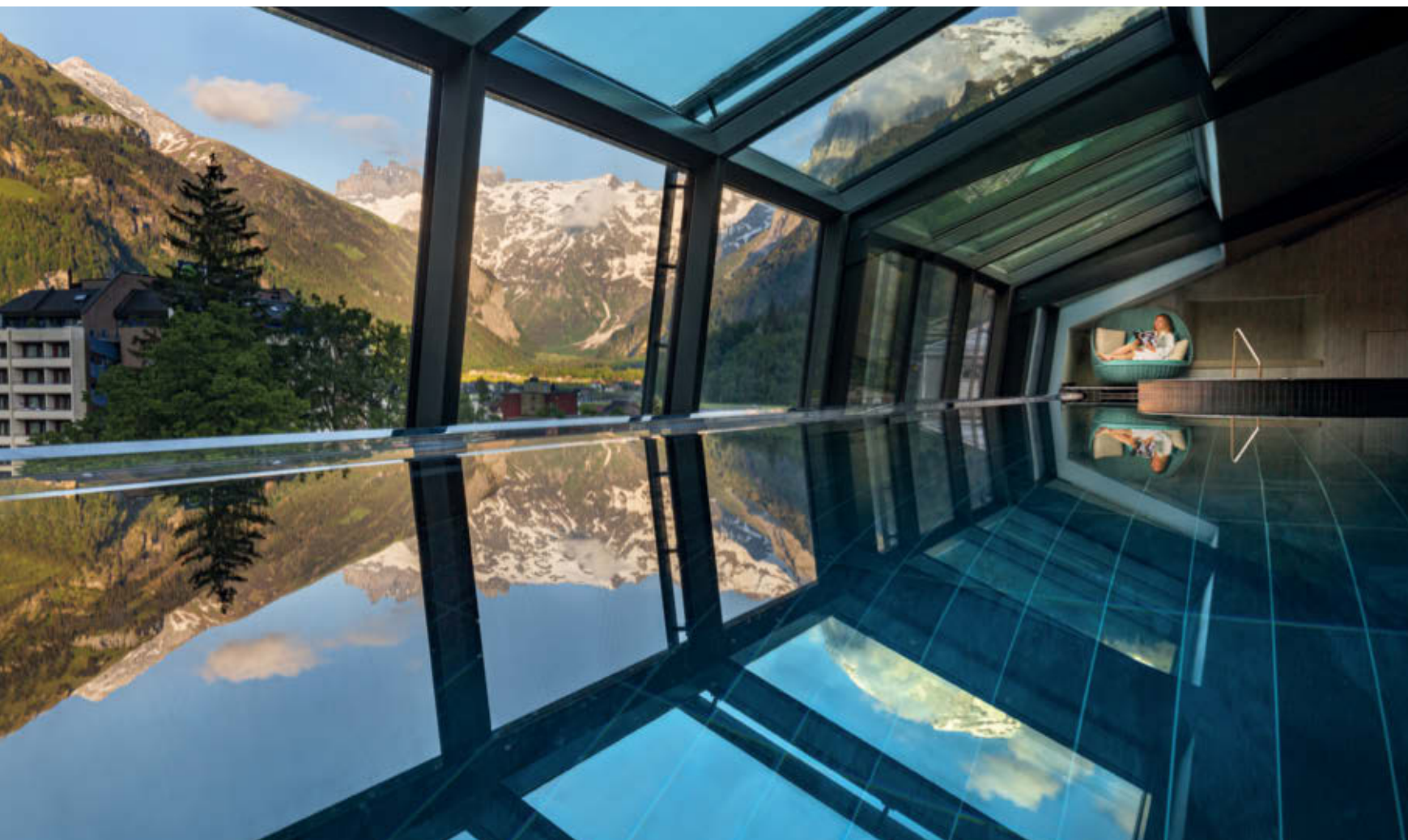
Golf

Gäste des Kempinski Palace Engelberg profitieren nicht nur von den speziellen Vorzugskonditionen für die Greenfee, sondern haben auch die Möglichkeit, in den für Mitglieder reservierten Blockzeiten zu spielen – an Wochenenden und Feiertagen. Selbstverständlich können ausserdem die Teetimes mehr als sechs Tage im Voraus reserviert werden.

www.golfclub-engelberg.ch



Im Hotel warten stilvolle Zimmer und Suiten,
Restaurants, Seminar- und Tagungsräume sowie ein
einzigartiger Infinity-Pool auf dem Dach.



LIFESTYLE

HOTEL DER POSTWIRT

Tradition trifft modernen Alpen-Lifestyle

BILDERHANDOUT

Direkt im Zentrum des Örtchens Söll am Wilden Kaiser in Tirol steht das charmante, familiäre Hotel Der Postwirt. Geführt wird das Hotel mit viel Liebe und Leidenschaft von der Familie Bliem, die grossen Wert auf Regionalität legt, umweltschonendes Handeln für selbstverständlich ansieht und eng mit den heimischen Bauern zusammenarbeitet. Im Lifestyle-Hotel wird Freundlichkeit gelebt. Das spüren die Gäste gleich bei ihrer Ankunft, wenn sie mit einem Lächeln von Christina und Florian Bliem empfangen werden.

Nach einem grosszügigen Umbau im Jahr 2020 erstrahlt «Der Postwirt» mit 64 Zimmern und Suiten in neuem Glanz. Besondere Highlights sind die Panoramasuite und die Kaiser-Junior-Suite mit einzigartigem Blick auf die umliegende Bergwelt sowie der Infinity-Pool nur für Erwachsene auf dem Dach. Sorglos verwöhnt werden die Gäste mit allen Inklusivleistungen und der beliebten ¾-Pension für Geniesser und Geniesserinnen. Die neue Wasserwelt mit Indoor- und beheiz-

Geführt wird das stylische Hotel Der Postwirt mit viel Liebe und Leidenschaft von der Familie Bliem.





tem Aussenpool, Kinderplanschbecken, Familiensauna und 750 m² grossem Adults-only-Spa-Bereich mit topmodernem Fitnesscenter ergänzen das exklusive Angebot. Kulinarisch werden die Hotelgäste von morgens bis abends verwöhnt. Der Fokus liegt hier im Besonderen auf lokalen Produkten der Landwirte der Region. Das Highlight ist das 4-Gang-Wahlmenü am Abend.

Mit verschiedenen Angeboten bietet «Der Postwirt» seinen Gästen unvergessliche und einzigartige Erlebnisse in der Natur. In den sieben Erlebniswelten am Wilden Kaiser mit 15 Gondel- und Sesselbahnen können 700 km markierte Wanderwege und 350 km Rad- und Mountainbike-Wege entdeckt werden. 16 Golfplätze in unmittelbarer Nähe des Hotels lassen Golferherzen höherschlagen. Weitere Outdoor-Aktivitäten wie Klettern, River Rafting, Canyo-

ning, Trailrunning oder Paragliding lassen bei aktiven Urlaubern und Urlauberinnen keine Wünsche offen.

