



St. Moritz®

TOP OF THE WORLD

150 Jahre
Wintertourismus
*150 years of
winter tourism*





Inhalt Content

STARKE SIGNALE
Grusswort von Hansruedi Schaffner

4 STRONG SIGNALS
Hansruedi Schaffner: A word of greeting

DIE WETTE
Wie alles begann

6 THE WAGER
How it all began

FRAUEN AUF SCHNELLEN KUFEN
Auszug aus dem Buch «Schnee, Sonne und Stars»

8 "RACY" WOMEN
An excerpt from the book "Snow, Sun and Stars"

GENERATIONEN
Die Romingers: Skiprofis, Golfprofis und Holzspezialisten

10 GENERATIONS
The Romingers: professional skiers, professional golfers, and timber specialists

«ES BRAUCHT LEUTE, DIE HINSTEHEN UND EINE IDEE UMSETZEN»
Interview mit zwei Bergbahn-Direktoren

16 "WE NEED PEOPLE TO STEP UP AND SEE THEIR IDEAS THROUGH" Interview with the two directors of the mountain railways & cableways

ST. MORITZ – GESTERN WIE HEUTE PIONIERHAFT BEI DER ENERGIENUTZUNG

20 ST. MORITZ – PIONEERING THE USE OF ENERGY PAST AND PRESENT

ST. MORITZ IST ÜBERWÄLTIGEND
Interview mit Illustrator Christoph Niemann

22 ST. MORITZ IS OVERWHELMING
Interview with Christoph Niemann, Illustrator

SKILEHRER SEIT 57 JAHREN UND KEIN BISSCHEN MÜDE
Interview mit Konrad Freund

24 57 YEARS AS A SKI INSTRUCTOR AND STILL GOING STRONG
Interview with Konrad Freund

«ES GEHT UM DIE ZUKUNFT DES ENGADINS»
Interview mit Hugo Wetzel, Präsident FIS Alpine Ski Weltmeisterschaften St. Moritz 2017

28 "IT'S ABOUT THE FUTURE OF THE ENGADIN"
Interview with Hugo Wetzel, Chairman, FIS Alpine World Ski Championships St. Moritz 2017

«ST. MORITZ IST VERPFLICHTET, GROSSE WÜRFE ZU LANDE»
Interview mit Inszenierungs-Profi Otto Steiner

32 "ST. MORITZ OWES IT TO ITSELF TO AIM HIGH"
Interview with Otto Steiner, professional production creative

TOURISMUSORGANISATIONEN UND STANDORTENTWICKLUNG
Ariane Ehrat, CEO Tourismusorganisation Engadin St. Moritz

36 TOURISM ORGANISATIONS AND LOCATION DEVELOPMENT
Ariane Ehrat, CEO Tourism Organisation Engadin St. Moritz

NEUE PIONIERTATEN SIND GEFRAGT
«Agenda 2025»

38 NEW PIONEERING ACHIEVEMENTS STILL IN DEMAND
"Agenda 2025"

STARKE SIGNALE

Für St. Moritz ist es eine Freude, im Winter 2014/15 das Jubiläum «150 Jahre Wintertourismus» feiern zu dürfen. Eine solche Gelegenheit ist eine Aufforderung, Erinnerungen aufleben zu lassen und Eckdaten aus 150 Jahren Wintertourismus zu dokumentieren; unter anderem mit der Publikation eines Jubiläumsbuches oder mit der Produktion eines Jubiläumsfilmes. Es geht aber vor allem darum, vorwärtszuschauen. Die Schweiz, das Engadin und St. Moritz sind auch Symbol für Sport, Kultur und Lifestyle. Markenzeichen, denen auch in Zukunft grosse Bedeutung zukommen wird.

Das Jubiläum soll als Gelegenheit wahrgenommen werden, um starke Signale zu senden. Nach innen wollen wir mit verschiedenen Aktionen klare Botschaften an die Schweiz senden. Flankierend dazu ist es uns ein Anliegen, das Selbstbewusstsein einer «Schweiz als Feriendland» zu stärken. Im Oberengadin soll das Bewusstsein für den Tourismus gefestigt werden, damit wir Einheimische die Kernwerte wieder bewusster wahrnehmen. Nur so können wir die Zukunft positiv angehen und gestalten.

Signale nach aussen möchten wir mit der Organisation marktespezifischer Aktionen senden. Beispielsweise mit mehreren attraktiven Veranstaltungen als «Dankeschön» an die ersten britischen Gäste, die basierend auf der legendären Wette von Johannes Badrutt den Wintertourismus mitbegründet haben. Ein starkes Signal ist bereits im März dieses Jahres vom ersten Winter Snow Travel Mart Switzerland ausgegangen. Mehr als 300 Reisefachleute aus der ganzen Welt haben hier bei uns, St. Moritz, das Oberengadin und die Schweiz als den Ursprung des Wintertourismus wahrgenommen.

Schweiz Tourismus will mit dem Jubiläumsjahr die Marke «Schweiz» stärken. Für St. Moritz gilt es, zusammen mit dem ganzen Oberengadin, unseren Ursprung ins Bewusstsein zu rücken und unsere Stärken weiterzuentwickeln. Nutzen wir diese einmalige Chance!

Hansruedi Schaffner

OK-Präsident «150 Jahre Wintertourismus» und Gemeindevorstand St. Moritz

Bild rechts:
St. Moritz und Corviglia im Winter

STRONG SIGNALS

For St. Moritz it is a genuine pleasure to be celebrating “150 Years of Winter Tourism” during the 2014/15 winter. An opportunity such as this is an invitation to relive some wonderful memories and to document milestones from 150 years of winter tourism; and that includes publishing an anniversary book or producing an anniversary film. It is above all an opportunity to look ahead. Switzerland, the Engadin and St. Moritz also symbolise sport, culture and lifestyle. Brands which in future will continue to be of the utmost significance.

The anniversary should be seen as an opportunity to send out strong signals. At the domestic level we are planning to organise various campaigns to send out clear messages to Switzerland as a whole. At the same time we are keen to strengthen the nation's self-confidence with “Switzerland as a holiday country”. In the Upper Engadin the awareness of tourism is to be further consolidated so that we as locals are better able once again to perceive our core values. Only then will we be able to embark on, and shape, the future more positively.

We also want to send out signals by organising market-specific campaigns. For example with several appealing events as a “thank you” to the first British guests who, taking up Johannes Badrutt's legendary wager, were instrumental in establishing the notion of winter tourism. One such powerful signal was already sent out in March of this year with the first ever Winter Snow Travel Mart Switzerland. More than 300 travel industry experts from all over the world were able to acquaint themselves, here on site, with St. Moritz, the Upper Engadin and Switzerland as the birthplace of winter tourism.

