

25. Juli 2019  
Nr. 15

AZA/JAA – 3001 Bern/Berne  
Adresse: Monbijoustrasse 130  
Postfach, 3001 Bern  
Redaktion: Tel. 031 370 42 16  
E-Mail: redaktion@htr.ch  
Aboservice: Tel. 031 740 97 93  
E-Mail: abo@htr.ch

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus | Avec cahier français

**MILESTONE**  
EXCELLENCE IN TOURISM  
20 JAHRE

## Online-Serie

Ein Rückblick auf die Highlights beim Tourismuspreis. Bewerbungen für den Milestone 2019 noch bis 23. August.  
täglich auf htr.ch

# Die Saison in der Stadt

**Juli und August werden Stadt- zu Ferienhotels. Bereits im zweiten Jahr boomt der Sommer wie noch nie.**

Schickte man früher die Mitarbeitenden in den Sommermonaten gern in die Ferien, braucht man heute in der Schweizer Stadthotellerie im Juli und August jede Hand. Insbesondere in Zürich entwickelt sich der Hochsommer zur zweiten Hauptsaison mit oft noch stärkerer Ausprägung als das angestammte Geschäft mit den Businessreisenden im übrigen Jahr. Es ist die Zunahme an Individualreisenden aus aller Welt, welche der Stadthotellerie den neuen Boom beschert. Und es ist erst der zweite Sommer, in

dem viele Häuser statt Sommerflaute nun Auslastungen um die 90 Prozent verzeichnen.

Für die Stadthotellers kommt das Nachfragerwachstum gerade zur rechten Zeit. Internationale Hotelketten kündigen zahlreiche neue Hotelbetten an, die gefüllt sein wollen und den lokalen Hotels das Business streitig machen. Matthias Ramer, Präsident der Zürich City Hotels, schätzt sogar, dass «mit dem Leisured-Geschäft das sehr starke Hotelwachstum in Zürich praktisch aufgefangen werden kann».

Die neue Gästeklientel konfrontiert die Stadthotellers aber auch mit neuen Anforderungen. Sowohl Infrastruktur als auch Personalplanung sind auf Business- und nicht auf Feriengäste ausgerichtet. Urlaubsgäste verlangen nach mehr Betreuung, der neue Arbeitsaufwand will bewältigt werden. Zürcher Hoteliers denken deshalb bereits über befristete Saison-Arbeitsverträge nach. «Zürich wird zur Saisondestination», meint Matthias Sutter, Hotel Glockenhof Zürich. gsg

Seite 5

## Editorial

**Retour à un tourisme de valeurs**



LAETITIA GRANDJEAN

Grandes vacances, canicule, afflux de touristes. Dans cette édition, nous avons voulu prendre le contre-pied au phénomène très thématique de l'overtourisme. Nous vous proposons un cahier spécial sur un mouvement qui prend de l'ampleur, une autre manière d'appréhender le voyage: le slow tourisme. Une façon de séjourner qui questionne la notion de temps, favorise la proximité, l'échange entre les individus, le transfert de savoirs. Il privilégie la qualité à la quantité. Pure tendance, tourisme de niche ou chance pour les régions rurales et alpines? Nous questionnons ce phénomène, donnons la parole à des experts de la branche, de loin pas unanimes sur son potentiel. Nous sommes également partis à la rencontre de ceux qui y voient un moyen de se positionner, de rentabiliser leur infrastructure, mais aussi de défendre d'autres valeurs. Leurs expériences démontrent aussi les efforts et difficultés que ce cheminement suppose: fédérer, commercialiser. La Suisse regorge de beautés simples, cachées parfois oubliées. Certains préféreront les garder à l'écart des flux touristiques, d'autres les valoriser. Chaque destination choisira sa voie. Mais il n'est plus possible d'occulter la notion de durabilité. Effet de mode ou pas, le tourisme suisse doit se distinguer par une démarche cohérente et respectueuse.

Notre cahier spécial, pages 15 à 28

Sommerausgabe zum Thema «Slow Tourism»

## Das Dilemma mit der Langsamkeit



Als Gegenbewegung zu Overtourism boomt der Slow Tourism. Über Sinn und Unsinn eines Phänomens: ab Seite 15.

istock

**BOPP.**  
Lösungen statt nur Produkte

SCHLÜSSELÜBERGABE  
LEICHT GEMACHT

Damit ihr Gast anreisen kann, wann immer er will.

www.keysecurity.ch

BOPP Solutions AG  
Industriestrasse 6 | 8305 Dürnten | Schweiz  
T +41 44 883 33 88 | F +41 44 883 33 89  
info@bopp-solutions.ch | www.bopp-solutions.ch

## Citizen M

In Zürich eröffnet das erste «CitizenM» im DACH-Raum: Erste Einblicke und Hoteliere Tamara Dias im Gespräch.

Seite 7



## Interview

Corinne Denzler, CEO der Tschuggen Group, über Luxus in der Schweiz und was die Jugs besser machen.

Seite 2

## Fête des vignerons

**Parole aux figurants et premiers chiffres**

On dénombre de nombreux professionnels du tourisme et de la restauration parmi les 5000 acteurs figurants de la Fête des vignerons qui se déroule jusqu'au 11 août, au centre de Vevey. Trois d'entre eux témoignent. Montreux-Vevey Tourisme rêve déjà de battre son record de nuitées. aca

Page 4

## 1. August-Feuerwerk

## Destinationen hinterfragen Sinn

Wenn es die Wetterlage zulässt, steigen auch dieses Jahr zum Nationalfeiertag schweizweit Raketen und Böller auf. Doch nicht alle schätzen das Geknalle. Krach und Feinstaub wecken zunehmend Unmut. Nicht zuletzt auch die aktuelle Klimadebatte sorgt in den Destinationen für Rechtfertigungsbedarf. Olten positioniert sich deshalb ab diesem Jahr bewusst feuerwerkslos. Auch Arosa verzich-



Pascal Jenny lehnt Feuerwerk in Berggebieten ab. zvg

tet. Für Tourismusdirektor Pascal Jenny haben Feuerwerke in den Bergen generell keinen Platz mehr. In Biel und Luzern gehören die Lichtspektakel dagegen weiterhin zum Programm. In der Zwickmühle steckt Kreuzlingen: Die deutsche Nachbargemeinde Konstanz will in Zukunft auf das bis anhin gemeinsam ausgetragene Seenachts-Feuerwerk verzichten. ds/pt

Seite 3

Kennen Sie unseren täglichen News-Service? Ihre Anmeldung unter

**htr.ch**

## Inhalt

|                     |       |
|---------------------|-------|
| meinung             | 2-3   |
| thema               | 3     |
| cahier français     | 4     |
| hotel gastro welten | 5-8   |
| brands, impressum   | 12    |
| service             | 9-13  |
| showroom            | 14    |
| slow tourism        | 15-28 |

ANZEIGE

«Wie färbe ich die rote Null schwarz?»

Wir zeigen Wege.

BOMMER + PARTNER  
Treuhandspezialisten für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

[bommer-partner.ch](http://bommer-partner.ch)

Illycafé in Kapseln

Illy

[www.illycafe.ch](http://www.illycafe.ch)

**BADAG** GmbH

Alles für Ihr Bad...

GROSSE MENGE, KLEINER PREIS

**BAUR HOTEL & GASTRO**

Wohnfaszination seit 1882

INDIVIDUELL

NACHHALTIG. NATÜRLICH.

[WWW.BAUR-BWF.DE](http://WWW.BAUR-BWF.DE)

**HOREGO**

Die Partner von Horego für Catering, Meeting, Events, Events und Ausstattungsleistungen

Effiziente Prozesse

Unterstützung strategischer Entscheidungen  
Optimierung Ihrer Einkaufsprozesse  
Digitalisierung aller Einkaufsprozesse

Suchen Sie dafür Lösungen?  
Dann sind wir bei uns richtig!  
Kontaktieren Sie uns, wir helfen Ihnen gerne weiter.

## Die Sehnsucht nach dem «guten Leben»

Slow Tourism – ein Begriff irgendwo zwischen Nachhaltigkeit, Entschleunigung, Lokalität und Authentizität. Die Zukunft des Tourismus? Oder alles nur ein Hype? In unserer Sommerausgabe geben wir dem Phänomen Raum.



iStock

### Über das Bedürfnis nach Langsamkeit

Für Christian Antz, weltweit erster und einziger Slow-Tourism-Professor, ist «langsamer» Tourismus mehr als eine Modeerscheinung und Gegenbewegung zu Overtourism. «Es ist eine Chance», sagt der Experte im Interview.

Seite 18

### L'hôtel qui invite à la déconnexion

Construit en paille, le Maya Boutique Hotel & Spa de Nax invite ses hôtes à ralentir et à déconnecter avec ses séjours detox, jeûne et yoga. Une offre qui répond à un double objectif, de positionnement et de rentabilité.

Page 19

### Destination slow en construction

A quoi pourrait ressembler un séjour slow? Démonstration dans la campagne de Morges, en passe de devenir la première destination slow de Suisse. Ou comment valoriser des trésors bien gardés sur un territoire éclaté.

Pages 20-21

### Wie Slow Food die Welt eroberte

Mit seiner Slow-Food-Bewegung als Antwort auf Fast Food prägte Carlo Petrini den Begriff «Slow». Heute ist die Bewegung ein weltweites Movement mit politischem Anstrich. Von Anfang an dabei: Kräuterköchin Meret Bissegger.

Seite 22 und 23

### La quête de sens dans un Refuge

L'offre de l'Aide suisse aux montagnards et de STC en termes de volontourisme s'étoffe. Reportage au Refuge de Grammont et à l'alpage de Tanney sur les tâches que peuvent réaliser ceux qui veulent aider leurs hôtes.

Page 24



## Meinungen: Pro und Contra

# Masshalten statt Massenkonsum: Was hat Zukunft?



## «Keine Antwort auf die zunehmenden Overtourism-Probleme»

Jürg Stettler, Vizedirektor der Hochschule Luzern – Wirtschaft

«Slow Tourism, auch bekannt als Slow Travel, ist seit 20 Jahren im Trend. Dabei geht es nicht nur um die Entschleunigung, sondern um eine andere Einstellung und ein bewusstes Reisen im selbst bestimmten Tempo. Dazu gehören die Wahl von nahen Reisezielen, eine gemächliche Anreise, zu Fuss, mit dem Fahrrad oder dem Regionalzug. Aber auch Übernachtungen in kleinen Hotels statt grossen Hotelketten, in Pensionen, Klöstern oder Berghütten, bewusstes regionales Essen und ein «Sich-Zeit-Nehmen» für sich, die Natur und die Umwelt sowie die bereisten Menschen und deren Kultur. Typische Formen von Slow Tourism sind Wanderferien und Pilgerreisen, Radwandern, Yoga-Ferien, Vogel- und Wildbeobachtung, Lesen, Malen, Fischen, Meditieren oder der Verzicht auf das Handy. Slow Tourism ist eine Nische mit einem interessanten Wachstumspotenzial. Ein Trend, der zu unserer hektischen Zeit passt. Trotzdem wird diese Reiseform noch länger eine Nische bleiben und ist daher keine Antwort oder Lösung für die zunehmenden Overtourism-Probleme infolge der stark wachsenden Zahl der Reisenden. Die Schweiz verfügt über ideale Voraussetzungen für Slow Tourism: eine intakte Natur und Landschaft, ein vielfältiges Kulturangebot, vier Sprachen, ein sehr gutes Wander- und Radwegnetz sowie ein hervorragendes ÖV-Netz. Insbesondere für kleine Städte sowie ländliche und alpine Orte und Regionen ist Slow Tourism eine interessante Nische.»

gsg

## «Slow Tourism ist für mich ein Modebegriff»

Urs Kessler, CEO Jungfraubahnen

«Slow Tourism ist für mich ein Modebegriff. Alles spricht von Entschleunigung. Ich stelle mir aber die Frage: Wer will genau diesen Slow Tourism, was wird darunter verstanden und können die Anbieter davon leben? Bei unserem Erlebnisberg Schynige Platte sind wir jedes Jahr stark gefordert, die erwartete Gästezahl zu erzielen. Dies, obwohl die Schynige Platte für Bahnromantik, Bergromantik und Schweizer Tradition steht, also eigentlich genau den Nerv des Slow Tourism treffen sollte. Bemängelt wird die lange Anreise. Entschleunigung als Argument genügt alleine nicht. Der Markt zeigt uns, dass unser Kunde in kurzer Zeit viel erleben will. Es wird immer Gebiete geben, die nicht von grossen Touristenströmen tangiert werden. Die Frage ist, ob diese ebenfalls vom Tourismus leben wollen oder gar müssen. Dann sind kreative Ideen gefragt, wie mit Slow Tourism Geld verdient werden kann. Die Überflutung einst ruhiger Orte passiert meist nicht ohne Grund. Viele investieren in die Vermarktung, um zahlreiche zahlende Gäste anzulocken. Die Verabschiedung vom reinen Slow Tourism zeigt, wie gross die Herausforderung ist, diesen rentabel zu betreiben. Die Begriffe Slow Tourism und Over Tourism finde ich «abgedroschen». Es geht darum, die geeignete Form von Tourismus für die jeweilige Destination zu finden. Wir haben es mit unserem Angebot geschafft, als Ganzjahresdestination erfolgreich zu sein. Unsere Gäste sind bereit, dafür einen entsprechenden Preis zu bezahlen. Wir setzen uns vehement gegen Tiefpreise in der Branche ein.»

gsg



Der Wunsch nach authentischen Erlebnissen wächst. Doch bringt Slow Tourism dem Schweizer Tourismus auch die nötige Wertschöpfung? Die Experten sind sich uneins. Klar ist, dass die aktuelle Klimadebatte nachhaltigen Reiseformen mächtig Auftrieb gibt. Eine Antwort auf den Massentourismus scheint es dennoch nicht.



## «Se reconnecter»

Céline Eidenbenz, directrice du musée d'art du Valais

«Mon projet de slow art est né pour la Biennale de Venise, dans le cadre d'une carte blanche comme curatrice du Salon suisse. Cela me tenait à cœur de développer en résonance un projet à Sion «Qui va piano». Il s'agit d'exposer une seule œuvre de la collection pour interroger les trois secondes qu'un visiteur passe en moyenne devant une œuvre d'art. On peut ainsi ralentir, s'asseoir ou s'allonger sur un fauteuil, un pouf ou un tapis de yoga. Des façons simples de regarder l'art pour se reconnecter à soi, respirer mieux, trouver une assise plus incarnée. L'odorat, le toucher entrent aussi en scène et interrogent le confort de nos postures. Nous changeons de pièce à chaque pleine lune grâce à une horloge conçue spécialement par Marie Velardi. Nous exposons de la photo, des installations, de la peinture ou des textiles qui questionnent le travail du temps. Le slow art, comme le slow tourisme ou le slow food, nous demandent de revenir à un rythme plus humain, plus naturel. Voir moins, voir mieux, refuser, faire des choix et comprendre que, parfois, tout voir équivaut à ne rien voir.»

aca

## «Politiquement, les mentalités évoluent»

Josef Zisyadis, co-président de Slow Food Suisse.