Der Postwirt****

Familie Bliem

Dorf 83, A- 6306 Söll

+43 5333 5081

servus@derpostwirt.at

www.derpostwirt.at

WETTBEWERB

Mit etwas Glück gewinnen Sie zwei Übernachtungen für zwei Personen im Lifestyle-Hotel Der Postwirt**** inklusive ¼-Verwöhn-pension und einer 30-minütigen Massage.

Beantworten Sie diese Wettbewerbsfrage:

In welchem Jahr wurde «Der Postwirt» umgebaut?

Schicken Sie Ihre Antwort bis spätestens 31. Oktober 2022 an:

homeLifestyle | Buchenweg 32

4571 Lüterkofen

oder per Mail:

wettbewerb@homeLifestyle.ch

(Keine Barauszahlung. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt.)

LIFESTYLE

DONNAFUGATA





Der Wein der Frauen aus Sizilien

Mille e una notte – Tausendundeine Nacht: Dieser herrliche Rotwein gilt in Italien als Ikone. Er kommt aus den Weingütern von Donnafugata auf Sizilien. Seine vielen «Geschwister» wie etwa der weisse Anthilia, der Chardonnay Chiaranda und der rote Sul Vulcano fallen alle mit weiblich inspirierten Etiketten auf.

LIFESTYLE

DONNAFUGATA



Witwe Gabriella Rallo (Mitte) hat ihrer Tochter José und ihrem Sohn Antonio das Unternehmen übergeben.

Elsbeth Hobmeier

Im Roman «Il Gattopardo» von Tomasi di Lampedusa flüchtet eine Königin nach Sizilien und findet auf Schloss Donnafugata Zuflucht. Diese Geschichte der «geflüchteten Frau» inspirierte nicht nur Luchino Visconti zum Film mit Alain Delon als Prinz Tancredi, sondern auch die Familie Rallo zum Namen für ihr Weingut.

Donnafugata – ihr Logo ist ein Frauengesicht mit wehenden Haaren – ist eng verbunden mit der Kultur und der Kunst von Sizilien. Dies beweisen auch die unverwechselbaren Etiketten ihrer Weine: Mal taucht eine Frau aus den Fluten des Meeres auf (Lighea), mal träumt sie mit geschlossenen Augen (Sedàra), mal genießt sie den sie umtosenden Wind (Anthilia).

Treibende Kraft hinter Donnafugata war Gabriella Rallo, die 1983 zusammen mit ihrem Mann Giacomo Rallo das Weingut gründete. Sie gab damals ihre Stelle als Lehrerin auf, um sich in Vollzeit um die Weinberge zu kümmern. Als eine der ersten Frauen Siziliens im Weinbusiness gilt sie als eine Pionierin des Qualitätsweinbaus. Sie begründete auch die Zusammenarbeit mit dem einheimischen Künstler

Stefano Vitale, der sämtliche Labels der Weine schuf. Heute ist Gabriella Witwe und hat das Unternehmen ihrer Tochter José und ihrem Sohn Antonio übergeben. Antonio ist Önologe und überwacht die Produktion der vier verschiedenen Weingüter Contessa Entellina, Vittoria, Ätna und Pantelleria, José kümmert sich um Marketing und Verkauf – und tritt

auch ab und zu als Musikerin auf, wenn sie die Eigenschaften ihrer Weine besingt, statt sie zu beschreiben.

Die Palette von Donnafugata ist gross und bietet für jede Gelegenheit und für jedes Gericht die passende Begleitung. Zum Aperitif oder auch zu Vorspeisen oder Fisch wählen wir den weissen Lighea aus der einheimischen Zibibbo-Traube (Moscato). Er ist frisch und mineralisch, ein aromatischer mediterraner Weisswein. Intensiv, vollmundig und nunaciert wirkt der Chardonnay Chiarandà, der teilweise in Holzfässern reift. Im Südosten von Sizilien wachsen die Nero d'Avola- und die Frappato-Trauben für den fruchtigen, würzigen roten Floramundi, der sowohl zu grilliertem Fleisch passt, aber auch zu Fisch geschätzt wird. Voller vulkanischer Energie zeigt sich der an den Hängen des Ätna gewachsene, aromareiche Fragore aus der einheimischen Traube Nerello Mascalese. Und eine einzigartige Persönlichkeit offenbart der weiche und runde Milla e Una Note, eine Cuvée aus Nero d'Avola, Petit Verdot und Syrah, die über ein Jahr in neuen Barriquefässern und dann noch fast zwei Jahre in der Flasche gereift ist. Er hat eine Lebensdauer von bis zu zwanzig Jahren und zählt zu den Wein-Ikonen Italiens. Eine absolute Spezialität und Rarität ist der bernsteinfarbene Süsswein Ben Ryé, ein Passito aus Pantelleria, der aus getrockneten Trauben gewonnen

wird und als einer der weltweit besten Dessertweine gilt.

Und wie gut Wein und Mode zusammenpassen, ist besiegelt: Donnafugata und Dolce & Gabbana erneuern ihre Zusammenarbeit, dank «Rosa», einem neuen Roséwein mit einer

fruchtigen und blumigen Persönlichkeit. Das ikonische Modelabel und das Qualitäts-Weingut verkörpern die Exzellenz unter dem Namen «Made in Italy» und teilen ihre Leidenschaft für die sizilianische Kultur.