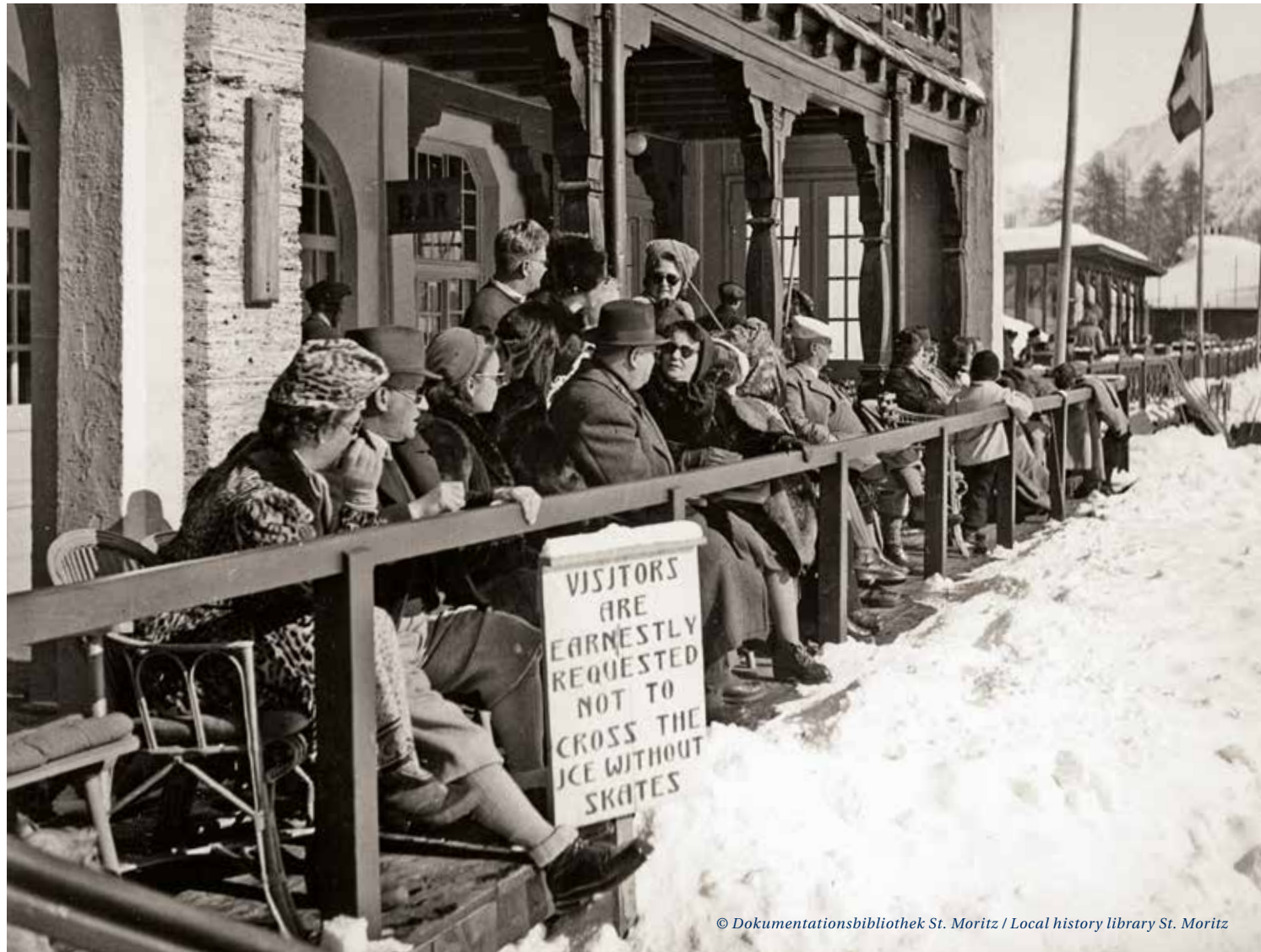
Switzerland Tourism is planning to use the anniversary year to boost the “Switzerland” brand. For St. Moritz, that means joining forces with the Upper Engadin as a whole to raise the awareness of our legacy and develop our strengths even further. So let's seize this unique opportunity!

Hansruedi Schaffner

OC President “150 Years of Winter Tourism” and Executive Board Member, St. Moritz Town Council

Picture right:
St. Moritz and Corviglia in winter





© Dokumentationsbibliothek St. Moritz / Local history library St. Moritz

Die Wette

Wie alles begann

The wager

How it all began



© Badrutt's Palace Hotel Archiv

St. Moritz gilt als Wiege des Wintertourismus. Die Legende besagt, dass dieser hier im Jahre 1864 geboren worden ist. Alles begann mit der waghalsigen Wette:

«Der Winter im Engadin sei voller Sonnenschein und viel angenehmer als jener in England. Um dies selbst zu erleben, lade er sie in sein Hotel ein. Sollten sie nicht zufrieden sein, übernehme er auch die Reisekosten. Diesen Vorschlag machte der Engadiner Hotelier Johannes Badrutt im Herbst 1864 den letzten verbliebenen englischen Sommergästen.

Die Engländer kannten den kalten und feuchten Winter in England und konnten sich beim besten Willen nicht vorstellen, dass dieser in den Schweizer Alpen anders sein sollte. Sie kamen dennoch zur Weihnachtszeit ins Oberengadin – und reisten erst nach Ostern wieder heim: braungebrannt, erholt und glücklich. Sie waren die ersten Wintertouristen der Alpen und sie entdeckten eine neue Welt: die weissen Winterferien. Der Wintertourismus in den Alpen war lanciert.»

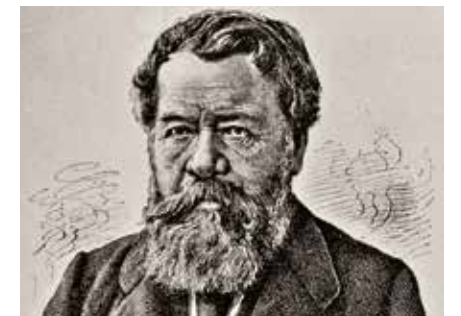
St. Moritz is regarded as the birthplace of winter tourism. Indeed, legend has it that winter tourism began here in 1864. And that it all began with a rather daring wager:

“Summer tourism was already in full swing when, in autumn 1864, the Engadin hotelier Johannes Badrutt made a bet with four English guests that, even in winter, they would be able to enjoy the mild Engadin sunshine in their shirt sleeves, sitting on his hotel terrace. If not, he pledged to cover their travel costs. And if winter in St. Moritz did appeal to them, he would invite them to be his guests and stay for as long as they wanted.

The only winter weather the Englishmen were familiar with was England's cold and damp winters, so even with the best will in the world they could not imagine that it could be any different in the Swiss Alps. Nonetheless they turned up in the Upper Engadin in time for the Christmas season – and stayed right through until after Easter, leaving nicely tanned, rested and happy. They became the first winter tourists of the Alps and discovered a whole new world: winter holidays in the snow. And winter tourism in the Alps was here to stay.”



© Badrutt's Palace Hotel Archiv



© Kulm Hotel St. Moritz

Bilder

Links oben: Terrasse Kulm-Hotel (ca. 1920) | Links unten: Kulm-Hotel
Oben: Curling-Spiel, Hotelier Johannes Badrutt

Pictures

Top left: Terrace of the Kulm Hotel (ca. 1920) | Bottom left: Kulm Hotel
Above: Game of curling, hotelier Johannes Badrutt



© Dokumentationsbibliothek St. Moritz / Local history library St. Moritz

Frauen auf schnellen Kufen

*Ein Auszug aus dem Buch «Schnee, Sonne und Stars»
von Michael Lütscher*

“Racy” women

*An excerpt from the book “Snow, Sun and Stars”
by Michael Lütscher*

Der Anfang des 20. Jahrhunderts gehört dem Eis. Jedes grosse Hotel von St. Moritz verfügt über mindestens ein eigenes Eisfeld. Für Schlittengefährte stehen mehrere Bahnen zur Verfügung – neben dem Cresta Run gibt es den weniger anspruchsvollen Village Run, der nach St. Moritz Bad hinabführt, sowie den Dimson Run unterhalb des «Palace Hotel». Ende 1903 wird die Bobbahn nach Celerina eröffnet, die erste ihrer Art überhaupt. Wem dieser Eiskanal zu schnell ist, der fährt mit dem Bob wie bisher auf der Strasse.

Die Bobs haben sich rasch zu einem beliebten Vehikel für Gruppenausflüge entwickelt. Zur Bobbesatzung gehört mindestens eine Frau, so schreibt es das Reglement des Bobklubs vor. Einzelne Frauen begnügen sich nicht mit der Rolle der Beifahrerin, sondern nehmen die Steuerseile der schnellen Schlitten selbst in die Hände. Frauen spielen auch Bandy, ein Vorläufer von Eishockey, und fahren Skeleton. Und zwar stets im langen Kleid und mit Hut. Hosen gelten für Frauen als unziemlich. Als eine Frau sich mit einem nur wadenlangen Rock auf den Schlitten wirft, ist das für manche Zuschauer ein Skandal.

Mit den schnellen Schlitten lassen sich auch vergnügliche Gesellschaftsspiele treiben. Eines besteht darin, dass sich zwei Männer nebeneinander auf zwei zusammengebundene Schlitten legen und von einer Frau, die hinten auf dem Gefährt steht, an die Leine genommen werden. So geht es dann durchs Dorf, den Village Run hinunter.

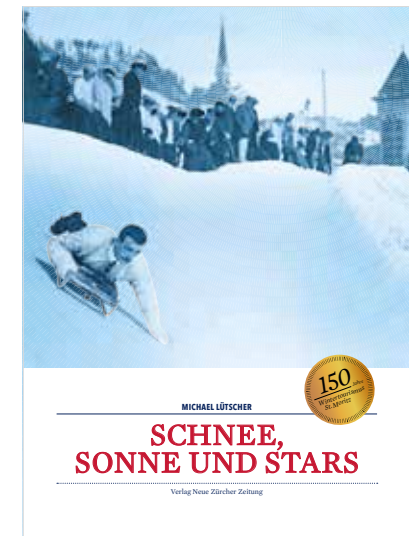
The early 20th century was all about ice, with every hotel boasting at least one ice rink of its own. There were several runs available for sleds: besides the Cresta Run there was the less challenging Village Run, which went all the way down to St. Moritz Bad, and the Dimson Run below the Badrutt's Palace Hotel. 1903 saw the opening of the bob run to Celerina, the first of its kind in the world. Anyone who felt that this dedicated ice run was simply too fast would ride their bobsleigh down the road, just as they had always done.