«Autour de tous les enjeux liés au réchauffement climatique, on ne peut plus voyager idiot. On doit se soucier d'immersion et de rencontres. Le dépaysement immédiat, avec une agence qui nous prépare tout, n'est plus au programme. On doit connaître les problèmes du pays, tenter de s'entraider. Le mouvement Slow Food a permis de sortir de la logique agro-industrielle en proposant des rencontres avec les producteurs. En Bolivie on s'intéresse au quinoa, au Maroc à l'huile d'argan. Politiquement les mentalités évoluent, aujourd'hui le projet des villes du goût ou le slow tourisme sont soutenus par le Seco. On évoque toujours des axes touristiques, des segments de marchés, mais les acteurs changent. En termes de promotion touristique, cela peut évoluer. On reste encore croché sur les clichés traditionnels d'Interlaken et du château de Chillon. La Suisse est devenue une destination gourmande. On peut affirmer que les origines du parmesan viennent du Sbrinz au cœur des Alpes et se battre pour son destin international.»

aca



## «Die touristische Aufrüstung führt in die Sackgasse»

Franziska Grossenbacher, Stiftung Landschaftsschutz Schweiz

«Slow Tourism orientiert sich an der Slow-Food-Bewegung. Es ist ein Tourismus, der auf die Erhaltung der Biodiversität und der schönen Landschaften abzielt und auf regionale Produkte setzt. Damit ist der Langsamtourismus eine Gegenbewegung zum Massentourismus. Noch grössere Massen werden in höheren Frequenzen durch die Schweiz geschleust. Die Folge davon sind die Überlastung der beliebten Reiseziele und ein kostspieliger Ausbau der Infrastruktur auf Kosten von Natur und Landschaft. Diese touristische Aufrüstung führt in die Sackgasse. Der Tourismus braucht mehr Bescheidenheit. Hier setzt der Langsamtourismus an. Seine Produkte sind keine billige und austauschbare Massenware, sondern Erlebnisse mit engem Bezug zu den Menschen in der Region, zur Landschaft, zur Kultur eines Ortes. Ich höre schon den Vorwurf der Touristiker: Dazu besteht keine Nachfrage! Und warum erlebte das Wandern in den letzten Jahren eine Renaissance? Sich mit der eigenen Kraft zu bewegen zeigt genau den Wunsch nach einfachen Erlebnissen. Mit der Klimajugend rücken zudem die Umweltauswirkungen des Tourismus in den Vordergrund: Statt auf weithergeflogene Gäste zu setzen, soll der Schweizer Tourismus die einheimischen Gäste für die Exotik des Nahen begeistern. 18 Schweizer Naturparks bieten beste Voraussetzungen dafür.»

gsg

## «Wird kaum je einen zweistelligen Prozentbereich der Logiernächte erreichen»

Christof Steiner, Gastgeber Kurhaus Bergün

«Mit der zunehmenden Geschwindigkeit im Alltag werden sich künftig immer mehr Menschen auf entschlunigte Reisen besinnen. Dabei spielt auch die endlich in der Breite angekommen Klimadebatte eine Rolle. Die Schweiz kann und muss hier sowohl für den nationalen Tourismus, aber längerfristig auch für den internationalen Tourismus eine führende Rolle einnehmen. Die Ausgangslage dazu erscheint mir als sehr gut und wir profitieren bereits heute von diesen Tendenzen: Bei vielen Schweizerinnen und Schweizern hat ein Umdenken angefangen, man verreist zwar nicht unbedingt weniger, dafür aber bewusster. Trotzdem denke ich, dass diese Bewegung ein Nischenmarkt bleiben wird und als Buchungsgrund kaum je einen zweistelligen Prozentbereich der Schweizer Logiernächte ausmachen wird. Slow Tourism muss jedoch weder weniger Gästefrequenz noch weniger Umsatz bedeuten. Denn unter Umständen können sogar höhere Preise erzielt werden, weil dahinter schlicht eine höhere Wertigkeit für den Gast steht. Auch bei Bio-Produkten werden höhere Preise akzeptiert.»

gsg

## «Slow Tourism stellt hohe Ansprüche an Gastgeber und Gäste»

Maren Kern, Geschäftsführerin Mountain Wilderness Schweiz

«Slow Tourism ist eine Alternative, die hohe Ansprüche sowohl an Gastgeber als auch an Gäste stellt. Für Gäste heisst das schon beim Heraussuchen des Ziels: möglichst kurze Wege und sanfte Mobilität. Vor Ort steht Achtsamkeit im Vordergrund: eintauchen, die Umgebung bewusst und mit allen Sinnen wahrnehmen. Auf der Angebotseite spielt zudem Authentizität eine entscheidende Rolle: echt und mit der Region verbunden. So bauen die Gäste eine persönliche Beziehung zur Region und ihren Bewohnerinnen und Bewohnern auf, wollen immer wiederkommen und generieren lokale Wertschöpfung. Da Achtsamkeit und Authentizität einen wachsenden Stellenwert in unserer schnelllebigen Gesellschaft einnehmen, sehen wir viel Potenzial für Slow Tourism in den Alpen – ohne zerstörerische Auswirkungen auf die Landschaft.»

gsg

## «Slow Tourismus kann rentieren»

Stefan Steiner, Leiter Regionalentwicklung Prättigau / Davos

«Slow Tourismus bedeutet für uns als Region, der Gast setzt sich intensiv mit dem Ort auseinander. Der Gast identifiziert sich durch einen nach Möglichkeit längeren Aufenthalt mit dem Ort und nimmt in gesellschaftlicher, ökologischer oder wirtschaftlicher Hinsicht am Geschehen vor Ort teil. Wir bezeichnen dies auch als «Purpose Tourism». Der Gast wird animiert, sich während seines Aufenthaltes einer selbstbestimmten Aufgabe zu stellen um einen Weg zu finden, sich am Ort einzubringen. Es geht auch um Inklusion. Die Bevölkerung sollte sich mit den neuen Mitbewohnern identifizieren und gezielt Gelegenheiten zum Kennenlernen und Austauschen geboten bekommen. Wie bei unserem Pilotprojekt «Alpine Sabbatical». Durch die Identifikation mit einer Region und deren lokaler Community wird der Gast zum «Stammgast» der Region. Das heisst für uns auch: Slow Tourismus kann rentieren. Denn je grösser die Verbundenheit mit dem Ort, umso länger auch der Aufenthalt. Und wiederkehrende Gäste sind zufriedene Gäste die unsere Region weiterempfehlen. So ist eine nachhaltige Wertschöpfung garantiert.»

gsg





Gatarric Fotografie

# «Ursprünglich, nicht billig»

**Slow-Tourism-Professor Christian Antz über die Sehnsucht nach dem «guten Leben», Widersprüche und warum «langsamere» Tourismus in Zukunft noch wichtiger wird.**

PATRICK TIMMANN

**Christian Antz, Sie sind weltweit erster und einziger Professor für Slow Tourism. Wie kam es dazu?**

Als «Trüffelschwein» habe ich mich schon immer mit Trends beschäftigt, theoretisch wie praktisch: Kultur-, Garten-, Spiritueller, Wasser-Tourismus. Irgendwann habe ich mich gefragt, was diese verschiedenen Facetten verbindet. Und 2010 habe ich in Anlehnung an «Slow Food» den Begriff «Slow Tourism» geprägt. Anfangs wurde ich dafür eher ausgelacht. Aber ich war überzeugt, dass wird ein Zukunftsthema. Heute spricht man ganz selbstverständlich über Slow Tourism.

**Wodurch zeichnet sich Slow Tourism eigentlich aus?**

Bei den Kunden werden Angebote

in der Regel nicht unter dem Label «Slow Tourism» beworben. Slow Tourism ist ein Fachbegriff für Wissenschaftler und Anbieter, der eher «Backstage» verwendet wird. Drei Begriffe sind für das Phänomen Slow Tourism zentral: erstens – wie der Name bereits nahelegt – Langsamkeit. Als Zweites ganz stark die Sinnlichkeit. Es geht immer weniger nur ums Abhaken von Sehenswürdigkeiten, so wie das lange Zeit im Kulturtourismus der Fall war, wo innert kürzester Zeit ganz viele Fakten vermittelt wurden, am Ende aber nur wenig in Erinnerung blieb. Heute ist etwa das Anfassens wichtig, seien es Steine beim Kulturtourismus oder Bäume im Naturtourismus oder ganz einfach den Blick schweifen lassen: Emotionen. Drittens spielt die Sinnhaftigkeit eine wichtige Rolle. Die Menschen wollen heutzutage beim Reisen Hintergründiges erleben, so dass sie am Ende einer Reise auch immer etwas für ihr weiteres Leben mitnehmen können.

**«Das Motto sollte lauten: Einfach, aber perfekt gemacht. Das kann nicht jeder.»**

Alter zwischen zwölf und 23 Jahren unter anderem über ihre Wertvorstellungen. Ab 2006 hat ein Paradigmenwechsel stattgefunden. Ganz junge Menschen antworten auf die Frage, was ihnen wirklich wichtig sei, plötzlich mit Dingen wie «Familie», «Werte», «Freunde», «Liebe» und nicht mehr «Erlebnis». Und in der Jugend ausgebildete Grundeinstellungen bleiben in der Regel auch während des Erwachsenenlebens bestehen, der Trend wird über Jahrzehnte weitergetragen.

**Worauf führen Sie diesen Paradigmenwechsel zurück?**

Slow Tourism verläuft parallel zum Hype der Digitalisierung. Die Menschen fühlen sich durch die Medien zunehmend überfordert. Sie verlieren den Überblick in der Flut von (Katastrophen-)Meldungen und können die Ereignisse gar nicht mehr richtig verarbeiten. Die Welt um uns herum dreht sich immer schneller, und mit der Überforderung wächst der

Wunsch nach «slow». Das betrifft übrigens nicht nur das Reisen, sondern viele Aspekte des Lebens. Es gibt heute eine unheimlich grosse Sehnsucht nach dem «guten Leben», was auch immer das sein mag.

**Sie sagen, das Bedürfnis nach Langsamkeit wächst. Gleichzeitig geht die durchschnittliche Übernachtungszahl pro Aufenthalt in der Schweiz seit Jahren zurück. Kurzferien werden also immer beliebter. Sehen Sie da keinen Widerspruch?**

Diese Entwicklungen laufen tatsächlich nebeneinander. Weniger nachhaltige Tourismusformen bleiben weiterhin bestehen. Gleichzeitig nimmt die Fülle der alternativen Angebote zu. Was dazu führen kann, dass man mehr Angebote wahrnehmen möchte, als man eigentlich Zeit hat. Ob das funktioniert, wage ich zu bezweifeln. Jemand, der sich in diesem Jahr für einen Wanderurlaub entscheidet, macht im nächsten Jahr vielleicht eine Kreuzfahrt. Oder er wandert nur wenige Tage und fliegt danach noch für ein paar Tage nach New York zum Shoppen. Slow Tourism ist keine Einbahnstrasse, aber eine neue Chance für Destinationen.

**Von 2015 bis 2030 sagt die UNO ein Tourismus-Wachstum von 50 Prozent auf 1,8 Milliarden Gästeankünfte weltweit voraus. Overtourismus wird vielerorts zum Problem. Ist Slow Tourism die Antwort?**

Je mehr der Wohlstand weltweit zunimmt, desto mehr wird gereist. Diese Entwicklung ist noch ganz am Anfang, da viele Schwellenländer noch gar nicht eingerechnet sind. Allein die Chinesen generieren mittlerweile unglaubliche Zahlen im Europaturismus. Hierbei handelt es sich jedoch vor allem um Abhak-Tourismus. Städte wie Barcelona oder Venedig sind die Leidtragenden und müssen sich etwas einfallen lassen, um dem Overtourismus Herr zu werden. Für sie ist das eine ganz schwierige Situation.

Auf der anderen Seite gibt es ganze Regionen in Europa, die touristisch noch nicht erschlossen sind. Dort könnte durch Slow Tourism eine völlig neue Lebensgrundlage entstehen. Dies ist eine Riesenchance, gerade auch für kleine Destinationen. Aber es besteht natürlich die Gefahr, dass es auch dort irgendwann kippt.

**Kennen Sie ein Beispiel?**

Das tolle Angebot der «Bergsteigerdörfer», einer Vereinigung von kleinen, ursprünglichen Bergorten vor allem in Österreich, aber auch Deutschland, Italien sowie Slowenien. Sie müssen ganz harte Kriterien erfüllen, um aufgenommen zu werden: keine Skilifte, keine grossen Hotelketten. Eine Philosophie, die genau zu Slow Tourism passt. Das Problem ist, dass jetzt viel mehr Menschen die Alpen in Ruhe geniessen möchten.

**Mal ganz ehrlich – ist Slow Tourism für touristisch unerschlossene oder weniger erfolgreiche Destinationen nicht einfach eine willkommene Ausrede, bei der Weiterentwicklung des touristischen Angebots passiv zu bleiben und Schwächen als Stärken anzupreisen?**

Es ist ein Trugschluss, zu denken, dass man mit «nichts» Werbung machen kann. Slow-Touristen sind sehr anspruchsvoll. Sie lassen sich nicht mit einer billigen Geschichte abspesen. Das fängt beim Essen an: Gefragt sind klassische Gasthäuser, die regionale Spezialitäten anbieten. Aber auch hier ist guter Service wichtig. Beim Wandern müssen die Wege gut ausgeschildert sein – und man muss sie auch auf mobilen Geräten finden können. Eine Destination, die mit Kanufahrten wirbt, muss auch einen Bootsverleih anbieten und sich über Transporte Gedanken machen. Ein gewisses Level braucht es,

gerade bei Slow-Tourism-Angeboten.

**Fehlende Infrastruktur ist also kein Verkaufsargument?**

Nein. Die Dinge müssen gut organisiert sein. Das Motto sollte lauten: einfach, aber perfekt gemacht. Das kann nicht jeder. Ausserdem muss die angesprochene Idylle vor Ort auch tatsächlich vorhanden sein. Gelungen ist das zum Beispiel den «Alberghi Diffusi» in Italien. Dort übernachtet man nicht in einem klassischen Hotel, sondern in verschiedenen Privathäusern, wo Leute jeweils ein bis drei Zimmer vermieten. Zum Essen kommen die Gäste dann in Gaststätten zusammen. Es gibt vielleicht 30 Betten im Dorf, aber nicht in einem einzigen Objekt, sondern verteilt. Die Gäste wohnen quasi mit den Dörflern zusammen. Wie bei Airbnb wird man «Einheimischer», sucht und findet eine «Heimat» auf Zeit. Aber diese Einfachheit muss trotzdem perfekt sein. Die Gäste haben eine hohe Anspruchshaltung, etwas Besonderes zu erleben. Sie können zwar auf Fernseher, Spa und sogar auf Internet verzichten, aber die Qualität der übrigen Dinge und der Betreuung muss stimmen. Es soll ursprünglich wirken, aber nicht billig. Regionale Authentizität und charaktervolle Menschen, das sind die Grundlagen des erfolgreichen Slow Tourism.

**Und wie ist die Schweiz in Sachen Slow Tourism aufgestellt?**

In der Schweiz gibt es einige gute Angebote. Besonders gelungen finde ich «Ferien im Baudenkmal» des Schweizer Heimatschutzes. Das ist auch ein gutes Beispiel für die Überwindung des immer noch im Tourismus vorhandenen Kästchendenkens – hier die Hoteliers, da die Händler, hier die Bootsverleiher, da die Naturschützer. Dieses Nebeneinander merken die Besucher und werten dies ganz schlecht. Europaweiter Vorreiter ist die Schweiz übrigens bei der Literatur zu Slow Tourism und Slow Food. Erwähnenswert sind etwa «Aufgegabelt», ein Buch über Produzenten und Gaststätten von Martin Jenni, oder «Das kulinarische Erbe der Alpen» von Dominik Flammer. Unter dessen Ägide entsteht aktuell im Klosters Stans ein «Kompetenzzentrum für alpine

**«Slow-Touristen sind sehr anspruchsvoll. Sie lassen sich nicht abspesen.»**

Kulinarik». Spitze ist ausserdem die Kampagne «Die Natur will dich zurück» von Schweiz Tourismus. Der Slogan allein schon zeigt, dass die Schweiz genau den richtigen Riecher hat. Die Menschen wollen nicht nur reisen, sondern in eine andere Welt eintauchen, sich fallenlassen und Schwächen als Stärken Botschaft perfekt.