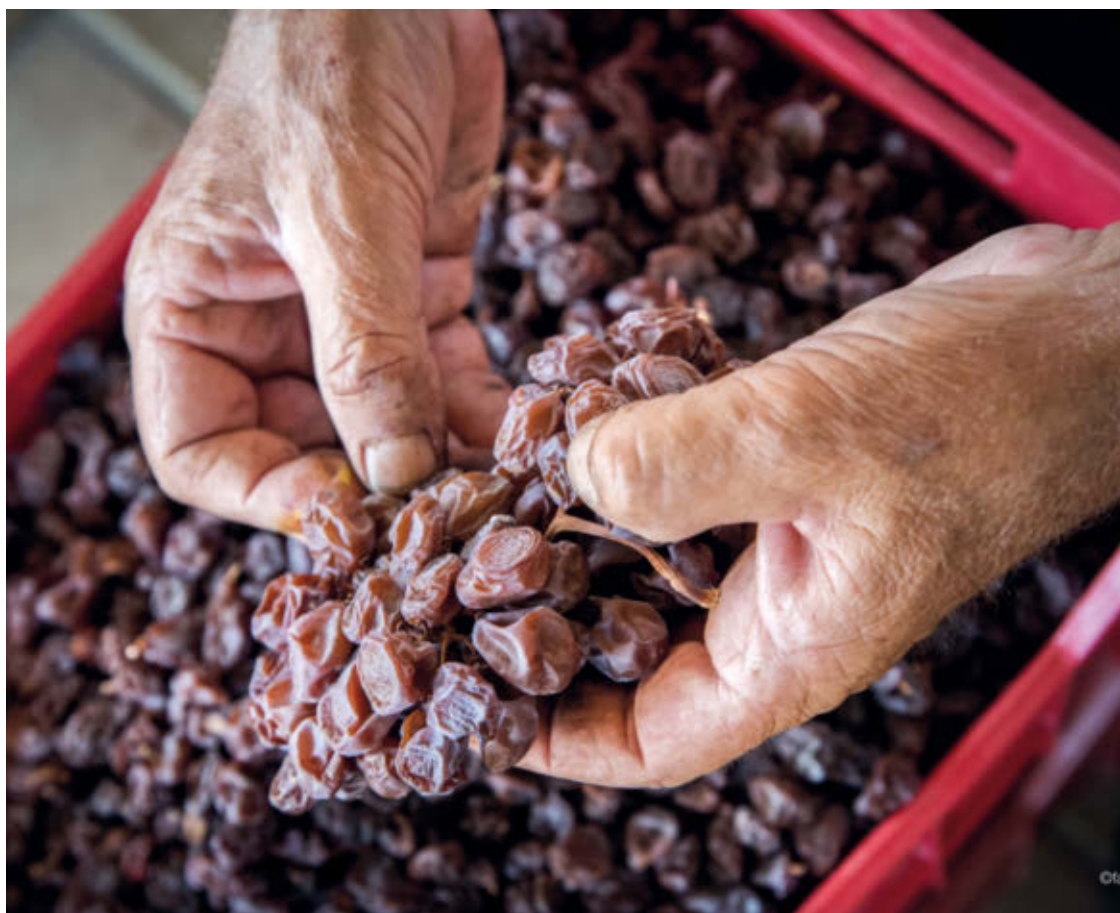
Sizilien ist eine Reise wert. Geprägt von den verschiedensten Völkern gilt es als Wiege des italienischen Weins und zählt über 60 autochthone (hier beheimatete) Rebsorten. Die historische Kellerei von Donnafugata in Marsala und die vier auf der Insel verstreuten Weingüter werden jährlich von gegen 10000 Menschen besucht. Angeboten werden spezielle Tasting-Tours, etwa «Donna Gabriella» in der historischen Kellerei Marsala, ein Gourmet Brunch am Ätna, ein Tasting in Vittoria oder ein Fünf-Gang-Dinner «Ben Ryé sotto le stelle» in Khamma. Ein besonderes Erlebnis ist ein Ausflug nach Pantelleria, das kleine windumtoste Eiland, das näher bei Afrika als Italien liegt. Eine einzigartige Landschaft und eine arabisch inspirierte Architektur erwarten einen, aber auch sehr viel Wind. Hier ist alles heftig: die vulkanisch-schwarze Erde, die heisse Sonne, die spektakulären Farben, die präsenste Natur, die windgeduckten Reben und Olivenbäume. All das liegt einem zu Füßen, wenn man im Infinity-Pool des Hotels Pantelleria Dream Resort meint ins Meer hinaus zu schwimmen, wenn man auf dem Liegestuhl vor seinem Bungalow – jeder mit Meerblick und eigener Terrasse – oder





Pantelleria – eine einzigartige Landschaft für einzigartige Weine.

dem hoteleigenen Restaurant sitzt und dem Sonnenuntergang zuproestet. Der Strand der Cala Tramontana ist in fünf Minuten zu Fuss erreichbar, ein Schwumm unter dem Felsbogen des «Elefante» ein Erlebnis. Pantelleria hat einen Flughafen und einen Golfclub, wo man beim Abschlag nur hoffen kann, dass einem die Windrichtung günstig gesinnt ist. Hier wachsen die hervorragenden IGT-Capperi, die in Salz eingelegt werden, hier wächst die Zibibbo-Traube, deren getrocknete Beeren den Süswein Ben Ryé veredeln, hier wachsen Oliven, Tomaten, Zitronen, Gemüse. Herrlich zubereitet und quasi mit Meeresrauschen serviert in guten Fischrestaurants wie Le Cale und La Vela.



www.donnafugata.it

www.pantelleriadreamresort.it

www.vinothek-brancaia.ch

www.terravigna.ch

LIFESTYLE

REISETIPP



HANDOUT



Juwel am Meer

Umgeben von Zyperns üppiger Vegetation grenzt das Luxushotel Anassa direkt an die Akamas-Halbinsel und das Naturschutzgebiet.

Die Akamas-Halbinsel an der westlichen Spitze Zyperns ist ein Eldorado für Naturliebhaber. Das rund 200 Quadratkilometer grosse Naturschutz-Reservat erhebt sich vom Meer bis zu einer Höhe von 400 Metern. Benannt nach dem Sohn des Sagenhelden Theseus, ist die Akamas eine der schönsten Regionen der Sonneninsel mit frisch sprudelnden Bergquellen und Landstrichen voll wilder Orchideen und Alpenveilchen. Nirgendwo sonst ist die Natur so urwüchsig, unberührt und intakt wie hier. Mit Kiefern bewachsene Klippen fallen steil ins türkisfarbene Meer und an der zerklüfteten Küste wechseln sich felsige Strände, romantische Buchten und weisse Sandstrände

ab. Das Luxushotel Anassa grenzt direkt an die Akamas-Halbinsel und ist daher idealer Ausgangspunkt für Ausflüge in das Naturschutzgebiet, das zu Fuss, mit dem Mountainbike oder auch per Jeep-Safari erkundet werden kann. Die Wanderrouten sind sogenannte Naturlehrpfade, die den Wanderer durch Hinweistafeln über die artenreiche Pflanzen- und Tierwelt informieren. Beliebte Ziele sind das «Bad der Aphrodite», eine Süswasserquelle, in der die Göttin der Liebe der Legende nach gebadet haben soll. Am westlichsten Zipfel der Halbinsel verläuft das Kap Arnaoutis mit seinen windgeschützten Buchten. Abseits der Touristenströme finden sich hier ideale Plätze

für ein lauschiges Anassa-Strandpicknick. Der Picknick-Hamper für den Ausflug, zubereitet von Anassas Executive Chef David Goodridge, enthält köstliche Sandwiches, Salate, Obst und hausgemachtes Brot.