In fact, bobsleighs quickly became a popular means of transport for group excursions. The rules and regulations of the Bobsleigh Club were quite clear in stipulating that any bob crew had to include at least one woman. Plenty of women were not content with the role of passenger; instead, they preferred to take control of the steering ropes themselves on these fast-paced sleds. Women also played “bandy”, a forerunner of ice hockey, and rode skeleton sleds. And always they had to wear a long dress and a hat since it was considered unseemly for women to wear trousers. One woman who chose to straddle a sled wearing only a calf-length skirt caused a minor scandal among some spectators.

The fast sleds were also ideally suited for amusing party games. One such game consisted of two men lying down side by side on two sleds tied together and then being taken on a leash by a woman standing at the back of the sled. Coupled in this way they would then travel down the Village Run into the village itself.



© Dokumentationsbibliothek St. Moritz / Local history library St. Moritz



Bilder

Links: Fünferbob in St. Moritz Dorf (ca. 1907)

Oben: Zweierbob am Start (ca. 1935),

Buchumschlag «Schnee, Sonne und Stars»

Pictures

Left: Five-person bob in St. Moritz Dorf (ca. 1907)

Above: Two-person bob at the start of the bob run (ca. 1935),

book cover “Snow, Sun and Stars”



© Photo Rutz, St. Moritz

Generationen

Die Romingers: Skiprofis, Golfprofis und Holzspezialisten

Generations

The Romingers: professional skiers, professional golfers, and timber specialists

Den Rominger-Skilift am FIS-Hang in St. Moritz gibt's nicht mehr, den Rominger-Sprung aber schon. Und was ein echter Engadiner ist, der weiss, dass es die Brüder Rudi und Edy aus dem Fextal in den Anfängen des Skirennsports bis an die Weltspitze schafften – mit Holzskiern und Lederstiefeln. Auch die Enkel von Edy schreiben Geschichte: als Golfprofis.

❖ Karin Huber

Extreme Vorlage, Edy Rominger kniet fast auf den Skiern, weit vorgebeugt, um den Luftwiderstand so gering wie möglich zu halten. «Das war damals so», sagt Markus Rominger und deutet auf eine alte Fotografie in seinem Möbelgeschäft in Pontresina, «und mit der heutigen Renntechnik nicht vergleichbar.»

Markus, ein Sohn aus dieser weltberühmten Skifahrerfamilie, ist kein Skirennfahrer geworden wie sein Vater Edy und sein Onkel Rudi. Das Skifahren liegt ihm zwar im Blut, er fuhr zuhause im Engadin auch Skirennen, und dies mit Erfolg, aber bis ganz nach oben hätte er es nur mit sehr viel Training geschafft, sagt er. Vater Edy, der sich nach seiner Rennkarriere ein Schreinergeschäft aufgebaut hatte, befand: «Du kannst nur eines gut machen, den Sport oder den Beruf.» So entschied sich Markus für den Beruf und wurde Schreiner, wie sein berühmter Vater. Aber nach der Handelsmatura und einer Schreinerlehre reiste er mit 24 für zwei Jahre ins Taos Ski Valley in die USA, um dort als Skilehrer zu arbeiten.

The Rominger ski lift on the FIS slope in St. Moritz no longer exists, but the Rominger ski jump still does. And any genuine Engadiner will tell you that, in the early days of competitive skiing, brothers Rudi and Edy from the Val Fex made it right up into the world's skiing elite – on wooden skis and wearing leather boots. And Edy's grandchildren have also written history – as golf pros.

❖ Karin Huber



Edy Rominger is pictured leaning forward in the extreme to minimise wind resistance, so much so that he's almost kneeling on his skis. "That's how it was back then", says Markus Rominger, pointing at an old photograph in his furniture shop in Pontresina, "you just can't compare it with today's racing technique."



Markus, one of the sons from this world-famous family of skiers, did not become a competitive skier himself like his father Edy and his uncle Rudi. And while skiing is in his blood and he successfully competed in races in the Engadin, he says that he could only have made it to the very top with lots of training. His father Edy, who, once his racing career was over, built up a carpenter's business, believed that "you can only do one thing well: sport or your job". And so Markus opted for his job and became a carpenter, just like his famous father. But at the age of 24, after graduating from commercial college and completing his apprenticeship as carpenter, he set off for the Taos Ski Valley in the US for two years to work as a ski instructor.

Bilder

Links: Skirennfahrer Edy Rominger auf der Corviglia (1950)
Oben: Golfprofis Caroline Rominger und Martin Rominger
Unten: Schreiner Markus Rominger

Pictures

Left: Ski racer Edy Rominger on the Corviglia (1950)
Top: Professional golfers, Caroline Rominger and Martin Rominger
Bottom: Carpenter Markus Rominger

Rudi, der Weltmeister, Edy an Olympischen Winterspielen

Rudi und Edy wuchsen in einer kinderreichen Bauernfamilie im Fextal auf. Schnee gabs immer genug zuhinterst im Fextal, in Sils Maria und in St. Moritz. Edy, der jüngere Bruder von Rudi, so wird heute noch erzählt, sei sich immer noch nicht ganz klar darüber, ob er nicht bereits mit Skiern an den Füßen geboren worden sei ...

Verbrieft aber ist, dass Edy als kleiner Knirps im Winter Tag für Tag mit den Skiern in den Kindergarten nach Sils Maria fuhr und später auch in die Schule. Ausdauer und Kraft hatte er also genug. Die Beine waren gestählt, genau wie jene seines älteren Bruders Rudi, der 1936 im Alter von 28 Jahren Abfahrtsweltmeister wurde. Rudis Bilanz lässt sich sehen: Zwischen 1936 und 1941 wurde er insgesamt vier Mal Weltmeister und drei Mal Schweizer Meister. Rudi verstarb 1979. Edy, ebenfalls einer der berühmtesten Engadiner seiner Zeit, ist mittlerweile 90 Jahre alt.



Rudi, the world champion; Edy at the Winter Olympics

Rudi and Edy grew up as part of a large farming family in the Val Fex. Back then there was always more than enough snow in the deepest Val Fex, in Sils Maria, and in St. Moritz. As the story goes, Edy, Rudi's younger brother, still doesn't know to this day whether or not he was born with skis already strapped to his feet ...

What is certain is that in winter, day after day, little Edy would ski to the kindergarten in Sils Maria; later on, he would also ski to school. So already then he had plenty of endurance and strength. In fact, he had legs of steel, just like his older brother Rudi, who became downhill world champion in 1936 at the age of 28. Rudi's results are quite stunning: between 1936 and 1941 he became world champion a total of four times and Swiss champion three times. Rudi died in 1979. Edy, who was also one of the Engadin's most famous inhabitants in his day, is now 90.

Der hilfreiche «seelsorgerische Segen»

Edy Rominger trat früh in die Fussstapfen seines berühmten Bruders. Weil seine Skirennsportkarriere mitten in die Kriegsjahre fiel, konnte er trotz aller guten Voraussetzungen, die er mitbrachte, kaum international reüssieren. Doch Edy war zielstrebig. Schon als Schüler meldete er sich für ein Profirennen auf der Muot Ota-Abfahrtspiste in Sils Maria an. Schüler benötigten damals jedoch die Rennerlaubnis einer Behörde, um starten zu können. Edy war clever. Er wusste, dass der Pfarrer sportbegeistert war, und der gab ihm dann auch den behördlich verordneten «seelsorgerischen Segen», um das Rennen zu fahren.

Später, nach der Schule, während der Schreinerlehre, wurde er dann in die Guardia Grischa, eine damals gefürchtete Spitzenrennfahrer-Gruppe, aufgenommen und fuhr als Slalomspezialist trotz schwieriger Kriegsjahre an die Spitze des Schweizer Skirennsports.

In seiner ersten Saison als Senior gewann er im Winter 1944 das berühmte Parsenn-Derby. 1945 wurde er in Davos Schweizer Meister im Slalom und in der Kombination; ein Jahr später fuhr er in Gstaad an die Slalomspitze. Im Winter 1946/1947 gewann er 23 von 26 Rennen. 1947 siegte er am Lauberhorn. Im gleichen Jahr konnte er auf Einladung der Schweizerischen Verkehrszentrale in der siebenköpfigen Nationalmannschaft für eine achtwöchige Tournee mit dem Schiff in die USA reisen. Von zwölf Rennen gewann er sechs, vier Slaloms und zwei Abfahrten. An den berühmten Diavolezza-Gletscherskirennen gewann Edy sieben Mal hintereinander den begehrten «Goldenen Teufel».

A helpful “pastoral blessing”

Edy Rominger stepped into his famous brother's footsteps early on. Given that his competitive skiing career coincided with the war years, he was unable to excel at the international level despite all his natural abilities. But Edy was nothing if not determined. Already as a pupil he put his name down for a professional race on the Muot Ota downhill run in Sils Maria. However, back then, school pupils needed the permission of a recognised authority in order to be able to compete. But Edy was also clever. He knew that the parish priest was a sports enthusiast and, sure enough, the priest gave him the officially prescribed “pastoral blessing” to take part in the race.