**Wer studiert eigentlich bei Ihnen Slow Tourism, und was für einen Abschluss bieten Sie?**

Einen eigenen Abschluss in Slow Tourism gibt es leider nicht. Die Bachelor- und Master-Studierenden des Studiengangs International Tourism Management können verschiedene Kurse im Bereich Slow Tourism belegen und sich in diesem Bereich spezialisieren. Was die Studierendenzahlen angeht, gibt es noch viel Luft nach oben. Viele wollen noch immer den klassischen Weg gehen, um später in der Reisebranche zu arbeiten. Aber immer mehr werden nachdenklich.



Christian Antz

zvz

pt



**L'hôtel écologique Maya Boutique à Nax invite ses hôtes à la décélération. Un positionnement qu'il affine petit à petit, en proposant désormais des séjours jeune et detox.**

LAETITIA GRANDJEAN

Tout a commencé par la paille. La paille comme matériau d'isolation, valorisé dans la salle du petit-déjeuner et les chambres comme un tableau mis sous cadre. Quitte à revenir à l'hôtellerie, Louis Papadopoulos voulait le faire de manière originale, innovante. Débutant par la coque, avant de s'attaquer au cœur, une idée en amena une autre, dans un but de cohérence et de démarcation. Depuis son ouverture en 2012, le Maya Boutique Hotel & Spa à Nax dans le val d'Hérens ne cesse d'affiner son positionnement. De guesthouse à boutique hotel, l'établissement valaisan de 7 chambres, non classifié, promet d'offrir un séjour de charme et de reconnexion, avec soi-même et la nature. Il ambitionne aujourd'hui de devenir une destination bien-être et santé, destinée à la décélération. Et propose depuis peu des séjours detox, yoga et méditation, jeune et phytonutrition, encadré par des professionnels.

«Je ne suis pas écolo, pas du tout, mais je veux que les choses aient un sens. Logiquement, nous voulions le moins possible de chimie dans cette maison, d'où le choix d'une pigmentation naturelle pour les murs, des meubles en bois réalisés par des artistes locaux, une cuisine de saison valorisant les produits valaisans, un approvisionnement énergétique respectueux de l'environnement grâce à des panneaux solaires et un four à bois.» Louis Papadopoulos, hôtelier-restaureur grec né en Allemagne, s'est aussi dédié à la peinture et à la photographie avant de revenir à l'hôtellerie, dix ans plus tard. Avec son propre concept cette fois-ci, épaulé par son épouse Lisa Papadopoulos, Vaudoise rencontrée en Italie, alors qu'elle se formait elle aussi à la photographie. Le couple disposait donc d'une page blanche pour imaginer leur outil de travail. Car c'est bien ainsi que Lisa et Louis Papadopoulos perçoivent leur hôtel. «Ce qui m'anime, ce sont les projets et d'avoir un outil pour les concrétiser. Je remarque que l'hôtellerie est devenue un bien de consommation comme tant d'autres. Nous aimerions pouvoir offrir autre chose. Que les gens restent et repartent reposés et heureux», indique Louis Papadopoulos.

**«Nous aimerions que les gens restent, qu'ils repartent reposés et heureux.»**

Louis Papadopoulos  
Maya Boutique Hotel, Nax

travail. Car c'est bien ainsi que Lisa et Louis Papadopoulos perçoivent leur hôtel. «Ce qui m'anime, ce sont les projets et d'avoir un outil pour les concrétiser. Je remarque que l'hôtellerie est devenue un bien de consommation comme tant d'autres. Nous aimerions pouvoir offrir autre chose. Que les gens restent et repartent reposés et heureux», indique Louis Papadopoulos.



**Lisa et Louis Papadopoulos, propriétaires de l'Hôtel Maya, veulent offrir autre chose qu'un simple séjour hôtelier.**

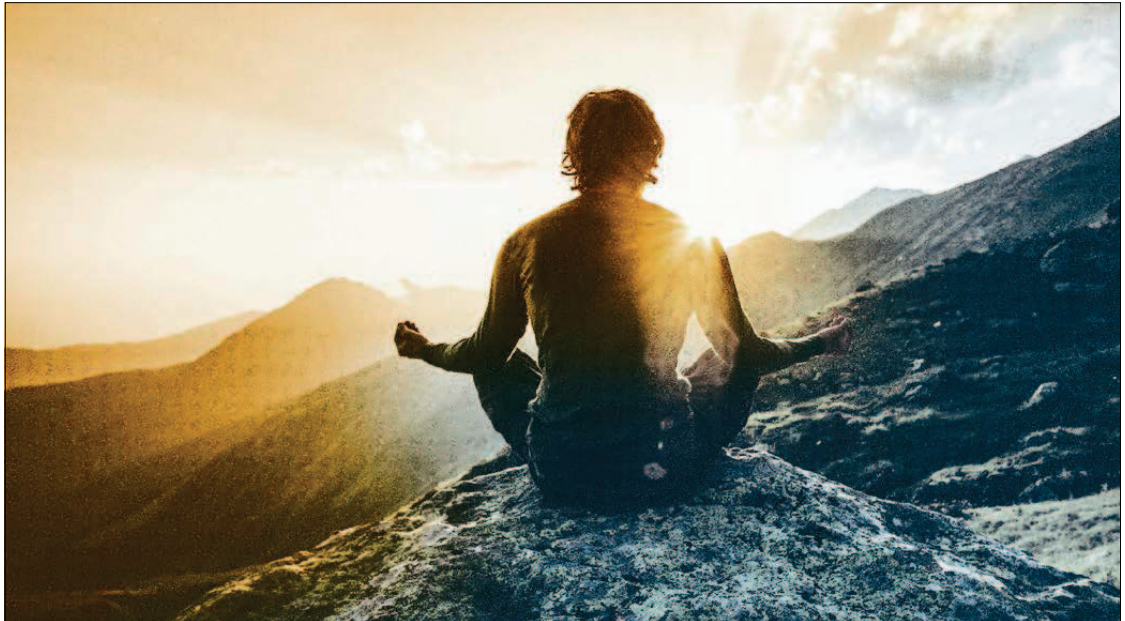
Pascal Gertschen

## Voitures électriques à disposition de la clientèle des hôtels du val d'Hérens

Fourmillant d'idées, Louis Papadopoulos a également lancé le projet «Green Mobility» qui s'étend aujourd'hui à l'ensemble du val d'Hérens. L'hôtelier de Nax a convaincu ses confrères de la vallée, soit 8 hôtels ainsi que les offices de tourisme de Nax et d'Evolène, de se joindre à ce concept afin d'en faire une offre au niveau de la destination. Une dizaine de véhicules électriques sont à disposition des hôtes séjournant dans la région. Ce service financé selon le système «pay what you want» leur permet de découvrir les coins et recoins du val d'Hérens de manière

flexible et durable. Les communes ont, quant à elles, mis à disposition des places de parc, équipées de bornes de recharge.

«Ce projet est avant tout bénéfique en termes d'image. Il ne s'agit pas de faire du business, mais d'offrir un service supplémentaire, innovant et de gagner en visibilité», explique Louis Papadopoulos. Les hôteliers du val d'Hérens travaillent à ce que ce projet s'étende au niveau cantonal de façon harmonieuse, avec une participation des collectivités. Des discussions sont en cours avec le val d'Anniviers, Nendaz et Crans-Montana. Ig



**Méditer et pratiquer le yoga face aux montagnes fait partie des options de séjours thématiques proposées par l'hôtel valaisan.**

iStock

# Hôtel de la décélération

ser. Je remarque que l'hôtellerie est devenue un bien de consommation comme tant d'autres. Nous aimerions pouvoir offrir autre chose. Que les gens restent et repartent reposés et heureux», indique Louis Papadopoulos.

### Trouver des solutions pour rallonger le séjour des hôtes

Depuis le début de sa carrière d'hôtelier, dans les années 1990 au sein du groupe Intercontinental, il remarque une évolution des mentalités. «On a perdu le sens des choses. Aujourd'hui j'ai l'impression que la clientèle de loisirs se situe dans le même état de stress qu'un business man.» Comme un clin d'œil à ses propos, Lisa se joint un instant avec nous, justement car un client randonneur vient d'annoncer son retard pour un massage. «La durée de séjour diminue. La plupart de nos hôtes veulent tout faire en peu de temps: la randonnée, le spa, le massage, tout cela entre le check-in à 15h et leur départ le lendemain après le petit-déjeuner. J'en suis parfois presque choquée. Nous aimerions leur dire de prendre le temps de se poser, de respirer», partage l'hôtelier.

Ce changement fréquent de clients occasionne inévitablement des coûts supplémentaires pour cette petite structure de 7 chambres, qui n'emploie qu'une femme de chambre. Dès lors, ces séjours thématiques de santé répondent à un double objectif, de rentabilité et de positionnement. Pour l'instant concentrés sur le printemps et l'automne, ils incluent entre trois et six nuits et ont représenté un tiers des nuitées en 2019. «Je pourrais imaginer ne faire plus que cela. Mais cette transition nécessite du temps», indique l'hôtelier. Durant ces séjours, l'établissement est privatisé pour cette clientèle, qui s'avère majoritairement féminine, âgée entre 35 et 60 ans en moyenne. Au programme: ateliers portant sur la nutrition, accompagnement durant le jeûne, sessions de yoga, randonnées, accès au spa et entrée aux Bains de Saillon, rencontre avec Germaine Cousin-Zermatten, 93 ans et connue pour ses remèdes de santé naturels. Et surtout: du temps libre.

«Nous avons réalisé pour l'instant le même nombre de nuitées que lorsque nous ne nous adressons qu'à une clientèle de loisirs pure, soit un taux d'occupation de 55 à 60%. Je pense qu'il y a encore un potentiel de progression. Notre durée de séjour a légèrement augmenté, passant à tout juste deux nuits.»

Curieux et assoiffés de nouveaux défis, le couple s'est formé pour accompagner au mieux ses hôtes dans cette démarche de décélération. Lisa propose des massages relaxants et suit actuellement un Bachelor en thérapie nutritionnelle. Louis s'est formé à la cuisine diététique et comme accompagnateur de jeûne, à Vienne. Il envisage de poursuivre avec le massage sportif.

### Gagner des prix et en notoriété avant d'abandonner les OTA

Posé sur un plateau ensoléillé, face aux sommets et entouré de verdure, le Maya Boutique Hotel offre un cadre propice à la détente. Au moment de chercher un lieu pour leur concept, les propriétaires avaient jeté leur dévolu sur le val d'Hérens pour son authenticité et son patrimoine préservé. Ils ne se seraient pas imaginés s'implanter dans un lieu hyper-touristique. «Nos hôtes ne choisissent pas de venir à Nax, mais de venir au Maya. Leur destination, c'est l'hôtel.» Cette notoriété, cette visibilité a dû se gagner, soutenue par plusieurs récompenses internationales, notamment deux trophées au Worldwide Hospitality Awards et une nomination au Milestone - Prix du tourisme suisse, en 2013.

L'hôtel cherche à avancer à contre-courant et aime s'afficher comme tel. Il fait partie des rares établissements alpins à réaliser la majorité de ses nuitées en été (60%). Il a été pionnier dans l'hôtellerie en faisant appel au financement participatif pour réaliser son sauna et bain scandinaves. Il fait aussi partie des rares hôtels à avoir osé quitter les plateformes de réservation. «Nous n'avons rien perdu et trouvé d'autres réseaux pour garantir notre clientèle. Mais cela ne se fait pas du jour au lendemain. Il est important de préparer le terrain,

de travailler sa communication, les réseaux sociaux.» Affiner son positionnement et rechercher l'exclusivité et la pertinence de son offre était d'autant plus nécessaire pour réussir sa sortie, loin des OTA.

Savourant les derniers rayons du soleil sur notre balcon, nous entendons notre voisin de

chambre prendre possession des lieux. Franchissant le seuil vers l'extérieur, elle découvre la vue qui s'offre à elle, déclarant dans une profonde respiration: «Ah, que l'on sera bien ici.» Précieux temps retrouvé, comme un apaisement.

jeune-detox.ch  
maya-boutique-hotel.ch



**Posé sur un plateau ensoléillé face aux cimes, le Maya Boutique Hotel & Spa de Nax invite ses hôtes à ralentir.**

Bilder Pascal Gertschen



## Vers des destinations slow

# Un séjour lent cherche encore sa voie

**Soutenue par Innotour, la région de Morges ambitionne de devenir la première destination slow de Suisse. Plongée dans cette douce et belle campagne où fédérer reste un défi.**

LAETITIA GRANDJEAN

**D**es champs, des vignes, de petits villages paisibles, des jardins fleuris, d'étroites routes qui sillonnent sans indiquer leur direction. Une destination slow ne se découvre pas au premier coup d'œil ni au premier coup de pédale. L'expérience de Morges et de sa région (62 communes sur une superficie de 372 km<sup>2</sup>), démontre toute la subtilité et la complexité qu'implique la mise en valeur d'un territoire avant tout rural. Celle qui ambitionne de devenir première slow destination de Suisse a beaucoup à offrir. A condition de prendre le temps, et de lui laisser le temps de se concrétiser.

Le voyage commence par une arrivée en funiculaire, à Cossonay. Le véhicule grince, les corps se balancent, les passagers échantent. Le touriste slow appréciera ce moyen de grimper les 1200 mètres de pente qui séparent la ville de la gare. « Dans la région, les gares ont été construites loin des villes, car on craignait à l'époque une explosion du charbon. Cette configuration est un peu regrettable aujourd'hui lorsqu'il s'agit de promouvoir une slow destination et les transports publics », Véronique Hermanjat, déléguée au tourisme de

l'Association de la région Cossonay-Aubonne-Morges depuis un peu plus d'un an, a hérité d'un dossier aussi palpitant qu'ambitieux : le projet de faire de Morges une slow destination d'ici à fin 2020, soutenu par le fonds Innotour à hauteur de 240 000 francs pour un budget global de 480 000 francs. « Je découvre sans arrêt de nouvelles pépites. Créer une slow destination devient le dénominateur commun, c'est ce qui nous manquait. » Sa motivation ne saurait masquer les nombreux défis qui accompagnent cette vision. « Je compare ce travail à un puzzle avec quantité de pièces qui forment une image. Nous n'avons pas de USP, mais quantité de perles que nous devons mettre en réseau »,

**« Nous n'avons pas de USP mais quantité de perles que nous devons mettre en réseau. »**

**Véronique Hermanjat**  
Cheffe de projet Slow Destination

roir », que Véronique Hermanjat aimerait créer pour valoriser les adeptes des circuits courts. Il suffit de traverser les villages du district pour s'apercevoir de la vitalité des petits producteurs. Le moulin-huilerie de Sévery, le dernier de Suisse à exercer une activité artisanale annuelle, se mue rapidement en incontournable. Il y a aussi ces petites adresses, d'avantage secrètes, celles que l'on découvre lorsqu'on prend le temps de se perdre : à Cottens, la vinaigrierie-moutarderie artisanale de Bertrand Boesch ou le producteur de mozzarella Mozza'Fiato à Cuarnens. A quelques enjambées d'ici, on tombe sur un autre joyau, tout en simplicité. « La Serre », initiative du couple d'agriculteurs Susanne et Jean-Daniel Staub, qui invite à un « Time out » avec infusions maison au cœur de leur jardin floral en libre-service.