Das Luxushotel wurde erneut mit einer Top-Platzierung bei den Condé Nast Traveller Awards ausgezeichnet: Zyperns führende Hotelikone ist in der Kategorie «Best Hotels and Resorts in the World» mit der begehrten Gold List-Auszeichnung geehrt.

www.anassa.com

LIFESTYLE

GOLF ADRIATIC

Istrien steht für Genuss, Sportlichkeit und naturnahen Luxus.
Die wunderschöne Küstenlandschaft mit riesigen Olivenhainen,
mit eindrucklichen Salinen und mit fangfrischen Meeresfrüchten
beeinflusst die Küche auf hohem Niveau.

Simone Leitner

Schwungvoll luxuriös

Der Golfplatz Adriatic ist traumhaft gelegen.

Unbestritten: Istrien hat sich zu einer der spannendsten Genussregionen Europas entwickelt. Mit hervorragendem Olivenöl, gutem Wein oder natürlich den schwarzen und weissen Trüffeln hat sich die Halbinsel im Norden Kroatiens einen genüsslichen Namen gemacht. Und mit dem Kempinski Hotel Adriatic an der Adria mit Privatstrand finden Gäste das erste kroatische 5-Sterne-Golf- und Spa-Resort. Was für eine Mischung: Morgens eine Runde Golf auf dem angrenzenden 18-Loch-Platz, anschließend pure Entspannung am hoteleigenen Strand und später einen kulinarischen Ausflug direkt zu Trüffeljägerinnen und -jägern.

LIFESTYLE

KEMPINSKI HOTEL ADRIATIC

Der Privatstrand des Kempinski Hotel Adriatic Iстриa.



Um noch etwas später in einem Restaurant zu sitzen, das ausschliesslich Trüffel-Menüs serviert. Konsequenter, unfassbar gut und sehr kreativ. Und am nächsten Tag? Ausserordentlich gutes Olivenöl degustieren und wieder herrlich essen gehen – Meeresfrüchte. Aber alles der Reihe nach: Die Fahrt von der Schweiz über Triest oder Österreich nach Portorož in Slowenien ist wunderbar und kurzweilig. Ein Stopp in dieser historischen Stadt bei einem Kaffee im Kempinski Palace Portorož auch. Von dort sind es noch etwa 30 Minuten zum gegenüberliegenden Kempinski Hotel Adriatic Istria auf der kroatischen Halbinsel Istrien. Auch dieser letzte Abschnitt der Route lässt Geniesserherzen höherschlagen: Sie führt an Salinen und Olivenhainen vorbei und stimmt die Reisenden glücklich und erwartungsvoll.

Das Golfgepäck im Kofferraum, die Badetasche griffbereit und die Erwartungen noch etwas höhergeschraubt. So soll es sein. Enttäuscht will niemand werden und wird auch niemand. Egal wo der Fokus der Ferienreise liegt – im Kempinski Adriatic finden Aktive, Träumer, MeeresanhängerInnen oder eben Golfspielende ihren Platz. Gedränge ist auch in der Hochsaison weder spür- noch sichtbar. Ein ganz besonderer Platz ist die Terrasse des Hotels mit Blick aufs dunkelblaue Meer. Dort kann ein Tag mit einem Kaffee und aussergewöhnlichem Frühstück beginnen – und mit einem lokalen Gin bei guten Gesprächen enden. Dort kann die Golfrunde kritisch beurteilt werden. Um für den nächsten Tag einen Golfpro zu buchen. Eine Entscheidung, die sich hier sehr lohnt. Denn der Pro Dean Dužaić vom angrenzenden Golf Club Adriatic ist nicht nur sehr gut, sondern auch systematisch geschult und technisch exakt. Als Mitglied der Croatian PGA und The PGA (GB&I) absolvierte er weiterbildende Golfstudien an der University of Birmingham. Neben golfspezifischen Qualifikationen hat Dean Dužaić auch einen Abschluss in Kine-



Der herrliche Blick auf die Adria.

siologie von der Universität Split in Kroatien. Durch jahrelange Berufspraxis versteht er es, Anfängerinnen sowie erfahrene Golfer erfolgreich weiterzubringen, sie zu motivieren und mit lehrreichen Tricks auszustatten.

Wer nach der morgendlichen 18-Loch-Runde Lust auf einen leichten Lunch hat, geniesst im Schatten des Clubhauses eine kulinarische Stärkung. Auch der Weinkeller hat einiges zu bieten. Nun ist die Zeit reif, sich eine Siesta im Schatten der Sonnenschirme am Privatstrand des Hotel Kempinski Adriatic zu gönnen. Nach wenigen Minuten zu Fuss liegt der schön designte Strand in der Bucht unterhalb des Hotels für Gäste bereit. Vor allem im Spätsommer und Herbst ist die Atmosphäre besonders entspannt und die Meeresbrise besonders schön erfrischend.

Wer in dieser tollen Region einige Tage verbringt, sollte sich weder die üppigen Naturprodukte noch die aussergewöhnliche Architektur entgehen lassen. Die Gäste des Kempinski Adriatic haben denn auch einen verlockenden Blickkontakt zur historischen Stadt Piran in Slowenien – bekannt für seine venezianische Architektur. Die Küstenstadt mit dem herrlich entspannten Rhythmus und einigen Sehenswürdigkeiten ist mit dem Auto in einer guten halben Stunde zu erreichen: Eindrücklich ist das Herz der Stadt, der Tartini-Platz. Dort thronen das gotische, rote Venezianerhaus und

das Tartini-Haus mit Fresken – das Geburtshaus des Geigers Giuseppe Tartini. Und das Rathaus aus dem 19. Jahrhundert besitzt einen Steinlöwen, ein Symbol der ehemaligen Republik Venedig. Kein Wunder also, dass sich Reisende oft zunächst an einem italienischen Ort wöhnen: Piran war über 500 Jahre lang Teil der Republik Venedig. Und noch immer leben viele Italienerinnen und Italiener in der Stadt und der Umgebung. So gehört neben Slowenisch auch Italienisch zur Amtssprache. Die Vorliebe für's Dolce Vita blieb ebenfalls erhalten, so lässt die wunderschöne Stadt auch keine kulinarischen Wünsche offen: Restaurants und Cafés gibt es zuhauf. Auch sehr gute.