Later on, after finishing school and during his carpenter's apprenticeship, he was accepted as part of the Guardia Grischa, a redoubtable group of elite skiers at the time; and despite the difficulties of the war years, he raced to the very top of Swiss skiing as a slalom specialist.

In his first season at senior level, in the winter of 1944, he won the famous Parsenn Derby. In Davos in 1945 he became Swiss Champion in the slalom and in the combination; one year later, in Gstaad, he took first place in slalom. In the winter of 1946/1947 he won 23 out of 26 races. In 1947 he won on the Lauberhorn. That same year, at the invitation of the Swiss National Tourism Office, he was able to travel by ship to the US for an eight-week tour as part of the seven-member national team. He won six of the twelve races: four slaloms and two downhills. At the famous Diavolezza glacier race Edy won the much coveted “Goldener Teufel” (Golden Devil) Trophy seven times in a row.



«Du kannst nur eines gut machen, den Sport oder den Beruf»

“You can only do one thing well: sport or your job”

Bilder

Links: Edy Rominger (1946)

Oben: Edy Rominger in Crans-Montana (1946)

Pictures

Left: Edy Rominger (1946)

Above: Edy Rominger in Crans-Montana (1946)

Olympische Winterspiele St. Moritz

1948 wurden in St. Moritz die Olympischen Winterspiele ausgetragen; Edy war einer der ganz grossen Favoriten. «Während eines Trainings», so erzählt Sohn Markus, «stürzte mein Vater und erlitt einen komplizierten Beinbruch. Da musste er seine Olympiträume begraben.»

Das sportliche Unglück führte aber zu Edys privatem Glück. In der Klinik Gut, wo sein Beinbruch behandelt wurde, lernte er die Arztsekretärin Annemarie Laubacher kennen. Die beiden verliebten sich und heirateten später.

1950, an einer zweiten Amerika-Tournee, fuhr Edy Rominger bei den amerikanischen Slalommeisterschaften in Utah zwar noch hinter Karl Molitor auf Platz 2, aber es sollte sein letztes grosses Rennen sein, da sein zwei Jahre zuvor gebrochenes Bein den Rennstrapazen nicht mehr Stand hielt. Dem Skisport ist Edy aber immer verbunden geblieben. In Pontresina, wo er sein Schreiner- und Möbelgeschäft aufbaute, amtierte er anfänglich noch als technischer Skischulleiter, begann sich jedoch zunehmend auch für den Pferdesport zu interessieren, der ja in St. Moritz ebenfalls eine lange Tradition hat.



Die Rominger-Familien fahren immer noch alle Ski. «Aber mehr zum Vergnügen», schmunzelt Markus Rominger. Sportbegeistert sind nach wie vor alle. Zwei seiner vier Kinder haben sich als Profis dem Golfsport verschrieben. Sohn Martin ist heute die Nummer 1 im Schweizer Golfsport und Tochter Caroline arbeitet erfolgreich als Golf-Proette. Die Rominger-Familiensaga wird also auch auf sportlicher Ebene ganz bestimmt weitergeschrieben.

Rominger: Schreinerei und Möbel

Das vom erfolgreichen Skirennfahrer Edy Rominger in Pontresina gegründete Schreinerei- und Möbelgeschäft mit Boutiquen in St. Moritz und Pontresina wird seit 1984 von Sohn Markus und dessen Frau Charlotte geführt. Deren Sohn Matthias leitet heute die Schreinerei und wird bald einmal die Gesamtleitung des Unternehmens mit 26 Mitarbeitenden übernehmen. In der familieneigenen Schreinerei entstehen vor allem Arven- und Altholzmöbel sowie viele andere Schreinerprodukte. Zu den Kunden zählen Firmen, Hotels, Ferienwohnungsbesitzer und viele Einheimische. Auch im Ausland ist die Firma Rominger Möbel gefragt. Rominger ist spezialisiert auf Innenausbauten, inklusive Küchen und Bäder. Sie führt ebenfalls komplette Wohnungssanierungen durch.

Winter Olympics in St. Moritz

In 1948 St. Moritz played host to the Winter Olympics, and Edy was tipped as one of the big favourites. But as his son Markus explains, “during a training session my father fell and sustained a complex leg fracture; so unfortunately he had to bury his Olympic dreams”.

It proved, however, to be a blessing in disguise. Indeed, it was at the Klinik Gut, where his leg fracture was being treated, that Edy met the medical secretary Annemarie Laubacher. They fell in love and married soon after.

In 1950, during a second American tour, Edy Rominger came second to Karl Molitor in the US slalom championships in Utah; it was to be his last big race as the leg he had fractured two years previously was no longer up to the stress and strain of racing. Edy remained true to the sport of skiing nonetheless. In Pontresina, where he set up his carpentry and furniture shop, he initially officiated as technical ski-school director; but gradually, he began to take an ever greater interest in horse racing, which also enjoys a long tradition in St. Moritz.

All the Rominger families still ski. “But now it’s more for fun”, says Markus Rominger with a smile. All of them are still sports enthusiasts.

Two of his four children have turned to golf in a professional capacity. Son Martin is now already ranked as Switzerland’s No. 1 golfer and daughter Caroline is also successful as a golf pro. And so there can be no doubt that the Rominger family saga continues once again at the sporting level.

Rominger: carpentry workshop and furniture

The carpentry and furniture shop established in Pontresina by the successful skier Edy Rominger, with shops in St. Moritz and Pontresina, has been managed by son Markus and his wife Charlotte since 1984. Today their son Matthias runs the carpentry workshop and is soon set to take over the overall management of the business that employs 26 people. The family-run workshop makes Swiss pine and antique wood furniture as well as many other carpentry products. Its clientele includes companies, hotels, owners of holiday apartments, and countless locals. The company Rominger Möbel is also much in demand abroad. Rominger specialises in interiors, including kitchens and bathrooms. It also carries out complete renovations and refurbishments.



Bilder

Links: Edy Rominger mit Gipsbein (1948)

Oben: Slalomtraining in Pontresina (1950)

Pictures

Left: Edy Rominger with his leg in plaster (1948)

Above: Slalom training in Pontresina (1950)



© Kuchel Architects

«ES BRAUCHT LEUTE, DIE HINSTEHEN UND EINE IDEE UMSETZEN»

Sie glauben an die Zukunft ihrer Branche und sie wissen, dass sie sich mit ihren Angeboten laufend den Gästebedürfnissen anpassen müssen. Die beiden Bergbahn-Direktoren Markus Meili und Markus Moser im Gespräch mit ♡ Reto Stifel.

Markus Meili, Markus Moser, die Wintersportler werden immer weniger. Warum glauben Sie trotzdem an die Zukunft Ihrer Branche?

Meili: Ich gehe nicht davon aus, dass die Wintersportler weniger werden. Sie werden aktuell weniger in unseren Kernmärkten, aber weltweit nehmen sie zu.

Moser: Vielleicht nimmt das traditionelle Skifahren ab, aber Bewegung in der Natur, in die Berge fahren, das wird immer aktuell bleiben. Wir sprechen hier über eine 150-jährige Tradition.

“WE NEED PEOPLE TO STEP UP AND SEE THEIR IDEAS THROUGH”

They believe in the future of their industry and know full well they need to continually adapt their offers to guests' requirements. An interview with the two directors of the mountain railways & cableways, Markus Meili and Markus Moser, by ♡ Reto Stifel.

Markus Meili, Markus Moser, given that there are fewer and fewer winter sports enthusiasts, why do you believe nonetheless in the future of your industry?

Meili: My assumption is not that there are fewer and fewer winter sports enthusiasts. Right now there may be fewer of them in our core markets, but their numbers worldwide are on the up.

Moser: Traditional skiing might be declining, but exercising outdoors, going up into the mountains remains as topical as ever. After all, we are talking about a 150-year tradition.

Braucht es mehr Möglichkeiten am Berg? Für den Genuss-Skifahrer die abgesperrten Pisten, für den Freerider die gesicherten, aber unpräparierten Hänge, für den Freestyler die Kickers und die Halfpipe.

Moser: Ja, dort liegt die Zukunft. Als Familienvater mit den Kindern rauf- und runterfahren ist vorbei. Es braucht spannende Erlebnisse und viel Abwechslung.

Meili: Die Ansprüche des Einzelnen sind sehr hoch. Wenn ich vergleiche, was für Gäste wir vor 30 Jahren am Berg hatten und was für welche heute, liegen da Welten dazwischen. Und in zehn Jahren wird es noch einmal ganz anders sein, da bin ich überzeugt – wir müssen uns anpassen!