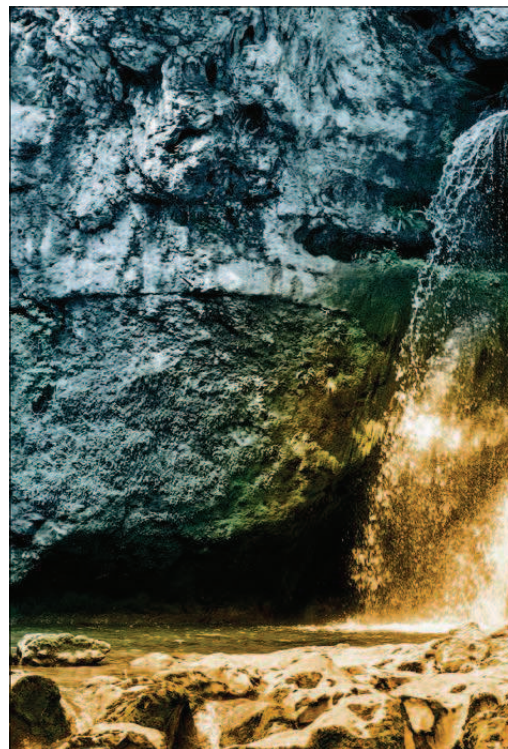
**Valoriser l'artisanal**

Il y a ceux déjà acquis à la cause, les bons élèves engagés de longue date, à l'image du chef Frédéric Simond, de l'Hôtel-restaurant, Aux



Et puis il y a les phares, les gros porteurs d'un point de vue régional, qui attirent déjà les curieux, les amateurs d'art, de lettres, de nature. Dans un style avant-gardiste et contemporain, la fondation Jan Michalski pour la littérature et l'écriture à Montricher s'adosse au Jura vaudois, entourée de prés, d'arbres, de forêts. Depuis son ouverture en 2013, ce lieu surprenant conçu par les architectes Mangeat et Wahlen attire chaque année environ 25 000 personnes pour la bibliothèque, les expositions et les activités culturelles. Le cadre naturel avec vue sur les Alpes et le Léman se présente aussi comme source d'inspiration pour les écrivains en résidence, logés dans l'une des sept cabanes suspendues. « Vous imaginez le changement pour des artistes qui

viennent de ville comme Sao Paulo », partage Charlotte Chevrier Dana, assistante en communication, l'architecture du toit ajouré, inspirée de la canopée forestière, invite inévitablement à



viennent de ville comme Sao Paulo », partage Charlotte Chevrier Dana, assistante en communication, l'architecture du toit ajouré, inspirée de la canopée forestière, invite inévitablement à

**Pépites de la région morgienne: En haut, les jardins du château de Vuillens et la Tine de Conflens. En bas, la fondation Michalski et la Serre.** Régis Colombo, Raphaël Dupertuis, Laetitia Grandjean

**Véronique Hermanjat**  
Laetitia Grandjean



## Pionnier en France, le Gers a fait de sa ruralité sa particularité

**En France, le département du Gers, en Gascogne, mise sur le slow tourisme depuis 2008. José-Louis Pereira, directeur de la destination, relève son potentiel et la nécessité de rester « vrai ».**

José-Louis Pereira, pourquoi vous êtes intéressé au slow tourisme avant tout le monde ? Les années 2000 nous ont poussés à nous questionner. Le film « Le Bonheur est dans le pré » sorti en 1995 nous avait offert une formidable visibilité et permis d'associer le Gers au bonheur. Puis les effets se sont essouffés. Nous étions également confrontés à un important problème de saisonnalité, avec une forte concentration des flux durant la saison estivale (52 à 54%). En même temps, les tendances sociétales démontraient un renforcement des aspirations égotiques. Nous

avons alors réfléchi à nos valeurs afin de mettre nos atouts en lumière, en cherchant à personnaliser notre offre.

**Ces valeurs, quelles sont-elles ?** Simplicité et générosité résument ce que peut offrir le Sud-Ouest. Le Gers est souvent comparé à la Toscane française, une terre de cocagne, avec de la bonne chère, autour du canard, des confits, des foies gras. D'Arthagnan est notre héros régional. Nous sommes le premier département rural de France, sans autoroute, avec des villages historiques, des bastides, des abbayes, des marchés. Rien de très spectaculaire finalement, mais c'est tout un maillage d'intérêts très bien entretenus et renouvelés, une campagne vivante, où la population partage et organise des activités, des événements.

**Comment avez-vous bâti votre marque « slow » ?**

Notre réflexion autour de la segmentation de nos publics-cible a débouché sur quatre marques. Parmi elles, Terra Gers qui s'adresse au touriste éco-responsable. Il a fallu susciter l'engouement des prestataires, fédérer. Nous avons bâti une charte d'engagements exigeante, qui se rapproche des éco-labels. Pour la gastronomie, cela signifie une cuisine locale, raisonnée, bio un maximum, et sans OGM. Nous avons créé un réseau de restauration, idem pour l'hébergement. Il nous tenait à cœur de communiquer de manière vraie, d'éviter le green washing.



**« J'ai peur du faux, du galvaudé. La lenteur doit s'appliquer à des territoires pertinents. »**

**José-Louis Pereira**  
Directeur de la destination Gers

**Vous n'utilisez pas le terme slow dans votre communication, volontairement ?** Oui, car le terme « slow » est débattu. Nous préférons défendre une philosophie du temps, parlons d'un voyage « au rythme de vos envies », le Gers en « complice de vos jours heureux ».

**Dix ans plus tard, quel bilan**

**tirez-vous ?** Créée en 2008, la marque Terra Gers a pris du temps à trouver son assise. Sa visibilité s'est accélérée ces trois dernières années, grâce à un programme national SPOTT qui soutient la structuration de pôles touris-

tiques territoriaux. Nous avons aussi la chance que les pouvoirs publics agissent dans la même direction afin de donner à voir un Gers plus vert et naturel, au niveau de l'agriculture et du digital par exemple. En termes de clientèle, nous sommes parvenus à la rajeunir, en proposant des séjours conviviaux, des « country breaks ».

**Et en termes de chiffres ?**

Nos efforts de segmentation nous ont permis d'annualiser et de doubler la fréquentation en 15 ans, passant à 1,7 million de visiteurs. Les nuitées marchandes, soit 40 % de notre hébergement, ont aussi augmenté, passant de 6,1 à 7,7 millions de nuitées.

**Votre destination a accueilli en juin la première journée consacrée au slow tourisme en France. Pensez-vous que ce modèle soit applicable à toute région rurale ?**

Slow est devenu un concept très marketing, parfois associé à des villes, des lieux pollués... J'ai peur du faux, du galvaudé. Il faut l'appliquer à des territoires pertinents, des espaces plutôt diffus et ruraux, qui offrent cette alchimie subtile de réalités sociétales et locales. Cela ne se fait pas d'un coup de baguette magique.

**Quelles sont vos préoccupations pour l'avenir ?**

Notre démarche vise la pérennité et pose donc la question de la rentabilité. Notre clientèle s'attend à ce qu'on lui accorde plus d'attention. Et le temps, c'est de l'argent. Nous avons dû tirer nos prix vers le haut. Nous sommes opposés à Booking.com et Airbnb, ne voulons pas brader nos prix. Nous visons une démarche cohérente de bout en bout, une commercialisation éthique et vertueuse. lg

[vrai.tourisme-gers.com](http://vrai.tourisme-gers.com)





scruter le ciel. Avant que notre regard ne retombe sur les coquille-cots rougeoyants, chatouillant les piliers en béton.

#### **Cent hectares et 50 000 fleurs pour laisser vagabonder son esprit**

Dans un tout autre style, le Château de Vuillierens et son Jardin des Iris, invite aussi à laisser vagabonder son esprit, sur une centaine d'hectares. Les quelque 50 000 fleurs et 80 sculptures accueillent 20 000 visiteurs entre mai et juillet. «Etant un domaine privé en mains de la même famille depuis plus de 700 ans, nous nous identifions totalement à ce positionnement de pérennité, valorisant le local, le terroir», partage Sophie Bertorelli, directrice générale du site. Le château vend déjà dans sa boutique des produits régionaux, propose des brunchs dominicaux et envisage de faire plus. «Nous aimerions proposer dès l'automne une expérience terroir qui inclurait une visite guidée de nos vignes et jardins, ainsi qu'une dégustation de nos vins», poursuit la directrice.

Morges Région Tourisme et sa nouvelle directrice Jacqueline Ritzmann ont profité des Etats généraux du tourisme annuels pour sensibiliser les prestataires à la démarche en cours. «Le slow travel répond à une tendance, celle de lever le pied, reprendre contact avec la nature. Nos presta-

taires doivent maintenant s'approprier ce positionnement», indique la directrice. «Un travail de fourmis», renchérit Véronique Hermanjat.

A l'Auberge de La Chaux, la tenancière Nathalie Brunel se demande ce que l'on entend par slow. A une centaine de mètres de là, le charmant B&B La Commanderie (4 chambres) interroge le choix de ce positionnement.

«Notre clientèle principale reste le business. Le slow tourisme vise une clientèle de loisirs que nous ne recevons qu'en juillet-août, voire en septembre», relève Lucie Etienne qui

tient le B&B ainsi que l'Hôtel du Funiculaire à Cossonay, avec sa maman Mary-Laure Etienne.

A la table du petit-déjeuner, une famille slovène, enthousiaste, commente son choix de dormir à La Chaux. «Tout le monde se rend au bord de la mer à cette période. Nous voulions autre chose, du calme, séjourner en dehors de la ville. Cette maison historique et son jardin avec piscine nous ont attirés.» Une pépite sortie du lot, cueillie par des hôtes curieux.

Et si Audrey Hepburn avait choisi de s'installer dans cette région, à Tolochenaz, à côté de Morges, ce n'est certainement pas un hasard. Elle y appréciait la tranquillité et la simplicité de la vie. Reste à le faire savoir.

[slow-destination.ch](http://slow-destination.ch)

#### **«Nos prestataires doivent maintenant s'approprier ce positionnement.»**

Jacqueline Ritzmann  
Directrice Morges Région Tourisme



**Destination viticole par excellence, Morges et sa région proposent de rencontrer ses vignerons, de déguster leurs crus.** swiss tourisme

#### **Projet Innotour Le Valais lance un projet «Slow Food & Travel»**

Inspiré de la même vision, le Valais vient de lancer un projet Innotour «Slow Food & Travel». Il vise à promouvoir l'héritage agricole et gastronomique de ses régions rurales tout en répondant aux nouvelles attentes touristiques. Si le partenariat débute avec neuf destinations valaisannes, il ambitionne de s'étendre au niveau national. «Notre objectif consiste à proposer des forfaits allant de 1 à 7 nuits incluant l'hébergement, la restauration et des activités. Notre vision consiste à vendre une autre forme de tourisme, un retour à des valeurs comme le respect, le partage et l'échange

humain», détaille Jean-Marc Imhof, en charge du projet qui a démarré en juin pour trois ans. Une première offre devrait être lancée en septembre dans le Grand Entremont. Quant à Morges et sa région, elle pourrait à terme se rallier à «Slow Food & Travel» pour la commercialisation. «Nos projets sont complémentaires dans le sens qu'un travail de fond aura déjà été entrepris au niveau de la slow destination», estime Jean-Marc Imhof. Slow Food & Travel représente un budget de 900 000 francs, financé par le Seco (400 000 francs), Valais Wallis Promotion et l'Etat du Valais. lg

ANZEIGE

# **MILESTONE** **EXCELLENCE IN TOURISM**

2019

## **20 ANS AU SOMMET DE L'INNOVATION**

**Délai d'inscription**  
**23.08.2019**

Conditions et documents  
de participation  
sur [htr-milestone.ch](http://htr-milestone.ch)

Organisateurs



Soutenu par



Partenaire touristique



Supportingpartner



Pilius Böhner AG / Vincent Grece



# Food-Movement mit politischem Beigeschmack

**Die Schnecke wird 30: 1989 wurde Slow Food International gegründet. Die Bewegung hat sich seither weltweit ausgebreitet – und ist in der Schweiz sehr aktiv.**

GERHARD LOB

Die Ursprünge von Slow Food – es liegt auf der Hand – liegen im Fast Food. Als McDonald's 1986 an der Piazza Navona im Herzen von Rom ein Restaurant eröffnet, organisiert Carlo Petrini mit einigen Aktivisten eine Demonstration und veranstaltet ein öffentliches Spaghetti-Essen an der Spanischen Treppe. Slow Food Italia war geboren – als Gegenbewegung zum Fast Food. Ein gehöriger Skandal hatte Petrini, der aus dem kleinen Städtchen Bra im Piemont stammt und im linken politischen Spektrum aktiv war, schon vor dieser Protestaktion für das Thema Ernährung sensibilisiert: Just in seiner Heimatregion war Wein mit Methanol gepanscht worden. Petrini gründete als Reaktion den Verein «Freunde des Barolo».

Einen echten Quantensprung schaffte die Bewegung 1989, als in Paris Slow Food International lanciert wurde. Zuerst beschäftigte man sich mit gutem Wein und gepflegtem Essen, setzte sich für den Erhalt von lokalen Ernährungstraditionen und Gerichten ein. Slow Food mit der Schnecke als Logo war auch Ausdruck von Slow Life – einem Genussprojekt als Gegenentwurf zum immer hektischeren Leben in der westlichen Welt.

Doch für Petrini ging es bald um viel mehr; heute lautet der Slogan von Slow Food «gute, saubere und faire Lebensmittel für alle», womit die politischen, sozialen und ökologischen Dimensionen des Essens gemeint sind. Slow Food

ist ein politisches «Food-Movement» geworden, das sich für Lebensmittel einsetzt, die ohne Schaden für Natur und Tier produziert werden. Der Verzicht auf Pestizide gehört genauso dazu wie faire Produktionsbedingungen für die Bauern. Erklärtes Ziel von Slow Food ist es, «das aus dem Ruder gelaufene Lebensmittelsystem wieder auf Kurs zu bringen in Richtung eines diversifizierten agrarökologischen Systems». Die Aktivitäten sind weit verzweigt und äusserst unterschiedlich. In den USA hat sich Slow Food beispielsweise für die Einführung einer Junkfood-Steuer eingesetzt.

## In Bern wird die Volksinitiative «Jugend + Ernährung» lanciert

Slow Food Schweiz wurde 1993 gegründet und ist seither stark gewachsen. Die Mitglieder engagieren sich in 20 lokalen Arbeitsgruppen, sogenannten «Convivien». Hier entstehen Ideen für Initiativen und Veranstaltungen. Diese können von einem «Genuss-Seminar» über die «Allianz der Köche» bis zur Unterstützung eines Produzenten bei der Ernte reichen. Ein wichtiger Teil sind die sogenannten «Presidi». Es handelt sich um Projekte, die kleine, bedrohte Lebensmittelproduktionen bewahren, die von hoher Qualität und nach handwerklicher Tradition hergestellt

sind. Einige Beispiele: Dörrbohnen, Bündnerfleisch oder Ur-Roggenbrot im Wallis. Im Grossvertriebssegment hat Slow Food eine exklusive Zusammenarbeit mit der Coop.