Es ist die Küstenlandschaft, die für die deftige, bunte und vielfältige mediterrane Küche sorgt. Die kulinarischen Rockstars der Region sind Salz aus den lokalen Salinen, Oliven, frisches Obst und Gemüse, schöne Weine und Meeresfrüchte, die mit einer Prise autochthoner Gewürze und aromatischer Kräuter zubereitet werden. Zusammen erschaffen sie eine reiche istrische Kulinarik mit Tradition. Und das Beste: Olivenöl und Salz sind perfekte Souvenirs, um zu Hause die eigene Küche nachhaltig zu verfeinern. Ganz zu schweigen von den grossen Erinnerungen, die immerzu beim Würzen aufflackern.

www.kempinski.com

LIFESTYLE

TRÜFFEL AUS ISTRIEN

Gut geschmüffelt





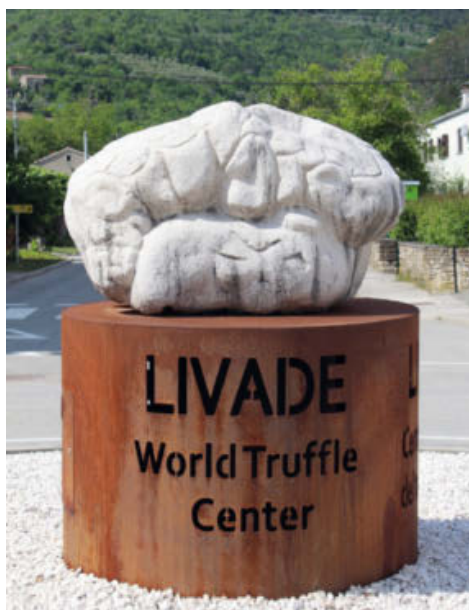
BILDER STOCK.ADOBE.COM

Die Stadt Buzet in Istrien feiert jährlich ab September die Ernte der weissen Trüffel.

Die bezaubernde, hügelige Landschaft Istriens mit ihren idyllischen Weinbergen, Olivenhainen und dichten Wäldern ist für viele kulinarische Köstlichkeiten bekannt. Die wertvollsten sind die Trüffel. Längst hat sich herumgesprochen, dass auf der Halbinsel Istrien im Norden von Kroatien ideale klimatische Bedingungen für das Wachstum dieser wertvollen unterirdisch wachsenden Knollenpilze herrschen. Die weitläufigen feuchten Eichenwälder rund um Motovun, Buzet und Livade haben sich zum Mekka für Trüffelsucher entwickelt, die hier auf der Suche nach den schwarzen und weissen istrischen Trüffeln sind. Der weltweit begehrte Trüffel, der mit ausgebildeten Trüffelsuchhunden und -schweinen aufgestöbert wird, hat einen Kilopreis von mehreren Tausend Franken. Neben dem weissen Trüffel findet man in Istrien auch den schwarzen Trüffel, der um einiges günstiger ist.

Das ganze Jahr herrscht reges Treiben in den Wäldern rund um Motovun. Hundegebell schallt aus allen Ecken des mit Eichen

gesäumten Motovuner Waldes. Die «Goldschürfer Istriens» nutzen bevorzugt die feinen Spürnasen der Hunde, um die edle Knolle zu finden. Trüffelschweine, sagen die Trüffelsucher aus Livade, haben den Nachteil, dass sie «schwerer zu transportieren sind, die feine Delikatesse genauso lieben wie Menschen und die Beute gern auch mal auffressen».



Der beste Zeitraum, diese Spezialität an Ort und Stelle zu essen, ist in den Herbstmonaten – ab September beginnt die Erntezeit der weissen Trüffel. Gourmets können in diesen Monaten köstliche Gerichte auf den Trüffelfesten in Livade, Buzet und Motovun geniessen. Und wer Lust hat, kann sich auch mit einem erfahrenen Trüffelsucher in die Wälder von Motovun aufmachen. Und anschliessend in einem der tollen Trüffel-Restaurants essen gehen.

Eine rundum spannende und unvergessliche Erfahrung ist das Trüffel-Menü im Restaurant Zigante in Livade. Amuse Bouche, Vorspeisen, Hauptgang, Pre-Dessert und Dessert – alles mit Trüffel. Der Gast wählt in den Herbstmonaten ausschliesslich, ob er schwarze, weisse oder beide Trüffel im Menü möchte. Das Preisniveau variiert, es lohnt sich aber mit Sicherheit, bei diesem Erlebnis grosszügig zu sein. Denn die Preise sind für ein Luxusprodukt wie der Trüffel und für Schweizer Verhältnisse moderat.

LIFESTYLE

KROATIEN | LOŠINJ

Natürlich Luxus

Auf der kroatischen Insel Lošinj erleben Luxus und Naturschönheit ein Revival. Direkt am Meer werden Ikonen zu Sehnsuchtsorten: Das Hotel Bellevue und Boutique Hotel Alhambra & Villa Augusta laden zum entspannten Genuss ein.

Simone Leitner

BILDER: HANDOUT



LIFESTYLE

KROATIEN | LOŠINJ

Wer traditionsreichen Luxus bevorzugt, sollte in einer der «Small Luxury Hotels of the World», wie dem Boutique Hotel Alhambra & Villa Augusta, wohnen.

Längst gelten schöne Naturerlebnisse als Luxus und gehören zum modernen Zeitgeist oder einem gut durchdachten Tourismuskonzept. Dass aber intakte Natur und purer Luxus eins werden, sich gegenseitig befeuern und gemeinsam leuchten, ist eher selten. Ein Geheimtipp gefällig? Herrlich duftende Pinienwälder, die unverkennbar türkisblaue Adria oder die historischen Städte Mali Lošinj und Veli Lošinj kennenlernen? Auf der kroatischen Insel Lošinj werden nachhaltige Ferienträume wahr und anspruchsvolle Wünsche erfüllt. Lošinj liegt südwestlich der Insel Cres am Anfang der Kvarner Bucht im Norden von Kroatien und gilt als Juwel am Meer. Eine Insel, die mit ihrer atemberaubenden Natur, einer überraschenden Unterwasserwelt und kristallklarem Meerwasser schlicht und einfach verzaubert. Und mit den beiden Luxushotels Bellevue und dem Boutique-Hotel Alhambra werden Reisenden auf der Insel neben diesem einmaligen Naturereignis auch zwei 5-Sterne-Hotels geboten, die ihresgleichen suchen.

Kroatien und Luxus? Eine Kombination, die vor allem Insiderinnen und Insider

kennen. Denn lange Jahre prägte der Massentourismus das Image der beliebten Feriendestination an der Adria. Das ist nun Geschichte. Heute sind historische Villen wunderschön renoviert, neue Designhotels stilischer gebaut und eine gute Infrastruktur sichergestellt. Kurz: Es wurde viel Geld investiert, um grosse Projekte zu realisieren. Vielerorts mit dem Augenerkenn, die Natur nicht zu zerstören. Mehr noch: Auf der Insel Lošinj wurde die Umwelt in jeder Hinsicht geschont, bei Überbauungen mit einbezogen und zum Mittelpunkt des Ferienerlebnisses gemacht. Lošinj ist eine Destination, die auch als mystischer Kraftort in Kroatien gefeiert wird. Und übrigens zu jeder Jahreszeit der perfekte Sehnsuchtsort ist, um genussvoll zu entspannen und nachhaltig aufzutanken. Hier wird grosser Luxus mit echter Natur vereint.