Einer der Hauptgründe für den Krebsgang sehen Sie in den Hotelbetten, die im Laufe der letzten Jahre im Oberengadin verschwunden sind. Markus Moser, Sie wollen bei der Furtshellas-Talstation ein Hotel bauen. Nach der Devise «Hilf dir selbst, wenn dir sonst niemand hilft»?

Moser: Andere Destinationen haben es uns vorgemacht. Flims-Laax betreibt erfolgreich Hotels. Ich denke, der Ansatz «Alles aus einer Hand» ist wichtig und richtig.

Wie sehen Sie das mit den Hotelbetten, Markus Meili?

Meili: Es gibt zwei Möglichkeiten: Entweder es ist Selbsthilfe und wir sorgen für zusätzliche Betten oder wir machen nichts und passen unser Angebot den bestehenden Gegebenheiten an. Das würde im Oberengadin konkret bedeuten, dass die Bergbahnen nur noch zwei-einhalb Monate, von Weihnachten bis zum Engadin-Skimarathon-Sonntag, in Betrieb wären. Ich hoffe sehr, dass dies nicht der Weg sein wird.

Wer finanziert die neuen Betten?

Meili: Das überschreitet die finanziellen Möglichkeiten der Bergbahnen bei Weitem. Unsere Aufgabe ist es, die Knochenarbeit vor

Do we need more opportunities in the mountains? For hobby skiers, cordoned-off pistes; for freeriders, secured but unprepared slopes; for freestylers, kickers and half-pipes?

Moser: Yes, that's where the future lies. The days when, as a father, you went up and down the slopes with your children are over. What's needed now are exciting experiences and lots of variety.

Meili: Individual expectations are now so much higher. When I compare the type of guests we used to have in the mountains 30 years ago with those we have today, there's a world of difference. And I'm quite sure that in ten years' time it will be completely different again – so we need to adapt!

You believe that one of the main reasons for the downhill trend, as it were, is the hotel beds which have disappeared in the Upper Engadin in recent years. Markus Moser, you're planning to build a hotel at the Furtshellas valley station. So is your motto “help yourself if no one's going to help you”?

Moser: Other resorts have shown the way. Flims-Laax operates its hotels with success. I believe that the “one-stop” approach is an important one – and the right one.

What's your view of the hotel beds situation, Markus Meili?

Meili: There are two possibilities. Either we

help ourselves and make sure we have more beds, or we do nothing and adapt our offer to circumstances as they are. In the case of the Upper Engadin specifically, that would mean that the mountain railways and cableways would only be running for two-and-a-half months, from Christmas through to the Engadin Skimarathon Sunday. I very much hope this won't be the way.

So who will finance the new beds?

Meili: That exceeds the financial possibilities of the mountain railways and cableways by far. Our task is to do the heavy lifting on site, in other words to come up with approvable projects that will appeal to an investor to come on board.

Who's responsible for finding the investor?

Meili: If it's a good project, we won't have to look for one. There are people who see a future in such projects.

Moser: I believe that in the best-case scenario a hotel project has to be backed by an international corporation with the necessary know-how.

Meili: An international hotel chain has completely different options, in terms of both sales and marketing. But we also need a hotel industry structured along traditional lines.

Bilder

Links: Hotelprojekt an der Furtshellas-Talstation

Oben: Markus Moser (links) und Markus Meili, CEOs von Corvatsch AG bzw. Engadin St. Moritz Mountains AG

Pictures

Left: Hotel project at the Furtshellas valley station

Above: Markus Moser (left) and Markus Meili, CEOs of Corvatsch AG and Engadin St. Moritz Mountains AG respectively

Ort zu leisten, das heisst, bewilligungsfähige Projekte zu konzipieren, die ein Investor attraktiv findet und übernimmt.

Wer sucht den Investor?

Meili: Den muss man nicht suchen, wenn es ein gutes Projekt ist. Es gibt Leute, die eine Zukunft in solchen Projekten sehen.

Moser: Ich bin überzeugt, dass hinter einem Hotelprojekt im besten Fall eine internationale Gesellschaft stehen muss, die das nötige Know-how hat.

Meili: Eine international tätige Hotelkette hat ganz andere Möglichkeiten im Verkauf und im Marketing. Aber es braucht auch die traditionell organisierte Hotellerie.

Moser: So wie wir vorhin über die differenzierten Angebote für den Skifahrer gesprochen haben, müssen wir das auch bei den Hotels tun. Es gibt den Gast, der den 5-Sterne-Luxus braucht, der andere will viel Arvenholz und eine heimelige Atmosphäre und der Dritte sucht das ganz einfache Zimmer ohne Komfort.

Angenommen, Sie als Bergbahndirektoren hätten einen Wunsch frei. Welcher wäre es?

Moser: Ganz simpel: Gäste, Sonnenschein und Schnee.

Meili: Mehr Mut, auch einmal etwas zu realisieren und nicht immer nur darüber zu sprechen. Wir treten an Ort. Forderungen gibt es viele, aber es gelingt nicht mehr, etwas zu bewegen.

Und was wäre daraus abgeleitet der Wunsch?

Meili: Rahmenbedingungen, die uns die Möglichkeit geben, etwas zu realisieren. Ein Beispiel, der Hahnensee: Dort ist der gleiche Quadratmeter Boden Wintersportzone, Gewässerschutzzone, Murtierasyl, BLN-Gebiet (Landschaft und Naturdenkmal nationaler Bedeutung): Einfach alles, nur nicht geeignet, um ein Projekt realisieren zu können. Und dies, obwohl man dort schon seit über 50 Jahren eine Piste herunterfahren kann und 1902 die erste Konzession für eine Bahn bewilligt wurde.

Moser: Wir dürfen uns durch solche Gegebenheiten nicht vom Weg abbringen lassen. Beim Furtschellas-Projekt sind wir seit bald 20 Jahre in der Planung. Und jetzt ist es endlich einen Schritt vorwärts gegangen. Wenn man sich entmutigen lässt, erreicht man nichts. Es braucht Leute, die hinstehen und sagen: «Wir glauben an unsere Idee und wir setzen sie um.»

Meili: Wenn wir nicht solche Leute gehabt hätten, würden wir jetzt nicht das Jubiläum 150 Jahre Wintertourismus feiern.

Markus Meili ist Geschäftsführer der Engadin St. Moritz Mountains AG

Markus Moser ist Direktor der Corvatsch AG

Moser: Earlier on, we spoke about a differentiated offer for skiers; well, we need the same thing when it comes to hotels. There are guests who want 5-star luxury; there are others who want lots of Swiss pine interiors and a cosy atmosphere; and then there are those who just want an ordinary room with no amenities.

Let's say that, as directors of the mountain railways and cableways, you could have any wish you wanted. What would it be?

Moser: That's easy: guests, sunshine, and snow.

Meili: More courage to actually get something done for a change rather than just always talking about it. We're going round in circles. People want lots of things, but we're no longer able to get things going.

So, based on that, what would be your wish?

Meili: Basic conditions that give us the opportunity to do something. Take the Hahnensee for example. There, the same square metre of land is a winter sports area, a waterways protection zone, a marmot sanctuary, and a BLN area (Federal Inventory of Landscapes, Sites and Natural Monuments of National Importance): just about everything – but not suitable for being able to implement a project. Even though people have been able to ski down a slope there for the past 50 years and the first licence to operate a mountain railway was granted in 1902.

Moser: We mustn't let ourselves be put off by those kinds of circumstances. It will soon be 20 years since we first started planning the Furtschellas project. And now, finally, it's taken a step forward. If we let ourselves be discouraged, we won't achieve anything. We need people to step up and say, "We believe in our idea and we'll see it through".

Meili: If we hadn't had those kinds of people in the past, we wouldn't be celebrating the 150 year anniversary of winter tourism right now.