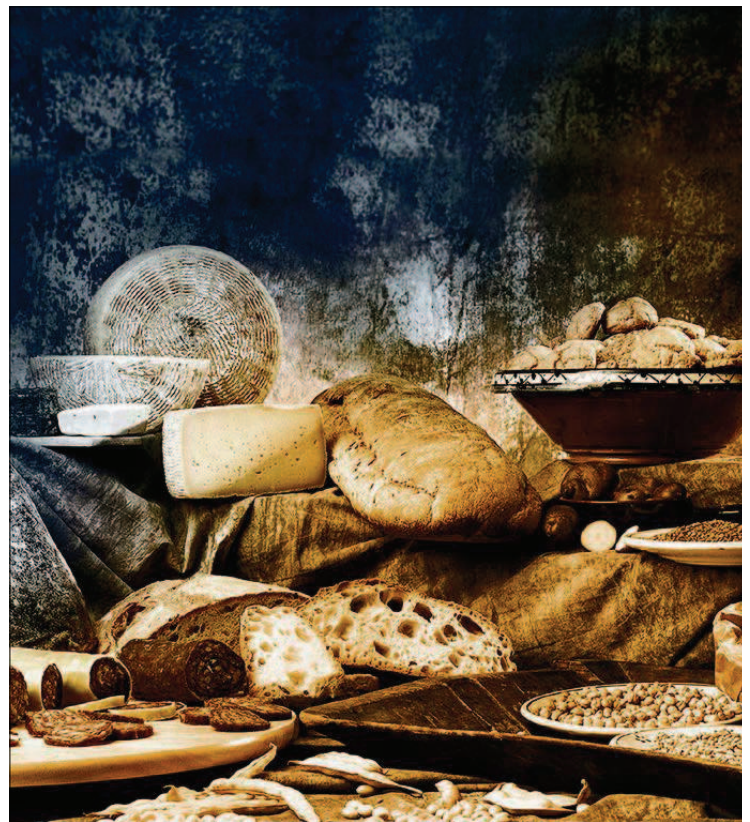
Dass Slow Food zunehmend eine politische Komponente hat, zeigt sich auch in der Schweiz. Beim Mitgliederkongress 2018 in Münsingen BE wurde entschieden, erstmals eine nationale Volksinitiative unter dem Namen «Jugend + Ernährung» zu lancieren. Ziel ist es, die Ernährungserziehung an Schulen in die Bundesverfassung aufzunehmen.

## «Unser Ziel: das aus dem Ruder gelaufene System wieder auf Kurs zu bringen.»

Carlo Petrini  
Gründer Slow Food

dieser Entwicklung waren beispielsweise die Gründung der gemeinnützigen Slow-Food-Stiftung für biologische Vielfalt 2003, aber insbesondere der erste Kongress Terra Madre 2004 in Turin, an dem 5000 Delegierte aus 130 Ländern teilnahmen – ein weltweites Treffen der Lebensmittelgemeinschaften. Alle zwei Jahre wird in Turin der Salone del Gusto organisiert.

Inzwischen ist eine Universität der Gastronomischen Wissenschaften in der Provinz Cuneo (Italien) gegründet worden. Es fand «Slow Fish» statt, die Messe zum nachhaltigen Fischfang und Fischgenuss. 2009 wird das Slow-Fish-Netzwerk ins Leben gerufen, 2014 gibt es «Slow Meat» in den USA, und 2015 wird Slow Food Great China gegründet, um nur einige weitere Meilensteine zu nennen. Der Sitz von Slow Food International bleibt derweil in Bra,



«Gut, sauber, fair» lautet der Grundsatz von Slow-Food-Gründer Carlo Petrini. Ein wichtiger Teil dabei sind die «Presidi», die kleine, bedrohte Lebensmittelproduktionen bewahren. Bilder slowfood

in der Heimatgemeinde von Carlo Petrini. Dennoch: Slow Food erhält nicht nur Applaus. Es gibt auch Kritik. Eine der häufigsten Vorwürfe ist es, dass Slow Food ein elitärer Verein für Menschen mit dickem Portemonnaie geworden sei. In einem seiner vielen Interviews hat Petrini diesen Vorwurf entschieden zurückgewiesen. «Eine Bewegung wie Slow Food, die Terra Madre organisiert, ist nicht elitär. Terra Madre hat den Geist und das Wesen von Slow Food verändert», erklärt er.

## Die Nachwuchsfrage: Was wird aus der Bewegung nach Petrini?

Auch die Köchin, Autorin und Slow-Food-Exponentin Meret Bissegger, die im Tessin Kurse und



Alexandre Fricker

«Die heutigen Jungen sind echte Aktivisten.»

Geschäftsführer  
Slow Food Schweiz

Überall sieht man Take-Aways und Kebab-Läden. Die Leute essen im Gehen, beim Zufahren und eigentlich zu jeder Tages- und Nachtzeit. Die Entwicklung – zumindest in der Schweiz – scheint nicht gerade in Richtung Slow Food zu gehen ...

Genau genommen ist dies genau die Mission von Slow Food, den Essenden zu beweisen, dass es Alternativen zu all diesem Junkfood gibt. Das Momentum spricht für unsere Bewegung und unser Handeln, denn wir haben noch nie so viel über das Essen in unserer Gesellschaft gesprochen wie heute.

Slow Food Schweiz hat sich entschlossen, eine Volksinitiative zu lancieren. Müssen Essgewohnheiten nun auch in der Verfassung festgeschrieben werden?

Nein. Ziel ist es, dass der Bund und die Kantone die Ernährungserziehung, insbesondere für Kinder und Jugendliche, fördern. Bund und Kantone sollten sich verpflichten, im

Rahmen ihrer jeweiligen Kompetenzen die Ernährungsbildung in den Schulen zu fördern.

Slow Food fordert lokales Essen aus nachhaltigem Anbau. Ist eine solche Forderung für ein Land wie die Schweiz, das viele Nahrungsmittel importieren muss, realistisch?

Auch hier ist sich Slow Food bewusst, dass der Export in die Schweiz fast unvermeidlich ist. Aber anstatt importierte Produkte zu kaufen, wollen wir zeigen, dass das Lokale existiert und zugänglich ist.

Slow Food International ist immer stärker in Afrika aktiv. Wie geht das mit den Schweizer Aktivitäten einher? Wir können an den Aktivitäten von Slow Food International teilnehmen, indem wir uns an internationalen Projekten beteiligen, namentlich mit Presidi und Archprodukten, mit Allianz der Köche, Slow Food Travel, Terra Madre, Cheese usw. Das Projekt «10000

gardens in Africa» ist eines von vielen Projekten.

Slow Food wird gerne vorgeworfen, ein Geniesserclub für Gutbetuchte zu sein. Was erwidern Sie auf die Kritik?

Mit dem Generationenwechsel sind die Essvereine quasi verschwunden. Derzeit kommen immer mehr junge Menschen zu Slow Food, die als echte Aktivisten agieren und sich für unsere Mission einsetzen. Slow Food Youth zum Beispiel leistet unglaublich viel Vorarbeit, um unsere derzeitigen Ernährungssysteme zu verändern.

Manche Mitglieder in der Schweiz beklagen einen zu hohen Jahresbeitrag für die Mitgliedschaft – 120 Franken. Geht es nicht günstiger? Wenn wir unsere Mission erfüllen wollen, brauchen wir finanzielle Mittel. Darüber hinaus beschwert sich eine Minderheit der Mitglieder über die Höhe des Beitrags. Vielleicht 150. Dies ist eine kleine Zahl bei 3700 Mitgliedern. gl

## Slow Food Travel In Italien bereits erfolgreich, seit Juni Pilotprojekt im Wallis

Slow Food hat ein eigenes Travel-Programm. Es sind verantwortungsvolle Reisen mit direktem Kontakt zu Landwirten, Bergbauern, Hoteliers oder Vermarktern von lokalen Produkten mit dem Ziel, einen Ort «von der Basis her» kennenzulernen. Die Gruppen sollen maximal 20 Personen zählen, idealerweise nicht mehr als 15. «Die Unterbringung der Teilnehmer erfolgt in kleineren Hotels und Herbergen, die harmonisch in die Umwelt integriert sind, auf die Qualität ihrer Gastfreundschaft achten, die Identität, Kultur und lokale biologische Vielfalt respektieren und auf minimale ökologische Auswirkungen abzielen», heisst es in der Slow-Food-Travel-Charta. In Ländern wie Österreich und Italien ist Slow Food Travel bereits erfolgreich eingeführt.

Per 1. Juni 2019 wurde auch ein Slow-Food-Travel-Pilotprojekt im Wallis initiiert, das drei Jahre dauern wird. Dabei geht es insbesondere um die Erkundung der ein-

heimischen Lebensmittelproduktion. Das Pilotprojekt wird vom Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) im Rahmen des Tourismusförderungsprogramms Innoutour mit 400'000 Franken unterstützt; auch der Kanton Wallis sowie Valais Promotion geben einen Zusatz. Im Wallis werden solche Travel-Projekte an neun Destinationen aufgebaut, wie Geschäftsführer Alexandre Fricker sagt. Er räumt ein, dass es sich um Nischenprodukte handelt. Gleichwohl: Sollten die Pilotprojekte erfolgreich sein, wird überlegt, das Programm auf andere Kantone der Schweiz auszuweiten.

Für Slow-Food-Travel ist in der Schweiz eine Person zu 80 Prozent angestellt. Insgesamt arbeiten fünf Personen hauptamtlich, aber nicht alle zu 100 Prozent, für Slow Food Schweiz. Das Jahresbudget (2019) beträgt gut 900'000 Franken, wobei ein Drittel durch Mitgliederbeiträge gedeckt wird. Bedeutend sind auch die Einnahmen aus dem Coop-Fonds für Nachhaltigkeit. gl



# Pionierin im Dienste der Wildpflanzen

Sie gehört zu den Ersten, die sich hierzulande dem Slow Food anschlossen: Ein Besuch bei Meret Bissegger, die sich in ihrer Casa Merogusto im Bleniotal der Naturküche widmet.

FRANZISKA EGLI

Sie streift durch den Garten, zupft hier einen unerwünschten Eindringling aus, zwackt dort ein Zweiglein ab oder rückt ein Schild zurecht. «Boah», murmelt sie, «ich sehe Arbeit, so viel Arbeit!» Der Gast sieht dies nicht. Er erfährt: 250 verschiedene Pflanzen-Schilder sollen dereinst das ganze Refugium ausmachen, dieses grüne Paradies, das sich fast rund um die Casa Merogusto in Malvaglia TI erstreckt. Will heissen: Meret Bissegger hat in den letzten drei Jahren in ihrem «essbaren Garten» unzählige Pflanzen gesetzt, bis zu 20 verschiedene «Allia», erzählt sie, also Knoblauchsarten, oder vietnamesischer Koriander, Shiso, Süssholzwurzel. «Hier, das Prickelkraut», sagt sie, reicht Parakresse, und sie strahlt ob der Grimasse, die der Verzehr des Blütenköpfchens hervorruft – als ob man eine Brausetablette essen würde. Dann reicht sie ein Austernblatt und freut sich über die Verblüffung, die das Oysterleaf hinterlässt, das tatsächlich nach nichts anderem als nach Austern schmeckt.

Meret Bissegger, sie gilt als die Wildkräuterköchin der Schweiz, die sich wie kaum eine zweite auskennt mit Wildpflanzen und -gewürzen, so dass selbst Profiköche und Fachleute zu Weiterbildungszwecken in das verwunschene Haus mitten im Bleniotal anreisen. «La Cucina Naturale», die natürliche Küche, nennt Bissegger ihre Kochkunst, die ihr in ihrem früheren Restaurant Ponte dei Cavalli während Jahren 14 Gault-Millau-Punkte einbrachte. Das ist insofern bemerkenswert, weil sich die Köchin, die ihr Handwerk autodidaktisch gelernt hat, schon damals stark gemacht hat für eine Gemüse- und Getreide-dominierte Kochkunst, für die fast in Vergessenheit geratene Vollwertküche, für Bio-Produkte, für die regionale Tessiner Küche, für eine nachhaltige Wertschöpfungskette. So kommt es nicht von ungefähr, dass sie zu den Ersten hierzulande gehört, die sich der Slow-Food-Bewegung anschlossen. «Das Tessin wurde damals als erstes ausseritalienisches Convivium im Verein aufgenommen – Jahre, bevor Slow Food Schweiz gegründet wurde», erinnert sie sich.

## Die zwei Saisons auf der Alp prägen ihre Kochkunst bis heute

Die Philosophie der Bewegung für einen bewussten Umgang mit Nahrungsmitteln entsprach exakt ihren Vorstellungen einer nachhaltigen Lebensmittelproduktion und Ernährung. Aufgewachsen in einer nach Intragna im Centovalli ausgewanderten Zürcher Familie kam Meret Bissegger bereits in jungen Jahren mit dem in Berührung, was die Natur der Umgebung hergab, dem grossen,



Meret Bissegger bringt ihren Gästen, zu denen auch viele Profis zählen, die Welt der Wildkräuter und aromatischen Gewürze näher: Unzählige Pflanzen aus aller Welt kultiviert sie in ihrem Garten rund um die Casa Merogusto in Malvaglia im Tessin.

hauseigenen Bio-Garten, dem Rebbeg, dem Bergbach. «Später, nach mehreren Reisen, war ich für zwei Sommersaisons auf einer traditionell geführten Tessiner Alp – eine körperlich wie auch kulinarisch harte Erfahrung, die aber enormen Einfluss hatte auf meine Tätigkeit, und das bis heute», erzählt sie in der vor Sonne und Hitze geschützten Pergola hinter dem Haus. Denn: Wie sorgt man für kulinarische Abwechslung fernab jeglicher Zivilisation? Da kam ihr das Erlernen ihrer Kindheit zugute wie auch das mitgebrachte Heilkräuterbuch mit essbaren Wildpflanzen, das sie zu ihrer ersten Wildspinatsuppe, zubereitet auf offenem Feuer, animierte. Vor allem haben sie die beiden Saisons zusätzlich sensibilisiert für die Arbeit der Bauern, der Erzeuger, der Produzenten. Das bestärkte sie in ihrem Engagement rund um das Projekt «Arche des Geschmacks», mit dem Slow Food das kulinarische Erbe der Region, regional bedeutsame Lebensmittel, Nutzpflanzen, Kulturpflanzen,

aber auch traditionelle Zubereitungsarten, vor dem Verschwinden bewahrt.

## Am Salone del Gusto das Netzwerk pflegen und neue Inputs gewinnen

«Wir, die Köche, wie auch alle Konsumenten sind eigentlich Co-Produzenten. Denn das Endprodukt, unser Gericht, ist ja nur so gut wie das Grundprodukt. Deshalb müssen wir uns gut um die Produzenten kümmern, ihnen Wertschätzung entgegenbringen, auch monetärer Art, damit sie uns weiterhin mit ihren kostbaren Erzeugnissen beliefern», lautet ihr Credo. Sie führt das Beispiel Kefen an: Kürzlich habe sie ihren Bio-Grossisten gefragt, ob er noch jemanden kenne, der welche anbauge. «Er wurde nur schwierig fündig – zu aufwendig ist die Produktion für Grossverleiher, welche viel Handarbeit erfordert. Wenn wir solche Produkte aber weiterhin wollen, dann müssen wir bereit sein, den Preis für den Arbeitsaufwand zu zahlen».

Im Gegenzug schätzt sie das weltweite Netzwerk, das man untereinander pflegt, den Einblick in fremde Kulturen, den man erhält und wo man erfährt, wo anderswo der Schuh drückt. «Zum Beispiel 10000 Gärten für Afrika»,

ein Gemeinschaftsprojekt für nachhaltige Gärten in Schulen, Dörfern und Stadtperipherien in 26 afrikanischen Ländern.» Solche Projekte seien wichtig für alle, findet sie und erzählt vom Pokot Ash Yogurt, dem Asche-Joghurt aus Kenia, vom Bränz de burduf, dem in Rinde gereiften Schafsmilch-Käse aus Rumänien, vom kanadischen Bäcker, der schon vor Jahren mit seiner eigenen Lievito Madre anreiste, und überhaupt, wie an den ersten Terra-Madre-Netzwerktreffen ganz rudimentär die Erzeugnisse auf Teppichen ausgebreitet wurden. «Heute ist das alles viel strukturierter», lacht sie.