Wer liebt es nicht, frühmorgens mit dem Velo auf einem autofreien Uferweg gefühlt unendlich lange am Meer entlang zu radeln? Historischen Villen, herrlichen Gärten, Pinienwäldern und Campingplätzen zu begegnen? Eben. Wenn der Tag erwacht, die Fischer in den Hafen zurückkommen und ihren Fang zum

Verkauf anbieten, dann geht den Reisenden das Herz auf. Dann wird die Szenerie am Meer zum Ereignis.

Lošinj hat eine lange Geschichte. Die Insel ist Teil der Inselgruppe Cres-Lošinj, die mit ihren 36 Inseln und Inselchen, Klippen und Riffs ein wahres Labyrinth aus Meeresebenen, Ankerstellen und Häfen bildet. Einst bildete Lošinj mit der Nachbarinsel Cres eine Einheit, wurde aber in der Römerzeit durch einen künstlich angelegten Kanal von Cres getrennt. Obwohl Lošinj nahe am 45. Breitengrad liegt, hat die Insel ihr äusserst mildes Mittelmeerklima der Entfernung zum Festland zu verdanken. Lošinj ist eine ausgesprochen grüne Insel, bekannt für ihre hundertjährigen Kiefernwälder und den grossen Reichtum an Pflanzenarten. Die turbulente Vergangenheit der Inselgruppe ist am besten in Osor ersichtlich, der alten Hauptstadt der Insel und dem einstigen Bistum, heute eine Museumsstadt. Unter dem reichen und vielfältigen kulturellen Erbe zeichnet sich besonders die antike Bronzestatue des Apoxyomenos aus, für die in der Stadt Mali Lošinj eigens ein Museum eingerichtet worden



Das stylische «Bellevue» ist für viele eines der schönsten Fenster zur Adria.



Der Hafen von Mali Lošinj lädt zum Bummeln ein.

LIFESTYLE

KROATIEN | LOŠINJ



Fine Dining im
Restaurant Alfred Keller.

ist. Doch das wertvollste Erbe liegt nicht in den Museen und Kirchen, sondern in den Inselbewohnerinnen und -bewohnern selbst, und in ihrer Lebensweise. Traditionen wurden nicht nur durch Folkloregruppen, Volksfeste und kirchliches Brauchtum bewahrt, sondern auch durch die lokale Küche, den Fischfang, die Pflege von Olivenhainen und durch die Schafzucht.



Der Küstenweg auf Lošinj
ist ein Eldorado für
Spaziergänge und Velotouren.

Wer nach so viel Geschichte die Sonnenseite der türkisblauen Adria geniessen möchte, steigt ins Wasser und schwimmt los. Oder nimmt sich ein Surfbrett und lässt sich treiben. An einer Küste entlang, die schöner nicht sein könnte. Auf einem Meer, das klarer nicht schimmern könnte. Eine andere, luxuriöse Variante, all die geheimen Bade-Hotspots von Lošinj kennenzulernen, ist ein Bootstrip. Beim Concierge der Hotels Bellevue oder Alhambra können private Bootstouren gebucht werden. Wer nun denkt, es werden karibische Tauch- und exotische Bademomente geboten, liegt richtig und wird nicht enttäuscht. Die private Bootstour mit Picknick, Bade- und Strandstops ist ein romantisches Muss.

Aber zurück zu den Hotels. Das stylische «Bellevue» ist für viele eines der schönsten Fenster zur Adria: Das Hotel steht über der Čikat-Bucht und scheint zu schweben oder zu schwimmen – es erinnert an ein filigranes Schiff, das voller Leben ist. Ein stilsicherer Ort, der architektonisch Design mit Herz vereint. Vor allem das grosszügige, offene Atrium des Hotels Bellevue zeigt ein faszinierendes Spiel mit klaren Linien, puristischen Formen und einem raffinierten Umgang mit Licht und Schatten. Die moderne Architektur ist das eine, die Einrichtung mit Designklassikern das andere – und die wertvolle Kunst eine weitere Dimension, die das Hotel auszeichnen.

Wer traditionsreichen Luxus bevorzugt, sollte in einem der schönsten Small Luxury Hotels of the World – im Boutique Hotel Alhambra & Villa Augusta – wohnen. Auch hier funkelt das Meer in der Čikat-Bucht kristallklar smaragdgrün und eine hundertjährige Pineta umrahmt die exklusive Anlage. Die elegante, authentische Jugendstil-Architektur wurde stil- und geschmackvoll zu einem eindrücklichen Luxushotels ausgebaut. Vom edlen Design des Interieurs bis zur gekonnten Gestaltung des Strandbereichs wurde alles auf anspruchsvolle

Gäste ausgelegt. Und auch den kulinarischen Kennerinnen und Kennern wird im Restaurant Alfred Keller das Herz aufgehen. Mit einem Michelin-Stern und 16.5 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnet, spielen im hochdekorierten Restaurant Regionalität, erlesene, saisonale und lokale Produkte in der Küche die Hauptrolle. Es gibt Gäste, die alleine für dieses Erlebnis gepaart mit der Lage des Hotels eine Reise auf Lošinj buchen.

Fazit: Lošinj ist eine Insel für Naturliebhaberinnen und Naturliebhaber, für Geniesser, für Anspruchsvolle, für Sportliche und für Luxusreisende. Und die Hotels der Gruppe Lošinj Hotels & Villas sind für alle die perfekten Ferienbegleiter.

www.losinj-hotels.com

Der Weg nach Lošinj

Natürlich führen mehrere Wege nach Lošinj. Ob mit dem Auto und weiter mit der Fähre auf die Insel, mit dem Flugzeug nach Zagreb und weiter mit einer Hotellimousine – der Weg ist auf jeden Fall schon eine Reise wert. Zudem fliegt Edelweiss-Air bis Oktober auch Pula an. Der kürzeste und exklusivste Weg nach Lošinj ist der Transit mit dem Privatjet ab Zagreb oder Pula, den die Gruppe Lošinj Hotels & Villas anbietet. Für Schweizer Gäste ist Kuoni ein zuverlässiger Reisepartner und kennt neben den Luxushotels auch die Anreisemöglichkeiten auf die Insel Lošinj.