Markus Meili is the Managing Director of Engadin St. Moritz Mountains AG

Markus Moser is the Director of Corvatsch AG



«Wir glauben an unsere Idee und wir setzen sie um»

"We believe in our idea and we'll see it through"

Bild oben:

Eine gut verdiente Pause auf der Diavolezza

Picture above:

A well-earned break on the Diavolezza

ST. MORITZ – GESTERN WIE HEUTE PIONIERHAFT BEI DER ENERGIENUTZUNG

St. Moritz ist nicht nur der Geburtsort des Wintertourismus, hier brannte auch das erste elektrische Licht in der Schweiz. Schon 1878 baute der legendäre Hotelier Johannes Badrutt ein Kraftwerk für eine elektrische Bogenlampen-Beleuchtung bei seinem Kulm Hotel. Das erste elektrische Tram der Alpen verkehrte bereits 1896 zwischen St. Moritz Dorf und den Heilbädern von St. Moritz Bad. ♦♦ Max Weiss

Vor 150 Jahren war die Energie beschränkt und teuer. Reisen ins Engadin waren beschwerlich und nur zu Fuss oder mit Pferdefuhrwerken möglich. Der Tourismus war also CO₂-neutral. Erst mit dem Zugang zur Energie konnte sich der Tourismus weiterentwickeln. Beheizte Zimmer, warmes Badewasser, Licht, später komfortable Bahn- und Automobilreisen wurden dank des Einsatzes von Energie möglich. Anfangs konnte sich dies allerdings nur eine Elite leisten. Heute ist Energie erschwinglich geworden, und es braucht eine ökologische Trendwende. Der nachhaltige Tourismus der Zukunft erfordert einen bewussten Einsatz von Energie. Sie muss pionierhaft sparsam genutzt werden, damit die Natur intakt bleibt, und dies ohne Einbusse von Komfort

Seit 2004 trägt St. Moritz das Label Energiestadt und engagiert sich für eine nachhaltige, kommunale Energiepolitik, für die Förderung von erneuerbaren Energien sowie für eine sinnvolle und effiziente Nutzung der Ressourcen. So unterstützt St. Moritz beispielsweise energetische Sanierungen von Altbauten. Mit zwei Energieverbunden, die Wasser aus dem St. Moritzersee nutzen, können jährlich über 2 Millionen Liter Heizöl eingespart werden. Des Weiteren will man die solare Energienutzung weiter fördern und Besitzer von Elektrofahrzeugen können an Stromtankstellen im Parkhaus Serletta ihre Fahrzeuge gratis mit St. Moritzer Solarstrom betanken.

Im Jubiläumswinter 2014/2015 können Interessierte auf verschiedenen Führungen die beiden pionierhaften Leuchtturmprojekte «Muottas Muragl, das erste Plusenergie-Hotel des Alpenraums» und «der Energieverbund St. Moritz Bad mit Nutzung von See-wasser» kennenlernen. Die Führungen sind von Dezember bis März jeweils vor- und nachmittags an einem Mittwoch Mitte Monat vorgesehen. Weitere Informationen wie Treffpunkt, Zeit und Anmelde-möglichkeit gibt es unter: www.engadin.stmoritz.ch/150Jahre



ST. MORITZ – PIONEERING THE USE OF ENERGY PAST AND PRESENT

St. Moritz is not just the birthplace of winter tourism; it is also the place where Switzerland's first electric light was switched on. Back in 1878 legendary hotelier Johannes Badrutt commissioned the construction of a power plant for an electric arc lamp lighting system at his Kulm Hotel. The first electric tramway of the Alps operated as early as 1896 between St. Moritz Dorf and the therapeutic baths at St. Moritz Bad. ♦♦ Max Weiss

150 years ago energy was limited and expensive. Travelling to the Engadin was an arduous journey and possible only on foot or by horse-drawn carriage. So tourism was carbon-neutral. It was only with the advent of energy that tourism was able to develop further.

Thanks to the use of energy, heated rooms, hot bath water, lighting, and later on comfortable travel by rail or by car all became possible. Initially, it was only the elite who could afford such things. Today, energy has become affordable, and an ecological trend reversal is needed. The sustainable tourism of the future demands a more conscious use of energy. Pioneering methods need to be developed for its sparing use so nature can remain intact, but without any loss of comfort or convenience.

In 2004 St. Moritz was awarded the Energiestadt (energy town) label in recognition of its efforts aimed at a sustainable, municipal energy policy, the promotion of renewable energies, and the sensible and efficient use of resources. St. Moritz supports for instance the energy-based renovations of old buildings. With two energy networks that utilise water from the Lake of St. Moritz, more than 2 million litres of heating oil are saved each year. The use of solar energy is also to be encouraged further, and owners of electric vehicles are able to recharge their vehicles with St. Moritz solar electricity free of charge at the charge points at the Serletta multi-storey car park.

During the 2014/2015 anniversary winter anyone with an interest in the topic will be able to sign up to various guided tours of two pioneering flagship projects: "Muottas Muragl, the first PlusEnergy hotel in the Alps" and the "St. Moritz Bad energy utility that utilises lake water". The guided tours are scheduled for a Wednesday in the middle of each month from December through to March. More detailed information on the rendezvous point, times and registration can be found at: www.engadin.stmoritz.ch/150Jahre



© Dokumentationsbibliothek St. Moritz / Local history library St. Moritz



«Der nachhaltige Tourismus der Zukunft erfordert einen bewussten Einsatz von Energie»

"The sustainable tourism of the future demands a more conscious use of energy"

Bilder

Links: Nachtaufnahme aufgenommen auf Muottas Muragl
Oben: Das erste elektrische Tram der Alpen (ca. 1900)

Pictures

Left: Night view from the Muottas Muragl
Above: The first electric tram in the Alps (ca. 1900)



ST. MORITZ IST ÜBERWÄLTIGEND

Seit 2012 gestaltet Christoph Niemann Illustrationen für die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz. ♦ Roberto Rivola

Herr Niemann, Ihr Sujet zu 150 Jahre Wintertourismus in St. Moritz hat zu vielen positiven Rückmeldungen geführt. Was waren Ihre Überlegungen für diese Illustration?

Als ich bei einem meiner Besuche in St. Moritz von der Wette hörte, die Johannes Badrutt im Jahre 1864 mit einer Gruppe zweifelnder Engländer abschloss (dass sich diese nämlich im Winter hemdsärmelig auf seiner Terrasse sonnen können), wusste ich: Winter und Sonne – das muss das Motiv sein.

Wie gelangen Sie von der Idee zum fertigen Sujet?

Am Anfang stehen immer eine ganze Reihe schnell gezeichneter Entwürfe. Meist zeichnet sich dann bald ein deutlicher Favorit ab. In einem zeitaufwendigen Prozess werden an-



ST. MORITZ IS OVERWHELMING

Christoph Niemann has been designing illustrations for the Engadin St. Moritz Tourism Organisation since 2012. ♦ Roberto Rivola

Mr Niemann, there has been a tremendous amount of positive feedback to the motif you have created for 150 Years of Winter Tourism in St. Moritz. What was your inspiration for the illustration?

On one of my visits to St. Moritz I heard about the wager that Johannes Badrutt had made in 1864 with a group of doubting Englishmen (that they would be able to sun themselves in the winter sitting on the hotelier's terrace in their shirt sleeves), and so I knew that winter and sunshine simply had to be the subject.

So how do you get from the original idea to the finished motif?

It always begins with a whole series of quickly sketched drafts. Then a clear favourite usually emerges pretty quickly. The next phase is quite time-consuming and involves

schliessend die Komposition, die Farbgebung und die Haltung der Figuren ausgearbeitet. In einem noch viel langwierigeren Prozess versuche ich dann, all die Anstrengung und Konzentration zu ver-tuschen, um die Zeichnung so aussehen zu lassen, als sei sie mir in einer halben Stunde aus der Feder geflossen.

Dies ist nicht Ihr erstes Werk für St. Moritz. Was verbindet Sie mit St. Moritz, dem Engadin und der Schweiz?

Tatsächlich kannte ich St. Moritz während sehr vielen Jahren in allererster Linie durch die famose Reihe historischer Tourismus-Poster, die mir als Grafiker natürlich bestens vertraut waren. Seit 2012 durfte ich nun schon einige Male in St. Moritz zu Gast sein und kann bestätigen, dass die Landschaften, das Essen, das Ambiente und natürlich die Sonne so überwältigend sind, wie man sich das nur erträumen kann. Dass ich mich mit meiner Arbeit nun auch noch künstlerisch in die grafische Geschichte von St. Moritz einreihen darf, ist für mich natürlich das Sahnehäubchen auf der (Engadiner Nuss-)Torte.

Ihre Kinder haben vor einem Jahr in St. Moritz Skifahren gelernt. Werden sie bald wieder in den Oberengadiner Ski-gebieten anzutreffen sein?

Jetzt, da die Kinder so wunderbare Tage auf den Pisten von St. Moritz zugebracht haben, wird es wohl kaum möglich sein, ihnen irgend-eine Alternative schmackhaft zu machen (lacht). Wir werden auf jeden Fall bald wieder da sein!



This is not your first work for St. Moritz. What is it that connects you with St. Moritz, the Engadin and Switzerland?

Well, in fact, I've known about St. Moritz for many years, first and foremost through the famous series of vintage tourism posters; they were of course very familiar to me as a graphic artist. Since 2012 I've been lucky enough to be a guest in St. Moritz on a number of occasions, and I can confirm that the landscapes, the food, the atmosphere and of course the sunshine are genuinely just as overwhelming as you imagine they would be. The fact that through my work I can now also be an artistic part of St. Moritz's graphic history is of course the icing on the (Engadin nut) cake.