Ebenfalls auf eine professionellen Ebene gehoben wurde das Netzwerk der kochenden Zunft, die «Alliance der Köche», die in der Schweiz bereits 49 Küchenchefs zählt – sie sind es, die quasi als «Hüter der Artenvielfalt» die Produzenten unterstützen, indem sie ihre Produkte verarbeiten und so für Verbreitung sorgen. Während dies bei Gero Porstein im «Walddhaus Sils» oder bei Albi von Felten

im «Hirschen Erlinsbach» eher konventionell im Restaurant geschieht, bittet die Wildkräuterköchin im kleinen Kreis in ihrer Casa Merogusto an ihre meist ausgebuchten Tavolate. Daneben gibt sie Kochkurse, setzt auf Catering, arbeitet an ihrem neuen Kochbuch. Heute, bedauert sie, komme sie wenig dazu, den Tref-

fen beizuwohnen. Auch wenn es weiterhin noch viel zu tun gibt in Sachen nachhaltige Wertschöpfungskette, so ist sie froh zu sehen, wie man vermehrt sensibilisiert ist für Nose-to-Tail, Foodwaste, Ter-

roir-Küche, kulinarisches Erbe – allesamt Themen, die Slow Food seit jeher umtreiben. Etwas aber lässt sie sich entgehen: den alle zwei Jahre stattfindenden Terra Madre – Salone del Gusto in Turin, das weltweite Slow-Food-Treffen, wo sie netzwerk und Gleichgesinnte trifft. «Diese Treffen sind nicht nur sehr inspirierend, weil Slow Food Italia einfach besonders innovativ ist. Sie geben einem auch die Kraft, stetig an den Themen dranzubleiben.»

## «Es ist toll, wie Themen wie Foodwaste oder Terroir-Küche Beachtung finden.»

gemeinschaftliche Essen organisiert (siehe Porträt rechts), hat Mühe mit diesem Vorwurf. «Das Problem ist, dass Lebensmittel in der Regel zu günstig sind», sagt sie. Wir müssten eben bereit sein, für nachhaltige und qualitativ hochwertige Lebensmittel mehr zu bezahlen. Schliesslich stellt sich zusehends die Frage, was aus der internationalen Slow-Food-Bewegung wird, wenn ihr Gründer und Ideengenerator Carlo Petrini eines Tages nicht mehr aktiv sein wird. «Niemand ist unersetzlich», hat er selbst bereits auf eine entsprechende Frage geantwortet. Skeptischer ist Meret Bissegger: «Es wird sehr schwierig sein, eine so charismatische Person zu ersetzen.»

## Slow Food Zahlen und Fakten zur Bewegung

### Gegründet:

Slow Food Italia 1986  
Slow Food International 1989  
Slow Food Schweiz 1993  
weltweit Aktivitäten in 160 Ländern

### Mitglieder:

weltweit zirka 100 000  
Italien: 22 637 (2018); Land mit den meisten Mitgliedern, Tendenz abnehmend  
Deutschland: 13 500  
Schweiz: 3 700, Tendenz zunehmend

Budget Slow Food Schweiz: 900 000 CHF (2019)

Lokale Arbeitsgruppen (Convivien): weltweit: 1500  
Schweiz: 20

[www.slowfood.com](http://www.slowfood.com)  
[www.slowfood.ch](http://www.slowfood.ch)  
[www.slowfoodyouth.ch](http://www.slowfoodyouth.ch)



Laura Schälchli

«Unser Engagement ist unkonventioneller.»

Mitglied SFY Schweiz, Gründerin Sobre Mesa, Mitgründerin La Flor Schokolade, Zürich

Seit Ihrem Studium der Gastronomischen Wissenschaften an der Slow-Food-Uni in Bra (I) sind Sie aktiv bei Slow Food Youth Schweiz. Inwiefern unterscheidet sich die Jugend von der Mutterbewegung? Die Idee der Slow Food Youth (SFY), einer Jugendbewegung von Slow Food (SF), entstand 2007 am internationalen Slow-Food-Kongress in Mexiko. Gegründet wurde sie 2008 – mit dem Ziel, ein internationales Netzwerk an jungen Bauern, Erzeugern, Studenten und Köchen zu schaffen und so den Nachwuchs abzuholen. In der Schweiz gibt es die Jugendorganisation mit aktiven Gruppen in Zürich, Bern und Basel. Wir vertreten dieselben Werte wie SF, wir sind im regen Austausch mit ihr. Aber wie wir organisiert sind und wie wir unsere Interessen vertreten, das unterscheidet sich.

### Konkret?

In Zürich sind wir ein harter Kern von rund zwölf Personen,

dennoch gibt es keine Mitgliedschaft. Das heisst: Jede und jeder ist willkommen, der sich für die Bewegung interessiert. Jeweils am ersten Mittwoch des Monats organisieren wir einen Stammtisch. Eingeladen wird via Facebook-Gruppe, die über 4000 Interessierte umfasst. Meistens kommen bis zu fünfzig Leute. Die Teilnahme ist kostenlos, jeder nimmt eigenes Geschirr mit und steuert etwas zum Essen und Trinken bei. Dabei tauschen wir uns aus und hecken neue Projekte aus. Diese lockere Struktur funktioniert sehr gut. Für mich war das entscheidend, weil ich mir 2010, als ich in die Schweiz zurückkehrte, die Anlässe von Slow Food Schweiz nicht leisten konnte. Wir haben damals durchgesetzt, dass die SF-Mitgliedschaft für unter 30-Jährige 30 Franken kostet. Dennoch: Der Stammtisch der SFY ist nicht nur Jungen vorbehalten. Oftmals finden sich auch ältere SF-Anhänger ein, die unseren Austausch suchen.

### Und was sind Ihre Aufgaben?

Wir sensibilisieren die junge Generation für unsere Philosophie von nachhaltigen und fairen Lebensmitteln, gehen das Ganze aber frischer, unkonventioneller an. Wir sind etwa Teil des vor einem Jahr gegründeten Ernährungsforum Zürich, eine Plattform für ein nachhaltiges Ernährungssystem im Raum Zürich. In Bern sind wir von SFY bezüglich Produzenten sehr aktiv mit dem wöchentlichen Abendmarkt in der «Alten Feuerwehr Viktoria». Wir organisieren Workshops, Weiterbildungen oder gehen an Schulen und kochen mit Kindern.

### In der Romandie sei eine Gruppe geplant. Wie sieht es diesbezüglich aus?

Derzeit stagniert sie. Da müsste jemand die Initiative ergreifen und die Gruppe wieder aktivieren. Wir haben ein Starterkit zusammengestellt für einen Stammtisch, das wir gerne zur Verfügung stellen.

fee



# Dans la peau d'un volontouriste

**Reportage au refuge du Grammont et à l'alpage de Taney sur les tâches que peuvent faire des touristes voulant aider leurs hôtes. Engagement intense et vision distanciée.**

ALEXANDRE CALDARA

Comment les mots volonté ou volontaire et tourisme s'imbriquent-ils ? Cela peut encore sembler mystérieux. «Des vacances actives et reposantes», promettent l'Aide suisse aux montagnards et Switzerland Travel Center (STC) qui développent cette offre depuis trois ans. Voyager lentement se conjugue aussi avec voyager responsable. Normalement, elle se vit sur cinq jours avec quatre jours d'aide et une journée libre pour une participation de 200 francs. Sur un temps plus court de deux jours, je voulais vivre cette expérience, avec un peu de crainte et en prenant le soin avant l'arrivée, de préciser par courrier électronique: «Spontanément je pourrais vous aider en cuisine, à l'accueil et pour des tâches administratives, d'écriture, de relecture ou même lire des histoires à des enfants ou des adultes. Je ne me sens pas très habile pour les autres tâches manuelles ou porter des choses.»

Le Refuge du Grammont, à 1400 mètres, participe pour la première fois à cette opération et se singularise sur le marché romand. Lundi matin, je rate bêtement une correspondance à Saint-Maurice, donc le seul car postal de la journée, mais rencontre un ami dans le train à la hauteur de Monthey, beauté des petits incidents de parcours. Finalement arrivé à Vouvry, je commence à monter à pied, un taxi qui peut me monter jusqu'à destination finale. Pressé de commencer ma tâche j'accepte et évite plus de deux heures de marche. Arrivé au refuge du Grammont, on m'installe dans une chambre du personnel en

rénovation, sous le toit. Très vite je me retrouve face à un grand bac de patates à éplucher sous les ordres de Salomé jeune employée qui effectue sa deuxième saison. J'aperçois un carré du Lac Taney par la fenêtre. Me concentre sur les pommes de terre avec mon couteau rose, certaines résistent plus que les autres, il faut créer de petits cratères pour enlever les aspérités. Impossible de savoir au toucher si la patate résistera à la lame. Les premières crampes de poignet surgissent, un nouveau bac arrive. On enchaîne ensuite sur la préparation du mélange à fondue, j'aime

aux à ardoise. Me retrouve à table avec les trois jeunes employés d'une vingtaine d'années, Salomé l'Irlandaise de Lausanne, Mathieu le Jurassien et Tillie la Valaisanne. Très vite avec entrain, ils parlent de politique européenne, de détention d'armes à feu à la maison, de la vie à l'alpage. J'aime leurs idées qui fusent. Encore un café sur la terrasse, la découverte rapide des glaces maison dans la cabane à glaces, la nouveauté de la saison.

## La volée des quatre premiers volontaires

Petit à petit, je découvre ce que Salomé nomme «la maison qui bouge», ce chantier permanent qui a commencé l'an dernier avec la rénovation des toilettes, permise par l'Aide suisse aux Montagnards, puis progressivement de la vingtaine de chambres et les 120 lits. Les deux jeunes filles s'emparent de lattes en bois, les

**«Si on devait tenir compte du salaire horaire, on stoppe tout de suite.»**

Edgar Julmy  
Fromager

le doux fumet des röstis de la géranie, Raphaëlle Herrmann, qui a imposée en altitude le label Fait maison. Les tâches s'enchaînent à rythme soutenu, sans écouter de musique, à peine le temps de parler des transports de bois par hélicoptère ou des plongeurs qui viennent l'hiver chercher leur bonheur sous la glace lacustre. Je passe les patates dans la trancheuse. Puis m'attaque à la vaisselle à la main. Je ne sais pas si je dois rire ou pleurer. J'attends 15 heures, le seul repas chaud de la journée m'avait prévenu Raphaëlle. Mathieu m'aide à me sentir à l'aise, rigole avec moi, me montre l'emplacement des coute-

fracassent à mains nues. J'observe apeuré, puis m'occupe avec des gants de la laine de verre qui me fait tousser. Je fatigue vite. A 18 heures, Manuel Micoli, le compagnon de Raphaëlle, met fin à mon calvaire.

Le soir, autour d'un bol de soupe et d'un fromage industriel, Raphaëlle Herrmann m'explique qu'elle a voulu me sortir de ma zone de confort, pour que je sois déconnecté, que je vois autre chose. Je fais partie de la volée des quatre premiers volontaires: «On ne savait pas vraiment à quoi nous attendre. On a pas beaucoup de temps à leur consacrer. Le week-end c'est impossible. On peut seulement leur proposer la semaine. La première dame ne voulait pas du tout parler d'elle, de son univers personnel. Elle était hyperactive de 7 à 23 heures.»

Le lendemain matin à 8h15,



Un arc en tissu pour accueillir les meules, à la fromagerie de Taney.

Alexandre Caldara

Manuel Micoli m'emmène à quelques pas de là à la fromagerie d'alpage de Taney. Edgar Julmy descend de son tracteur pour nous accueillir, on le sent à pied d'œuvre depuis 5h30 du matin. Il s'arrêtera à 23 heures. «Si on devait tenir compte du salaire horaire, on stoppe tout de suite. Mais ici, on a la chance de travailler avec les fleurs, les oiseaux et les caprices de la nature. On se sent utile, on sait pourquoi on ressent de la fatigue.» Alessandra qui effectue sa première saison complète, lave au jet les seaux métalliques. L'ambiance de travail semble détendue, mais très efficace. Je ne trouve pas de place pour aider. Vite, on me propose un petit-déjeuner avec les fromages maison et un délicieux sérac. Edgar Julmy, agriculteur dans le canton de Fribourg, vient depuis cinq ans fabriquer du fromage à l'alpage, avec son épouse, qui s'occupe aussi de la vente directe et de deux jeunes employés un pour la fromagerie, l'autre Dario, agriculteur diplômé, spécialiste du bétail: 35 vaches laitières, 66 vaches nourricières.

## Une place d'observateur à la fromagerie

Quand le Refuge leur a proposé d'accueillir les volontaires, deux jours, les fromagers ont vu l'intérêt de rencontrer de nouvelles

personnes: «Elles nous accompagnent, aident si elle peuvent.» Pour ma part, je ne trouve qu'une place d'observateur. Mais je découvre tout le processus de transformation du lait, apprécie comment le fromager touche la matière, la laisse décanter, puis passe à la transformation en pièce de cinq kilos de raclette AOC. Il me montre sa cave d'affinage, l'arrose. Le fromager explique qu'il travaille sans additif, avec peu de sel, tout au naturel. En fin de matinée, tout a été nettoyé. Un nou-

veau cycle de fabrication peut commencer. «Besoin de personne», chante France Gall à la radio, c'est ce que je ressens, me sens privilégié, comme un ethnologue ayant assisté à un rituel, aimé l'ambiance régnant entre les protagonistes, mais me suis senti inutile.

«Ce monde en loques, je le vêtirai d'une parure royale ou plutôt, connaissant mes véritables impulsions, je lui déroberai quelques haillons», écrit Pierre Sansot dans «Du bon usage de la lenteur».

## STC: Une demande en nette croissance autour de huit acteurs nationaux

La collaboration entre l'Aide suisse aux montagnards et Switzerland Travel Center (STC) en matière de volontourisme a commencé il y a trois ans. Depuis le début de l'expérience, 40 personnes se sont inscrites au programme. «Cette année, nous notons une augmentation de deux tiers par rapport au mois de juin de l'an dernier», se réjouit Maria Roth, responsable du marketing, chez STC.

Cette saison, huit offres à travers la Suisse figurent au programme dont une au Tessin au Campo Cortol. Ces séjours sont généralement organisés du lun-

di au vendredi. Ils s'adressent avant tout à des personnes seules. Elle pourrait aussi à l'avenir se développer pour de petits groupes et toucher certains établissements en hiver.

Raphaëlle Herrmann du Refuge de Grammont pensait recevoir plus de backpackers dans le cadre de ce programme: «Il s'agit plutôt de personnes âgées entre 55 et 65 ans.» Le coût de l'expérience reste chiffré à 200 francs, dont 40 vont directement au lieu d'hébergement, 40 à l'Aide suisse aux montagnards et le reste revient à STC pour les frais liés à la logistique. aca

ANNONCE

Jean-Daniel Suardet

Corinne Buttet

# Vins des Couronnés

**OBRIST**

OBRIST.CH



# «Nützen und schützen»

**Die österreichische Initiative «Bergsteigerdörfer» ist eine Erfolgsgeschichte. Nun soll das international etablierte Gütesiegel auch in die Schweiz kommen.**

PATRICK TIMMANN

**B**ergsteigerdörfer». Bereits der Name weckt Assoziationen mit der Schweiz. Trotzdem dürfte die Initiative hierzulande noch weitgehend unbekannt sein. Nicht zuletzt deswegen, weil bis jetzt kein einziger Schweizer Ort Mitglied ist. Dies soll sich jedoch bald ändern. «Wir planen einen Pilotversuch mit einem Ort in Graubünden. Im September findet ein Treffen statt», verrät Pit Meyer, Marketingleiter beim Schweizer Alpen-Club SAC. Um welches Dorf es sich handelt, will er noch nicht sagen. In der Schweiz kämen jedoch ungefähr 15 Orte in Frage. Bündner Dörfer wie Juf, St. Antönien und Curaglia oder auch Basco/Gurin im Tessin. «Es geht um Orte, wo bereits etwas Tourismus ist, es aber noch Entwicklungsmöglichkeiten gibt.» Ohne dabei jedoch eine riesige Infrastruktur aufzubauen, fügt Meyer hinzu.