www.kuoni.ch

LIFESTYLE
WETTBEWERB

Cooler Schrank

Mit dem nostalgischen Touch und der vielfältigen Farbpalette avanciert der freistehende SIBIR Oldtimer Kühlschrank mit Sicherheit zu einem Highlight in Ihrer Wohnung oder Ihrem Unternehmen. Als Designobjekt zeigt er sich immer von der besten Seite. Ob in der Küche, im Büro oder in der Kantine – jedes Modell bietet neben einem einzigartigen Look auch ein ausserordentliches Fassungsvermögen sowie alle Funktionen, die zeitgemäss und beliebt sind. Welche Farbe auch immer

gewählt wird - die Designikonen mit der extravaganen Optik ziehen alle Blicke auf sich. Die SIBIR Retro Collection beinhaltet drei Gerätevarianten, die Extravaganz mit Spitzentechnologie und hoher Energieeffizienz vereinen. Seit vielen Jahren zählen die Retro-Klassiker zum Kernsortiment der SIBIRGroup AG. Bislang auf der Liste der Popularität ganz oben: Der eintürige Retro-Kühlschrank Oldtimer OT 26010 mit kultigem Chromgriff und einem Nutzinhalt von 254 Litern.



WETTBEWERB

Mit etwas Glück gewinnen Sie einen der begehrten SIBIR Oldtimer Kühlschränke.

Beantworten Sie diese Wettbewerbsfrage:

**Wieviele Liter
Nutzinhalt hat der
Oldtimer OT 26010?**

Schicken Sie Ihre Antwort bis spätestens
31. Oktober 2022 an:

redaktion@homelifestyle.ch

oder

homelifestyle | Buchenweg 32

4571 Lüterkofen

oder per Mail:

wettbewerb@homelifestyle.ch

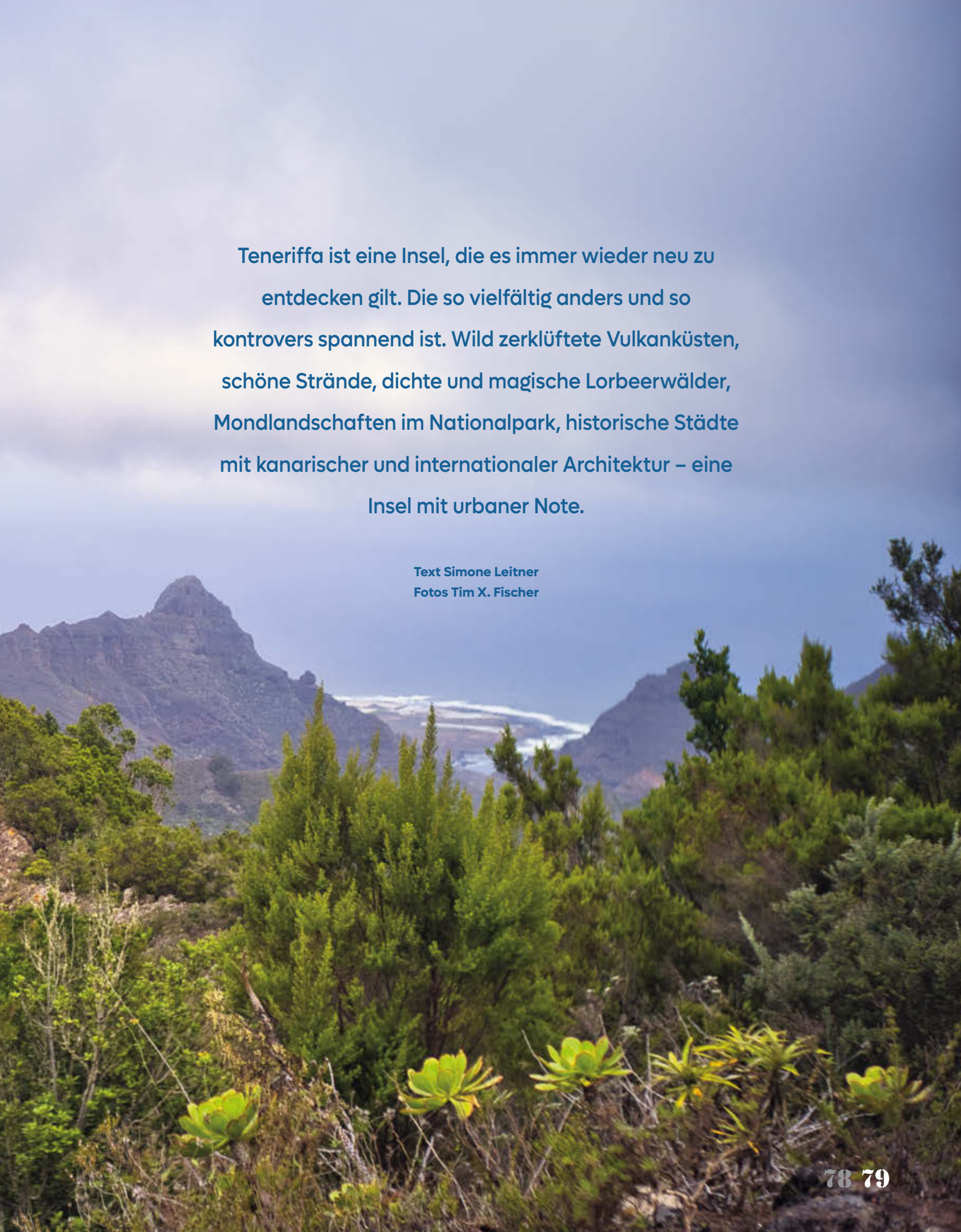
(Keine Barauszahlung. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt.)

SIBIRGroup www.sibirgroup.ch

LIFESTYLE
TENERIFFA

Kontrovers wunderschön





Teneriffa ist eine Insel, die es immer wieder neu zu entdecken gilt. Die so vielfältig anders und so kontrovers spannend ist. Wild zerklüftete Vulkanküsten, schöne Strände, dichte und magische Lorbeerwälder, Mondlandschaften im Nationalpark, historische Städte mit kanarischer und internationaler Architektur – eine Insel mit urbaner Note.