A year ago your children learnt to ski in St. Moritz. Does that mean they'll be out and about on the ski slopes of the Upper Engadin again very soon?

Now that the children have had such a wonderful time on the pistes of St. Moritz, it's unlikely we'll be able to entice them away to some other destination (laughs). We'll certainly be back here again very soon!

Christoph Niemann

Christoph Niemann ist einer der bedeutendsten Illustratoren der Gegenwart. Die Arbeiten des Berliners erschienen unter anderem auf den Titelseiten von The New Yorker, Time, Wired, The New York Times Magazine und American Illustrations. Seit 2008 schreibt und illustriert Niemann den Blog der New York Times «Abstract City», der 2011 vom New York Times Magazine übernommen wurde.

Christoph Niemann

Christoph Niemann is one of today's most prominent illustrators. Works by the Berlin-born illustrator have appeared on the front covers of The New Yorker, Time, Wired, The New York Times Magazine, and American Illustrations, to mention but a few. Since 2008 Niemann has been writing and illustrating the New York Times blog Abstract City, which moved to The New York Times Magazine in 2011.

Bilder

Links oben: Illustration Christoph Niemann

Links unten: Christoph Niemann

Oben: Nostalgisches Plakat von C. Moos (1924)

Pictures

Left above: Illustration Christoph Niemann

Left below: Christoph Niemann

Above: Nostalgic Poster by C. Moos (1924)



Skilehrer seit 57 Jahren und kein bisschen Müde

57 years as a ski instructor and still going strong

1955, im selben Jahr, als die Piz Nair-Luftseilbahn fertiggestellt wurde, kommt der neunzehnjährige Konrad Freund aus der Gemeinde Bühler im Kanton Appenzell Ausserrhoden als Zimmermann nach St. Moritz. ♡ Roberto Rivola

It was in 1955, the same year the Piz Nair cable car was completed, that 19-year-old Konrad Freund from the municipality of Bühler in the Canton of Appenzell Ausserrhoden first came to St. Moritz as a carpenter. ♡ Roberto Rivola

Der Retter

Im darauffolgenden Jahr war Konrad Freund bereits Teil der Rettungsmannschaft Corviglia–Piz Nair. Die 6 Männer des Teams präparierten frühmorgens die Pisten zu Fuss oder, um es mit den Worten von Konrad Freund zu sagen: «Wir haben, mit einer Schaukel ausgerüstet, den Berg seitlich runtergestampft.» Sobald die Piste vorbereitet war, galt es mit der Bahn wieder hochzufahren und auf die Rettungseinsätze zu warten. Der Rettungsschlitten war aus Bambusholz gebaut. Ein Exemplar davon wird noch heute im Estrich des Schulhauses von St. Moritz aufbewahrt. Mit dem Rettungsschlitten haben auch einige bekannte Persönlichkeiten unfreiwillig Bekanntschaft geschlossen. «Wir haben einige berühmte Personen auf dem Schlitten hinuntergebracht. Einer hat mir gesagt, dass er seine «fahrbaren Untersätze» bisher immer selber gesteuert habe: Autos, Motorräder und sogar eine Rakete. Und jetzt, mit einem offenen Oberschenkelbruch, musste er sich fahren lassen. Er war ein weltbekannter Unternehmer» und Konrad Freund somit sein erster Chauffeur.

Damals konnten die SOS-Männer, wie sie genannt wurden, mit dem Verunfallten auf dem Schlitten bis ins Dorf, direkt bis zum Arzt fahren. Ja, aber zu welchem Arzt? Dazu Konrad Freund: «Wir hatten die Wahl zwischen Dr. Gut und Dr. Burkhardt. Die meisten Patienten haben wir bei dem Arzt abgeliefert, wo wir noch etwas zu essen bekamen.» Und welcher der beiden Ärzte war das? Konrad Freund windet sich zuerst ein bisschen, beantwortet die Frage dann aber elegant: «Der Gemeindevorstand von St. Moritz hat uns mal gefragt, wieso wir die meisten Patienten zu Dr. Gut gebracht haben. Unsere Antwort: Dr. Gut hatte ein Erste-Hilfe-Buch auf Englisch geschrieben, deshalb wollten alle Englisch sprechenden Verunfallten zu ihm gebracht werden.»

Der Skilehrer

Seit 1957 ist Konrad Freund Skilehrer, seit 1958 Teil der Skischule St. Moritz, damals eine 20-köpfige Mannschaft. Kurz nach seinem Eintritt in die Skischule liess er sich zum Skilehrer-Experten ausbilden. Darauf folgte die Ausbildung zum Bergführer, damit er auch Tourenwochen leiten konnte. Konrad Freund war übrigens einer der Ersten, der Lawinensuchgeräte gekauft und diese für seine VIP-«Schüler» eingesetzt hat.

In seiner Karriere hat Freund die verschiedensten Skitechniken gelernt und angewandt: vom Telemark über die Rotation, die Gegen-schraube, das Wedeln, den Murmeli-Schwung (auf den Skis hintersitzend), den Umsteige-Schwung, bis hin zur Ski-Akrobatik und zum Carving. In den ersten Jahren seiner Tätigkeit überwachte die Polizei sogar, welche Technik die Skilehrer anwendeten. Bei Nicht-Einhalten der geforderten Technik drohte der Entzug des Skilehrer-Patents.

The rescuer

By the following year Konrad Freund was already part of the Corviglia – Piz Nair rescue team. The six men who made up the team would prepare the slopes on foot in the early hours of the morning or, as Konrad Freund himself puts it, “We would pat the



mountain down with a shovel”. Once the piste had been prepared, they would all travel back up again by cable car to wait for rescue call-outs. The rescue sledge was made of bamboo. A specimen has been preserved to this day in the loft of the schoolhouse in St. Moritz. Over the years a number of well-known personalities have unwittingly made the acquaintance of the rescue sledge. “We brought quite a few famous people back down on that sledge. One of them told me that, up until then, he’d always driven his own mode of transport, whether it was cars, motorcycles or even a rocket. But now, with an open fracture of the femur, he was having to be driven around. He was a world-famous entrepreneur”, and thus Konrad Freund became his first ever chauffeur.

Back then the “SOS guys” as they were called were able to take accident victims by sledge all the way back down into the village, straight to the doctor’s doorstep. Yes, but which doctor? Konrad Freund explains: “Well, we had a choice between Dr Gut and Dr Burkhardt. We took most of our patients to the doctor where we knew we would usually get something to eat.” And which of the two doctors was that? Squirming a little, Konrad Freund comes up with elegant reply: “The municipal commissioner of St. Moritz once asked us why we always used to take most of our patients to Dr Gut. We replied that Dr Gut had written a First Aid book in English and that’s why all the English-speaking accident victims wanted to be taken to him.”

The ski instructor

Konrad Freund has been a ski instructor since 1957; in 1958 he joined the St. Moritz Ski School, which at the time comprised a team of 20. Shortly after joining the ski school he trained to become an expert ski instructor. He followed that up with a mountain guide training course so he could also head up week-long tours. Konrad Freund was also one of the first to buy avalanche beacons and use them with his VIP “learners”.

In the course of his career Konrad Freund has learnt and applied every kind of skiing technique: from telemark to rotation, counter-rotation, parallel turns, Murmeli swing (which involves sitting back on the skis), ski acrobatics, freestyle, and carving. During the first few years of his career as a ski instructor the police would even monitor what sort of techniques the instructors were teaching. If they failed to observe the appropriate technique, they were at risk of having their ski instructor’s licence revoked.

Der Fliegende

Mit vielen Prominenten (die Namen verschweigt er seiner Berufsethik entsprechend) hat Freund Heliskiing ausgeübt. Eine Gruppe von Münchnern hat ihn während 40 Jahren dafür gebucht. 1973 war Konrad Freund der erste Engadiner Ikarus, als er mit einem Segelflieger von der Corviglia auf den St. Moritzer See flog. Ein Jahr später lieh ihm ein Amerikaner einen Delta-Segler, was ihm ein



neues und ganz anderes Flugerlebnis bot. Konrad Freund bedauert, dass es im Umkreis von 5 km um den Flugplatz Samedan ein Flugverbot gibt. Einmal vergewisserte er sich, dass der Direktor des Flugplatzes abwesend war und flog von Trais Fluors bis zum Flugplatz. Als der Direktor dies erfuhr, sagte er ihm: «Das nächste Mal fliegst du nur, wenn ich da bin. Ich möchte dich sehen.»

Das war doch selbstverständlich: Konrad Freund war auch jahrelang Flughelfer für die Rettungsflugwacht REGA. Nicht selbstverständlich war jedoch, dass er einmal selber ein Flugzeug gekauft hat, um seine Kunden am Freitagabend abzuholen und am Sonntag wieder heimzuflogen.