Die Bergsteigerdörfer gehen auf eine Initiative des österreichischen Alpenvereins zurück und sollen einen Beitrag zur Umsetzung der Alpenkonvention leisten. Diesen völkerrechtlichen Vertrag unterzeichneten im Jahr 1991 acht Alpen-Staaten sowie die Europäische Wirtschaftsgemeinschaft (heutige EU) mit der Absicht, nachhaltige Entwicklung im Alpenraum zu fördern. 2008 wurde das Label Bergsteigerdörfer in 16 österreichischen Orten lanciert. Aktuell sind es insgesamt 29 Mitglieder, die meisten davon in Österreich, aber auch deren vier in Deutschland, drei in Norditalien sowie zwei in Slowenien. «Die Bergsteigerdörfer sind eine

Marke, eine Selbstverpflichtung zu nachhaltiger Entwicklung und Gemeindeentwicklung. Wir bieten den Rahmen und das Netzwerk, aber die lokale Bevölkerung füllt es mit Leben», erklärt Marion Hetzenauer, Projektkoordinatorin beim österreichischen Alpenverein und zuständig für das Projekt.

**Die Schweiz hofft auf Netzwerk und Know-how-Transfer**

Die Schweiz sei bereits seit Längerem an einer Mitgliedschaft interessiert, so Meyer. 2014 führte die Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften deshalb im Auftrag des SAC eine Machbarkeitsstudie durch. Eine Ausdehnung auf die Schweiz sei «gut machbar», so das Fazit von Simone Gruber, wissenschaftliche Mitarbeiterin an der ZHAW Forschungsgruppe Tourismus und nachhaltige Entwicklung. Das Label eigne sich für Dörfer in alpinen Regionen, für «sanften und nachhaltigen Tourismus», wo naturnaher Bergsport im Zentrum stehe. Dass erst jetzt eine Adaption in der Schweiz auf der Agenda stehe, habe an der anderen Prioritätensetzung vor fünf

Jahren gelegen. Mittlerweile sei die Zeit aber reif. «Die Bergsteigerdörfer weiten sich aus, in der Schweiz möchte man vom internationalen Netzwerk und Know-how profitieren», so Gruber. «Die Initiative geht für uns in die richtige Richtung», findet Pit Meyer. Ganz nach dem Motto «nützen und schützen».

**«Das Angebot entspricht immer mehr dem gesellschaftlichen Trend.»**

Marion Hetzenauer  
Alpenverein Österreich

Die Bergsteigerdörfer verfügen über keine eigene Buchungsseite, dementsprechend finanziert sich die Initiative nicht über Kommissionen. Bis vor Kurzem wurden die Bergsteigerdörfer von Österreichs Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus unterstützt. Zusätzlich flossen EU-Gelder. In Österreich sei man nun allerdings finanziell auf sich allein gestellt, sagt Marion Hetzenauer. Um den «regulären Arbeitsbetrieb» zu garantieren, zahlten die Gemeinden seit 2018 Jahresbeiträge. Diese seien jedoch bewusst tief gehalten und auf maximal 4000 Euro gedeckelt.

Auch die nationalen Alpenvereine beteiligten sich finanziell.

«Die Zeit spielt uns in die Hände», erklärt Hetzenauer die Expansion der Bergsteigerdörfer. «Das Nischenangebot entspricht immer mehr dem gesellschaftlichen Trend. Es hat inzwischen Potenzial in der breiten Masse, längst nicht nur mehr bei Bergsteigern.» Ob es nicht bereits ein Problem mit Overtourismus gebe? Es gebe tatsächlich Hotspots, etwa wenn es bei Berchtesgaden zu Parkplatzproblemen komme, so Hetzenauer. Auch in einigen Dörfern regten sich erste kritische Stimmen. Allerdings nicht allzu lautstark, da die Dörfer ja von Anfang an nach bestimmten Kriterien ausgesucht wurden und eklatanter Overtourismus deshalb gar nicht möglich sei. «Overtourismus ist immer auch eine subjektive Empfindung. Schon ein Tourist kann zu viel sein.»

[bergsteigerdoerfer.org](http://bergsteigerdoerfer.org)

## Alpine Pearls Im Abwärtstrend

Bei den Alpine Pearls läuft es nicht rund. Seit dem zehnjährigen Jubiläum vor drei Jahren ist die Anzahl der Mitglieder von 27 auf 23 geschrumpft. Auf Ende Jahr wird nun auch Interlaken die Kooperation verlassen. «Wir waren 13 Jahre lang Mitglied, nun setzen wir den Fokus woanders», begründet Christoph Leibundgut, Manager Communication bei Interlaken Tourismus, den Entscheid. Auch das Kosten-Nutzen-Verhältnis habe nicht mehr gestimmt. Der Austritt sei aber nicht als Votum gegen die Alpine Pearls zu verstehen, und Nachhaltigkeit bleibe für Interlaken weiterhin wichtig, betont Leibundgut.

Mit dem Austritt Interlakens verbleiben drei alpine «Perlen» in der Schweiz: Arosa, Disentis/Mustér und les Diablerets. Auch in Arosa wachsen die Zweifel am Nutzen der Kooperation. Der

Jahresbeitrag beträgt 12.000 Euro. «Am Anfang hat das Verhältnis gestimmt. In den letzten Jahren hat die Bewegung aber unseren Erwartungen nicht mehr immer entsprochen», so Tourismusdirektor Pascal Jenny. Deshalb ziehe auch Arosa einen Austritt in Betracht. Das zentrale Versprechen der Alpine Pearls, die «sanfte Mobilität», habe zu wenig Zugkraft entfaltet, insbesondere was buchbare, auf dem Markt erfolgreiche Produkte angehe. «Die Perlenkette» hat es leider noch nicht geschafft, ein vielbeachtetes Ferienereignis quer durch Europa zu werden.

Eine alpendurchquerende «Perlenreise» war indes genau das Anliegen der diesen Monat veranstalteten «Alpine Pearls e-Tour»: Eine Reise mit dem E-Auto von Cogne (Aostatal) nach Bled (Slowenien). «Weiter

planen wir, mit einer anderen E-Auto-Rally ebenfalls Touren anzubieten – von Perle zu Perle», so Karmen Mentil, Pressesprecherin Alpine Pearls. «Einige Male ist diese Rally bereits in unseren Perlen der Alpen zu Gast gewesen, nun wollen wir dies zu einem marktfähigen Urlaubsprodukt ausbauen.»

Wie man in les Diablerets über die Alpine Pearls denkt, war bis Redaktionsschluss nicht in Erfahrung zu bringen. Positive Rückmeldung kommt dagegen aus Disentis/Mustér, Mitglied seit 2013: «Ja, wir sind zufrieden», sagt Simona Barmettler, Tourismusdirektorin von Disentis Sedrun, auf Anfrage. «Die Rechnung geht für uns auf. Die Leute wollen hier abschalten, und das können sie auch.»

[alpine-pearls.com](http://alpine-pearls.com)



Mit sieben E-Autos 1600 Kilometer quer durch sechs Alpenländer: Die «Alpine Pearls e-Tour» Anfang Juli 2019. Bild oben: Der Name ist bei den «Bergsteigerdörfern» Programm. (Stock, Alpine Pearls)

ANZEIGE



## Herzliche Gratulation

Bravo! Dieses Jahr haben 12 Lernende erfolgreich ihre Berufslehre abgeschlossen, davon drei mit Auszeichnung. Wir wünschen ihnen viel Freude, Glück und Erfolg für die berufliche Zukunft.

**Wir suchen dich!**

Packe deine Chance und starte deine Karriere beim ZfV  
[zfV.ch/de/unternehmen/karriere/lehrende](http://zfV.ch/de/unternehmen/karriere/lehrende)

Obere Reihe (von Links nach Rechts): Leandro Maiorano, Stephanie Schubiger, Alina D'Alessio, Shyanne Lamparter  
Untere Reihe: Raffaele Ferrarese, Chantal Spring, Nelia Berni, Fabienne Denoth, Alyssa Schmidlin  
Auf dem Schnappschuss nicht dabei: Csaba Elias, Leonie Frank, Luca Kocabas



# Von Highlight zu Highlight wandern

**Aktiv Reisen Schweiz bietet Wanderreisen entlang der Grand Tour of Switzerland. Komfort und Genuss spielen dabei eine grosse Rolle. Die htr hat das neue Angebot getestet.**

NATALIA GODGLÜCK

Die Wanderschuhe müssen über die Knöchel reichen und wasserdicht sein. Es könnte noch Schnee in den Höhen haben, steht auf der Ausrüstungsliste. So einfach wie mit dieser habe ich seit Ewigkeiten nicht mehr gepackt. Sonnencreme, Sonnenhut, Regenschutz steht da, Freizeitkleider für Abendessen in gediegenem Rahmen. Die bevorstehenden Wandertage gleichen keiner meiner bisherigen Touren. Statt in einer günstigen Jugi oder SAC-Hütte werden wir in komfortablen Hotels übernachten. Ein weiterer Luxus wird sein, dass unser Gepäck transportiert wird. Einzig den Tagetrucksack mit Proviant tragen wir selbst.

Um vier Uhr nachmittags checke ich im «Nidwaldnerhof» ein, einem Drei-Sterne-Superior-Haus direkt am Vierwaldstättersee. Bis

zum Apéro, wo ich auf die anderen Teilnehmer der Wanderreise Schweiz treffen werde, die bereits zwei Tage unterwegs sind, bleibt mir etwas Zeit. Auf dem Balkon mit Seeblick und Sicht auf umliegende Zentralschweizer Berge kommen Feriengefühle auf. Und beim Rundgang ums Haus entdecke ich das kleine gelbe Postauto, mit dem wir unterwegs sein werden. Der 19-plätzig Mini-Bus hat ein Panoramadach und lässt sich per Knopfdruck in ein Cabriolet umwandeln.

Auf der Terrasse herrscht lockere Stimmung, als ich zur Gruppe stosse. Mit dem diplomierten Wanderleiter Werner Forrer und Postautochauffeur Sergio Lanfranchi sind wir zehn Personen. Fünf sind pensioniert, die anderen Mitte 40 aufwärts. Bis auf Yves aus dem Waadtland sind alles Bündner. Der Chef de Service

mit keckem Irokesenschnitt erzählt uns die Geschichte des Hauses und dass sich die Liebe zur Region auch kulinarisch niederschlägt. Der Apéro ist offeriert vom Haus: Zu Weisswein gibt es Sbrinz-Möckli, Tomaten-Mozzarella-Sticks, Vitello Tonnato, Oliven und feines Brot. Wir wechseln an den weiss gedeckten Tisch direkt am See und alle wählen eine Vor-, Haupt- und Nachspeise nach ihrem Gusto. Bis auf die Getränke ist das Abendessen im Pauschalpreis von 2600 Franken pro Woche inbegriffen. Zu Buche schlagen hauptsächlich die Honorare des Wanderleiters und des Chauffeurs, die Miete des Postautos und die Gasthäuser «mit Seele», weiss ich von der Organisatorin Bea Baier. Im Gegenzug gibt es viel Komfort und Genuss. Was für ein lauschiger Sommerabend!

## Infotainment im einzigen Postauto-Cabriolet der Schweiz

Nach dem ausgiebigen Frühstück mit regionalen Produkten packen wir. Um 8.30 Uhr sitzen wir im Postauto, steuern kurz eine Bäckerei an und fahren den Vierwaldstättersee entlang durch Bilderbuchlandschaften. Plötzlich erklingt das Lied vom «Schacher



Natalia Godglück hat sich für die htr die Wanderschuhe geschnürt.

Seppli» im Autoradio. Wir sind in Giswil und Wanderleiter Werner zeigt uns am Strassenrand die Skulptur des Besungenen. «Der Sänger Ruedi Rymann kam von Giswil», sagt Werner. Auch die nächsten Tage wird er immer wieder Informatives über die durchfahrenen Gegenden erzählen. Mit offenem Dach fahren wir an frisch gemähten Feldern und unzähligen Sonnenblumen vorbei, rechts von uns glänzt der Sarnersee.



ANZEIGE



2019

**Anmeldeschluss**  
**23.08.2019**

Teilnahmebedingungen  
und Bewerbungsunterlagen  
unter [htr-milestone.ch](http://htr-milestone.ch)

20 JAHRE HÖHENFLÜGE DER INNOVATION

Plaus Bahnen AG / Vincent Groce

Träger

**hotelrevue**

**hotelleriesuisse**  
Swiss Hotel Association

Unterstützt von

 Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

 Bundeskanzlei  
Eidgenössisches Departement für  
Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF  
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO  
Direktion für Tourismusförderung

**innovation**  
tourism

Tourismuspartner

**STV FST**  
Schweizer Tourismus-Verband  
Fédération suisse de Tourisme  
Federazione Svizzera del Turismo  
Federaziun svizra da Turissem

Supportingpartner

 **SWISS AIR**  
FLYING THE SWISS WAY

 **LAUSANNE**  
LAUSANNE





swissimage/Stephan Boegli

Passanten winken oder lächeln uns zu. Das einzige Postauto-Cabriolet der Schweiz fällt auf.

#### Vom sommerlichen Blumenidyll hinauf zu Krokussen und Schnee

Auf dem Glaubenbielenpass schultern wir unsere Rucksäcke und marschieren los. Inklusive Sergio, unser Fahrer, der seine steife Uniform mit Krawatte gegen sportliche Wanderbekleidung getauscht hat. Vorbei an neugierigen Kühen führt der Wanderweg durch schönste Alpbüschwiesen. Wir sehen Rotes Männertrü, blauen und weissen Enzian, Arnika, Alpengelken, Trollblumen, Alpenorchideen und andere Pracht, die ich mit meinem Handy abbilde. Nach rund 400 Metern gemütlichen Aufstiegs erreichen wir den Nünalpstock auf 1900 Meter Höhe. Schmelzwasser und viele Krokusse zeugen davon, dass hier vor Kurzem noch Schnee lag. Beim Picknick schauen wir Gleitschirmfliegern zu. Zurück

zum Bus führt Werner uns durch eine feuchte, moorige Landschaft. Kein vorgespürter Pfad ist zu erkennen, und so läuft jede und jeder leichtfüssig einen eigenen Weg. Eine Stunde später sitzen wir wieder in unserem Openair-Postauto und fahren an der Rückseite des Briener Rothorns vorbei Richtung Emmental. Die Wanderung vom Schneebärgli zum Kemmeriboden-Bad ist freiwillig, aber alle wollen die rund 40 Minuten laufen. Plötzlich giess es wie aus Kübeln, doch die bevorstehende Kemmeriboden-Meränge hält uns bei bester Laune. Als wir unsere Reise durchs hügelige Emmental mit den malerischen Bauernhäusern fortsetzen, sind unsere Kleider schon wieder trocken. Gegen 18 Uhr erreichen wir Hiltfingen. Hier nächtigen wir direkt am Thunersee im Hotel Bellevue, das den Charme der Belle Epoque ausstrahlt. Der Himmel ist wieder klar, auch später beim Znacht am Wasser. Für alle

gibt es das gleiche Menü: eine Pestosuppe, gefolgt von Felchen an Safranreis und Gemüse und einer gebrannten Creme zum Abschluss. Nach einem Verdauungsspaziergang am See falle ich zufrieden ins Bett und schlafe tief wie ein Murrelter.

#### Gemütlicher Weg mit Blick auf Eiger, Mönch und Jungfrau

Die Kirche von Hiltfingen schlägt 8.30 Uhr, als alle gut gelaunt und abenteuerbereit im Bus sitzen. Sergio fährt uns Richtung Simmental, von wo wir das Stockhorn anpeilen. In Erlenbach nehmen wir die Gondel bis zur Mittelstation – nicht mal um die Tickets müssen wir uns kümmern. Der Blick von der Chindri zum Stockhorn und auf den Hinterstocksee ist atemberaubend. Wie gestern spurt Werner vor, wir laufen hinterher. Der Weg führt über einen Bergbach und schlängelt sich in sanften Kurven hoch. Nach einer Wende werden wir mit einem traumhaften Bergpanorama belohnt: Eiger, Mönch, Jungfrau, Schreckhorn und wie sie alle heissen. Die heutige Wanderung ist mit nur 200 Höhenmetern gemütlicher als die gestrige. Wieder sehen wir zahllose Blumen und hören das Gezitscher von Bergpiepern, Baumpiepern, Hausrotschwanz und anderen Vögeln. Über ein Schneefeld gehts runter zum Oberstocksee zu unserem Picknickplatz. In dem Moment beginnt ein Jodler zu singen, am See werfen zwei Fischer ihre Angelschnüre aus – mehr Idylle geht nicht.