Text Simone Leitner
Fotos Tim X. Fischer

LIFESTYLE

TENERIFFA

Ein Geheimtipp ist sie nicht. Ein unbeschriebenes Blatt auch nicht. Dennoch ist die Insel Teneriffa auf keinen Fall unspektakulär. Viel mehr ist sie eine Feriendestination mit grossem Sehnsuchtpotenzial. Warum? Weil Teneriffa immer noch unzählige, unentdeckte Orte, Ecken und Winkel hat, die selbst Vielgereiste überraschen und nachhaltig beeindrucken. Die Insel ist mit ihrer Vielfalt, ihrem Klima und ihrer Authentizität einzigartig und unschlagbar schön. Apropos Klima: Die angenehmen Temperaturen und der herrliche Sonnenschein garantieren viel Lebensenergie während des ganzen Jahres. Natürlich bedient Teneriffa auch Klischees, die vor allem auf den Massentourismus im Süden der Insel abzielen. Doch vor allem im Süden macht auch eine grosse Dichte an Luxushotels Furore, die mit atemberaubenden Lagen, schönem Interieur und tollen Golfplätzen viele anspruchsvolle Gäste anziehen. Entspannen und aktiv sein, im Atlantik baden und ein paar Runden auf dem Golfplatz spielen, dies alles ist in nächster Nähe möglich. In der kargen Landschaft des Südens scheint die Sonne fast immer und die grünen Gärten und Parks der Hotels und Golfplätze sind willkommene Augenweiden.

in ganz anderes Bild zeigt Teneriffa im Norden. Hier dominieren Palmenhaine, Bananenplantagen und Regenwälder – hier ist es grün so weit das Auge reicht. Die eher steilen Küsten überzeugen mit schwarzen Sandstränden, die zum Baden oder zum Surfen einladen. Teneriffa bietet wirklich alles: herrliche Strände, Wüstenlandschaften, Berge, Vulkane und tiefe Wälder. Und auch Kunst- und Musikfreunde kommen auf ihre Kosten – in der Inselhauptstadt Santa Cruz. Moderne Architektur, wie beispielsweise die Konzerthalle, erbaut vom spanisch-schweizerischen Architekten Santiago Calatrava. Oder auch der markante Bau des Museums Tenerife Espacio de las Artes prägt die Stadt. Gebaut wurde das Museum von



den Schweizer Stararchitekten Jacques Herzog und Pierre de Meuron gemeinsam mit dem örtlichen Architekten Virgilio Gutiérrez. Die Stadt am Meer zeigt ein richtig urbanes Flair. Und mit der Jugendstilarchitektur, den bepflanzten Boulevards, den nostalgischen Läden und Märkten oder den wunderschönen Parks und Strassen-Cafés ist Santa Cruz mehr als nur einen Besuch wert. Denn bei so viel Kultur und Stil ist auch die Gastronomie entsprechend kreativ, bodenständig und regional frisch.

Eine andere, auch sehr spannende Stadt ist San Cristóbal de La Laguna. Die ehemalige Hauptstadt Teneriffas nahe Santa Cruz zählt zum Unesco-Weltkulturerbe und bietet in gemächlichem Tempo eine reiche Auswahl

an Sehenswürdigkeiten. Sei es die authentisch lebendige Markthalle oder die Architektur der Stadt – wer durch die kleinen Gassen schlendert, erkennt schnell, was den Ort so aussergewöhnlich anziehend macht. Im Zentrum stehen prächtige Herrenhäuser und kleine Paläste mit einer lebendigen Geschichte. Von Gouverneurs-, über Bischofs- bis zu Privathäusern sind die reich geschmückten Anwesen einen ersten und zweiten Blick wert. Eine weitere sehenswerte Stadt ist La Orotava und zählt neben La Laguna zu den schönsten historischen Städten auf Teneriffa. Die wunderbare Lage in einem grünen Tal sowie die mit Balkonen geschmückten Häuser haben dieses Bergstädtchen bekannt gemacht. Die Stadt mit den legendären Gässchen liegt auf knapp 400 Metern Höhe oberhalb des Urlaubsortes Puerto de la Cruz im Norden der Insel. Übrigens ist auch Puerto de la Cruz sehr hübsch, hat herrliche schwarze Strände und eine Gastronomie, die keine Wünsche offen lässt. Vor allem das «Andana Beach» ist wohl der coolste Ort in Puerto de la Cruz. Die leichte, kreative Küche mit frischen Produkten ist durch und durch gut. Sei es ein Brunch oder ein Dinner – bei Andana sind Tapas modern interpretiert, spanisch gewürzt und zeitgeistig präsentiert.

Teneriffa ist eine Insel, die es immer wieder neu zu entdecken gilt. Die so vielfältig anders und kontrovers spannend ist: Wild zerklüftete Vulkanküsten, dichte und magische Lorbeerwälder, malerische Städtchen mit kanarischer Architektur und traditioneller Handwerkskunst. Es gibt Stimmen, die nennen Teneriffa auch ein Kontinent im Kleinen. Und über all diesen Naturschönheiten und architektonischen Kleinoden thront ein beeindruckender Vulkan: Der Teide. Der Pico del Teide ist mit 3715 Metern über Meer der höchste Berg auf spanischem Staatsgebiet und der dritthöchste Inselvulkan der Erde. Mit Superlativen spart Teneriffa nicht.



Felsige Küste, üppige Vegetation und bewegtes Wasser prägen den Norden Teneriffas.



Fairer Genuss

LESEN SIE IN DER NÄCHSTEN AUSGABE

In der Küche *Lagern, Einmachen,
Garen und Geniessen*
Im Markt *Foodtrends*
Lifestyle *in der Backstube*
Fernweh *ganz nah*

VERPASSEN SIE KEINE AUSGABE von
homeLIFESTYLE.

Wir informieren, unterhalten, klären auf und möchten Sie
überraschen.

Abonnieren Sie das Magazin.
Das Bestellformular finden Sie auf der Website.

redaktion@homeLifestyle.ch | www.homeLifestyle.ch.

IMPRESSUM

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt

Luxe Oblige Media, Buchenweg 32
CH-4571 Lüterkofen

Chefredaktion Simone Leitner

Creative Director Regula Wolf

Titelbild und Fotos Tim X. Fischer

Redaktionsadresse

homeLifestyle

Buchenweg 32 | CH-4571 Lüterkofen

+41 79 452 26 64

redaktion@homeLifestyle.ch

Partner und Investor SIBIRGroup AG

Hauptsitz: Bahnhofstrasse 134

8957 Spreitenbach. Das Traditionsunternehmen bietet Privat- und Geschäftskunden einen schweizweit tätigen Allmarkenreparaturservice für Haushaltsgrossgeräte und handelt mit Eigen- und Fremdmarkenprodukten für Küche, Bad und Waschraum.

Anzeigen Luxe Oblige Media

Buchenweg 32 | CH-4571 Lüterkofen

+41 79 452 26 64

Druck Stämpfli AG, Bern

Druckauflage 20 000 Exemplare

Abonnemente CHF 15.– jährlich

Bestellen homeLifestyle

Buchenweg 32 | CH-4571 Lüterkofen

redaktion@homeLifestyle.ch

printed in
switzerland