#### Ein Jodler beginnt zu singen, am See werfen Fischer ihre Schnüre aus – mehr Idylle geht nicht.

Nach einem Kaffee und hausgemachten Nidletäfelchen im Berggasthaus Oberstockalp, wo uns junge Kätzchen begrüßen, laufen wir an eindrucksvollen Kalksteinwänden entlang zur Mittelstation hinunter und fahren mit der Gondel zu Tal. Auch heute schlägt Werner einen Zusatzspaziergang vor und niemand will den schattigen Seeuferweg von Spiez nach Faulensee missen. Später ist es verdammt still im Bus. Edliche der Gruppe versinken in ein wonniges Nickerchen.

Fürs Abendessen sitzen wir zum Glück auf gedeckter Restaurantterrasse. Ein heftiges Gewitter mit Sturmböen braut sich zusammen, feine Hagelkörner peitschen den See. Zum Naturschauspiel gibts für uns Salat, Rösti, Kalbsgeschnetzeltes und Schoggiere mit Früchten. Bei der anschließenden Lagebesprechung infor-

miert uns Werner, dass wir morgen bereits um 8 Uhr losfahren. Weil das Wetter ungewiss ist und unsere Verschiebung in den Neuenburger Jura über zwei Stunden dauert.

Als wir früh Richtung Neuenburger Jura fahren, weiss das Wetter noch nicht, was es will. Bei Brot-Dessous entdecken wir einen der aktuell 49 Foto-Spots der Grand Tour of Switzerland (GToS) und stellen uns um den roten Rahmen für ein Gruppenfoto hin, im Hintergrund der majestätische Creux du Van. Sergio ist jetzt auch Fotograf. Eigentlich wollten wir zum Felsenmassiv hochwandern, doch der plötzliche Regen stimmt uns um. Wozu hat man denn einen Chauffeur? Auf der Fahrt nach oben berichtet Werner über das älteste schweizerische Naturreservat, das seit 1876 unter Schutz steht. «Früher gab es hier sogar Bären und Luchse.» Nach einem feinen Kaffee im seit 1750 existierenden Berggasthof Robert spazieren wir im Nebel zur berühmten Felswand und werden Zeugen eines fantastischen Schauspiels. Wie ein Vorhang lichtet sich das milchige Geschleiere und gibt freie Sicht auf die eindrucksvolle, u-förmige Felswand. Was für ein Geschenk!

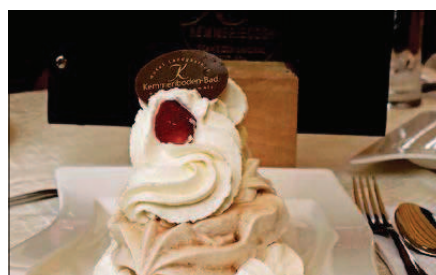
Zurück beim Berggasthof setzen wir uns auf liegende Baumstämme und essen, was unsere Rucksäcke hergeben. Kaum fertig, setzt der Regen wieder ein. Vorbei an Jura-Weiden mit Rindern und Pferden fahren wir durchs Val de Travers nach Môtier ins Absinth-Museum. Nach etlichen Geschichten über die «Grüne Fee» gönnen wir uns eine Degustation der hochprozentigen Spirituose mit Anis-Geschmack. Nur Sergio winkt ab. «Im Dienst trinke ich keinen Alkohol.» Der Himmel zeigt sich wieder versöhnlich. Wir fahren Richtung Freiburgerland, vor uns die Berner Alpen im schönsten Sonnenschein, neben uns Mohndornfelder. Am Bahnhof Romont endet meine Reise, die andern fahren weiter nach Villars-sur-Glâne zu ihrer Unterkunft. Während ich ihnen nachwinke, wird mir bewusst, in was für einem unglaublich schönen und vielfältigen Land wir wohnen.

#### Feuchtfürlicher Schlusspunkt im Val de Travers

Dieser Artikel entstand im Rahmen einer Medienreise auf Einladung von Aktiv Reisen Schweiz.



Stopp am Foto-Spot in Brot-Dessous vor dem Felsenkessel Creux du Van. Schweizweit gibt es 49 Foto-Spots.



Wohlverdiente Sünde nach der Anstrengung: Eine der berühmten «Meränge» vom Kemmeriboden-Bad. Bilder Michaela Bauer

## Wander Reise Schweiz Geführte Touren entlang der GToS

Die Grand Tour of Switzerland (GToS) führt rund 1600 Kilometer durch vier Sprachregionen, über fünf Alpenpässe, zu elf UNESCO-Welterbestätten und vorbei an 22 Seen durch die Schweiz. Die Wander Reise Schweiz wurde entlang der GToS konzipiert. Das neue Angebot des Churer Reiseunternehmens Aktiv Reisen Schweiz wurde vom Staatssekretariat für Wirtschaft SECO als national relevante Tourismus-Innovation anerkannt und mit einem tiefen sechsstelligen Innoutour-Förderbeitrag unterstützt. 2018 wurden die Routen erstmals getestet, in diesem Jahr wurde das Angebot offiziell gestartet. Bislang waren rund 20 Teilnehmende aus der Schweiz und Deutschland dabei. Bei der von diplomierten Wanderleitern BAW/SWL/SBV geführten Reisen laufen zwischen

acht und zwölf Gäste mit, zwischen drei bis fünf Stunden täglich. Dabei bewältigen sie zwischen 300 und 700 Höhenmeter. Künftig möchte man auch englischsprachige Touren organisieren. Markenzeichen ist das 19-plätzig Postauto-Cabriolet. Der Preis für eine Woche beträgt 2600 Franken im Doppelzimmer, für 13 Tage 4900 Franken. Die Daten fürs Jahr 2020 stehen.

Wander Reise Schweiz wird u.a. unterstützt von PostAuto Schweiz AG Region Graubünden, Schweiz Tourismus, Grand Tour of Switzerland, HotellerieSuisse, BAW Bündner Wanderwege. Aktiv Reisen Schweiz will das Angebot entlang der GToS künftig auch für E-Bikes und Kulturreisende ausbauen. god

[aktivreisen-schweiz.com/de/](http://aktivreisen-schweiz.com/de/)



#### Martin Nydegger «Selbst grossartige Angebote verkaufen sich nicht von selbst.»

Direktor Schweiz Tourismus

Martin Nydegger, Schweiz Tourismus hat diesen Sommer das Thema Wandern in den Fokus gestellt. Warum ist Wandern plötzlich sogar bei den Jungen beliebt? Wandern inspiriert, entstresst und hat gar eine therapeutische Wirkung. Junge Menschen leben zunehmend bewusster, gesünder und umsichtiger. Als Folge gewinnt das Wandern an Popularität. Die zunehmende Präsenz von Wandererlebnissen und der Schweizer Bergwelt auf Social Media steigert die Beliebtheit noch mehr.

#### Wander Reise Schweiz bietet Wanderreisen entlang der Grand Tour of Switzerland. In zwei Wochen durch die ganze Schweiz. Wie gefällt Ihnen das Angebot?

Prima! Wir haben das Angebot auf MySwitzerland.com integriert, da es zwei touristische Kernangebote der Schweiz miteinander kombiniert: das Touring und das Wandern.

Das Angebot wurde von Innoutour mit einem sechsstelligen Betrag unterstützt. Dennoch haben die Organisatoren Mühe, genügend Anmeldungen zu generieren. Welche Chance geben Sie luxuriösen Wanderungen? Ich kenne die Hintergründe dieses Angebots zu wenig. Fakt ist und bleibt, selbst grossartige Angebote verkaufen sich nicht von selbst. Kommunikation und Marketing sind entscheidend. Wandern jedoch ist eine budgetunabhängige Aktivität und Wanderferien können sowohl preisgünstig als auch luxuriös gestaltet werden.

Vom Genfer- bis zum Bodensee ist die Schweiz am Wandern. Ist das Potenzial ausgeschöpft? Ganz und gar nicht. Das Schweizer Wandernetz mit 65 000 km ist so gross und abwechslungsreich wie kaum irgendwo auf der Welt.

Sie werben mit dem Claim: «Die Natur will dich zurück.» Wenn man überall auf Wanderer trifft, bleibt von der magischen und einzigartigen Natur nicht viel übrig. Die Schweiz bietet viel Raum und Varianz für authentische Naturerlebnisse. Zudem lässt sich überall in der Schweiz wandern und die Gästeströme verteilen sich so über das ganze Land. Wanderer sind Naturliebhaber, tragen Sorge und zeigen Respekt.

Bei Aktiv-Reisen Schweiz haben sich Wanderer aus Deutschland und aus dem arabischen Raum angemeldet. Wie attraktiv ist das Wandern in der Schweiz für ausländische Gäste? Das Wanderland Schweiz ist im In- und Ausland ungeborenen beliebt und attraktiv. Dies zeigen eigene Analysen und auch eine externe Studie von SOTOMO, welche diesen Frühling erschienen ist. god





iStock



**Le public disséminé sur les rochers au vieux Emosson. André Manoukian, en pianiste habité par une musique composée pour le grand air. Puis sa gouaille érotisée et sa voix éraillée, en compagnie du programmeur Charles Vetter.**

Cosmojazzfestival

# L'écoute sacrée et sucrée des paysages

**La vallée du Trient accueille un festival privilégiant la musique cosmique en altitude. Le compositeur André Manoukian défend un projet accessible uniquement à pied.**

ALEXANDRE CALDARA

André Manoukian ressort de son concert, comme un boxeur, en chemise noire, élégante, échan-crée. Il se prête volontiers au jeu des selfies dans un cadre familial de fidèles. On recherchait une personnalité qui symbolise la lenteur, le recul, le décalage sans surcharge académique. Un mage, le contraire d'un vendeur. Mais quelqu'un qui parle au plus grand nombre, qui permet le dépassement. Alors on a revu des pianos à queues voler dans le ciel de Chamonix, il y a dix ans pour les débuts de son Cosmo Jazz Festival. Le compositeur, pianiste et homme de télévision André Manoukian a convaincu le Chamonix de son enfance, station, attirant la crème des alpinistes, d'ouvrir la fin du mois de juillet à des mélomanes. Puis il a découvert la vallée du Trient, les Suisses, et leur a proposé son concept de concerts en altitude où, à tout moment, la nature peut



reprenre le pouvoir sur le jazz et les musiques du monde. Il occupe une station montagnarde comme un plateau de télévision à forte audience, la gouaille érotisée, la voix éraillée. Il s'impose à la Nouvelle Star comme au sommet du glacier d'Argentière.

**André Manoukian, pourquoi le projet Barrage volant, au vieux Emosson, en Valais, avec votre quartet et la compagnie de danse Neo peut se considérer comme une expérience de slow tourisme?**  
On y vient à pied.

On peut considérer, comme une récompense, ses sons qui arrivent à nous au bout d'une randonnée de plus d'une heure et demie. En plus, on ne voit aucune voiture à l'horizon, dans cet extraordinaire paysage à 2400 mètres d'altitude, avec ce mur de béton lisse, moderne.

**Lent même si cela attire une foule considérable de près de 2500 personnes...**

Un grand rassemblement autour de l'harmonie. Je suis fier que cela fonctionne des deux côtés de la frontière et réunisse des Suisses et des Français. La musique comme une des dernières religions.

**Et la musique comme plus-value touristique...**

Comme humanité. Le philosophe Gilles Deleuze explique que contrairement à la philosophie qui crée des concepts, la musique crée des affects. Elle transforme physiquement le corps, comme la randonnée, le plein air. Elle permet de verbaliser ses sentiments.

**En quoi votre Cosmo Jazz se distingue-t-il du reste de l'offre culturelle?**

Nous remettons la nature au cœur du concert. Les instruments de musique l'intègrent, surgissent. Et cela rejoint la

façon première de jouer des sorciers. Leur instinct chamannique avec ces chants spirituels de nos 124 choristes qui se perdent dans les rochers. Tous nos événements restent gratuits.

**On peut programmer quelle musique au sommet des montagnes?**

Celles qui planent, qui partent du souffle, qui n'oublient pas leurs racines ethniques. Quand Hervé Gourdikian joue du doudouk arménien, on comprend qu'il s'agit de l'instrument qui se rapproche le plus de la voix humaine.

**Et à partir de là, vous pouvez imaginer?**

Le sacré, ce décor formidable. Le sucré, notre sensualité. Une

mezzo-soprano qui se mêle à notre jazz d'extrême gauche, des danseurs acrobates de l'extrême sur un barrage.

**Votre musique évolue en pensant à ce lieu...**

Je n'écritai jamais comme ça pour un autre espace. On joue habituellement dans des espaces confinés, le public dans le noir, nous dans la lumière, alors qu'ici tout le monde se mêle à la nature, se met où il veut. Dans ce paysage, je peux laisser aller mon cœur et beaucoup moins penser à la technique.

**Et citer Duke Ellington...**

Il disait qu'il n'existe pas de musique classique ou de jazz. Mais de la bonne ou de la mauvaise musique. Les baroqueux, Mozart qui s'inspire de Scarlatti, voilà d'où nous venons, nous les improvisateurs.

**Vous distinguez deux types de musique...**

Apollinienne l'ordre, la mesure, la maîtrise de soi. Et dionysiaque vaste, erratique, insaisissable, sensitive, inspirée, fougueuse, animale. Aujourd'hui on a navigué entre les deux sans jamais oublier la pulsation.

**Et si vous deviez demander à un cinéaste d'immortaliser ce concert...**

L'Américain Terence Malick, le cinéaste de la nature.

cosmojazzfestival.com

## Taches de couleurs sur rochers

Dimanche matin, arrivée vers 9h30 à Finhaut, dans le petit train à crémaillère, une voix enregistrée vante chaque recoin de la vertigineuse vallée. «Elle sait vendre son pays», commente un voisin. A la gare, panique. Le flot de randonneurs mélomanes se déverse. Une employée de l'Office de tourisme explique que des voitures restent bloquées au sommet du barrage. Une navette ne passe. On monte finalement dans une navette. Un flot de voitures redescend du barrage.

L'expérience de gestion de la circulation de l'accueil du Tour de France en 2016 ne suffit pas.

Beaucoup de véhicules restent stationnés le long de la route. Finalement on arrive à Emosson. De là, plus d'une heure d'une très belle marche par-dessus un premier barrage, un lac, un pierrier fleuri qui grimpe.

Un lieu présenté à André Manoukian par Pascal May, président de la commune de Finhaut. La marche permet de faire connaissance avec d'avidés randonneurs français et de tenter de suivre leurs pas. Ils se souviennent d'un concert du saxophoniste Guillaume Perret en 2015, dans le même coin, avec une audience plus confidentielle.

L'utopie du récit à venir, comme une carotte, clef de sol au bout du chemin.

Arrivé au sommet, de multiples taches de couleurs sur les rochers, un public massif de 2500 personnes, mais parsemé. Une écoute à la hauteur du lieu, un public intergénérationnel, quelques chiens quelque peu surpris par les sons orientaux.

Au retour on retrouve nos compagnons de marche, leur fait découvrir une Petite Arvine de Gérard Besse, dans un restaurant de montagne. Un équilibre minéral que le randonneur qualifie d'œnojazzologie. aca