Der Nimmermüde

Konrad Freund ist seit 56 Jahren der Skischule St. Moritz treu: 78-jährig unterrichtet er immer noch. Er hat Kunden in der dritten und sogar vierten Generation. Etliche Familien müssen ihn gar nicht buchen: Er weiss, in welcher Woche sie in St. Moritz weilen und mit ihm Skifahren möchten. Für sie hält er Jahr für Jahr seine Agenda frei. Nur Variantenfahren kann er nicht mehr: «Ich habe meine Achseln und Knie in meiner Laufbahn ein bisschen strapaziert», sagt Freund, «aber als ehemaliger Oberturner im Turnverein St. Moritz spiele ich immer noch Volleyball», fügt er stolz hinzu. Und er hilft immer noch bei den Voluntari, der Helfer-Organisation für Skirennen, tatkräftig mit. Konrad Freund könnte noch stundenlang von seinem erlebnisreichen Leben erzählen, aber plötzlich verabschiedet er sich: «Morgen gebe ich Kindern Skiunterricht», sagt er und seine Augen glänzen.

The airman

Konrad has also gone heliskiing with many celebrities (his code of professional ethics is such that he remains silent about their names). For forty years a group of skiers from Munich would book him to do just that. In 1973 Konrad Freund became the Engadin's first Icarus, flying by sailplane from the top of the Corviglia down to the lake of St. Moritz. One year later an American guest lent him a hang glider, giving him an entirely new and completely different experience of flying. Konrad Freund regrets the fact that a no-fly zone is enforced within a 5 km radius of Samedan Airport. Once, after double-checking that the airfield's manager was absent, he flew from Trais Fluors to the airfield itself. When the manager found out about it, he told him, "The next time you'll only fly when I'm there. I want to see you".

That was all a matter of course; after all, Konrad Freund had helped out as a flight assistant for the REGA air rescue service for many years. What wasn't a matter of course is that he would one day buy his own aircraft in order to collect his clients on a Friday evening and then fly them home again on the Sunday.

Tireless

Konrad Freund has been loyal to the St. Moritz Ski School for 56 years, and even at the age of 78 he is still giving lessons. Some of his clients are the third or even fourth generation. And some families do not even have to book his services as he knows exactly in what week they will be staying in St. Moritz and will want to go skiing with him. So, for them, he keeps his diary free from one year to the next. Off-piste skiing is now no longer an option: "Over the course of my career I've done a bit of damage to my shoulders and knees", says Freund, adding proudly "but I still play volleyball as a former senior gymnast with the St. Moritz gymnastics club." And he still lends a welcome helping hand with the Voluntari, the volunteer organisation for ski races. Konrad Freund could easily carry on talking about his eventful life for hours, but suddenly he has to take his leave: "I'm teaching the kids skiing tomorrow", he says with a gleam in his eyes.



«Ich habe meine Achseln und Knie in meiner Laufbahn ein bisschen strapaziert»

“Over the course of my career I've done a bit of damage to my shoulders and knees”

Bilder

Konrad Freund mit seinem Segelflieger und beim Ski-Unterricht heute und damals

Pictures

Konrad Freund past and present – as a glider pilot and a ski instructor



«Es geht um die Zukunft des Engadins» “It’s about the future of the Engadin”

Hugo Wetzel, Präsident FIS Alpine Ski Weltmeisterschaften St. Moritz 2017 ➤ Benjamin Steffen, Redaktor NZZ

Herr Wetzel, in St. Moritz haben bisher vier Skiweltmeisterschaften stattgefunden, 1934, 1948, 1974 und 2003. Sie kamen 1951 zur Welt – was sind Ihre ersten Erinnerungen an eine Ski-WM in St. Moritz?

Stellen Sie sich vor: Die ersten Erinnerungen gehen tatsächlich auf die Zeit vor meiner Geburt zurück. Durch meine Eltern vernahm ich viel von 1948, als die Olympischen Winterspiele auch als Weltmeisterschaften zählten. Sie waren immer mal wieder Gesprächsthema am Familientisch. Die Eröffnungsfeier war von der St. Moritzer Dorfmusik umrahmt worden, mein Vater dirigierte sie.

Hugo Wetzel, Chairman, FIS Alpine World Ski Championships St. Moritz 2017 ➤ Benjamin Steffen, Editor to the NZZ

Mister Wetzel, St. Moritz has so far hosted four World Ski Championships: in 1934, 1948, 1974 and 2003. You were born in 1951; what are your first memories of World Ski Championships in St. Moritz?

You might find it hard to believe, but my first memories actually date back to the time before I was born. Through my parents I sensed a lot of what was going on in 1948 when the Winter Olympics also counted as World Championships. They were a regular topic of conversation around the family table. The opening ceremony was accompanied by music from the St. Moritz's village band, with my father conducting.

Und knapp 70 Jahre später wollen Sie Skiweltmeisterschaften neu erfinden?

Nein, darum geht es nicht. Aber der Wintersport soll populär bleiben. Bewegung in den Bergen ist etwas vom Faszinierendsten, was es gibt. Wir wollen der Jugend den Skisport wieder näherbringen, das ist eine wichtige Aufgabe der Alpenländer.

Warum soll es eine Ski-WM schaffen, die Jugend wieder zu begeistern?

Das lehrt uns die Vergangenheit. Ein Grossanlass übt eine Faszination aus, denn man arbeitet auf einen Termin hin, an dem man im Schaufenster steht. Eine Grossveranstaltung wie eine Ski-WM hat die Fähigkeit, die verschiedenen Anspruchsgruppen zusammenzubringen: uns als Organisatoren, Swiss Ski, das Bundesamt für Sport und die Tourismusorganisationen. Alle arbeiten zusammen an der Zukunft: für die Jugend, für den Sport, für die Region und für die Schweiz.

Und wenn die WM vorüber ist, gehen alle wieder ihre eigenen Wege?

Eben gerade nicht – hoffentlich.

Das heisst?

Meine Kernfrage lautet: Was ist 2018? Allen Mitarbeitenden stelle ich dieselbe Frage: Was bringt das, was du heute machst, 2018? Wir müssen die Chancen nutzen und die Anspruchsgruppen zusammenbringen. In unserer Vision sollen Nachhaltigkeit und Innovation zu einem Vermächtnis führen.

Sie glauben daran, dass 2018 viele positive Folgen der WM 2017 spürbar sein werden?

Ja, ich bin fest davon überzeugt. Ein Anlass kann nur nachhaltig sein, wenn ich am Anfang weiss, was ich erreichen will. Bei Vorbereitung und Durchführung generieren wir Wissen, das an keiner Universität erlernt werden kann; und kein Betrieb erarbeitet etwas so schnell wie eine Gruppe, die sich auf einen Grossanlass fokussiert. Es geht nicht nur um einen materiellen, sondern auch um einen immateriellen Gewinn.

Von dem primär die Leute profitieren, die direkt in die WM involviert sind?

Nein, nicht nur. Ich sehe die WM auch als Diskussionsplattform. Die einheimische Bevölkerung soll zusammenkommen und sich über WM-übergreifende Themen austauschen. Es geht auch um die Zukunft des Engadins.

Bilder

Links: FIS Alpine Ski Weltcuprennen in St. Moritz

Oben: Hugo Wetzel

And some 70 years later you want to reinvent World Ski Championships?

No, that's not what it's about. But winter sports must remain popular. There is something utterly fascinating about being able to exercise in the mountains. We want young people to become more closely involved with skiing again; for Alpine countries that's an important task.

Why would World Ski Championships succeed in getting young people excited about skiing again?

It's a lesson the past has taught us. There is something fascinating about a major event with everyone working towards a big date

which then provides a showcase. A major event like the World Ski Championships is capable of uniting all the different stakeholder groups: us as the organisers, Swiss Ski, the Swiss Federal Office for Sport, and the tourism organisations. Everyone joins forces for the future: for the sake of young people, the sport, the region, and Switzerland as a whole.

Does that mean everyone goes their separate ways again once the World Championships are over?

Well, hopefully not.

What do you mean?

The crucial question I always ask is: What is 2018? I ask all our people the same question: How does the work you're doing now contribute to 2018? We need to seize our opportunities

and get all the stakeholders to work together. In our vision, sustainability and innovation converge to create a legacy.

You believe that many of the positive repercussions of the 2017 World Championships will be felt in 2018?

Yes, I'm utterly convinced of it. An event can only be sustainable if I know from the outset what I want to achieve. The preparations and the implementation generate know-how that no university can teach; and no operation processes things as quickly as a group focusing on a major event. It's not just about a material gain; it's also about an immaterial gain.

One that benefits primarily those directly involved in the World Championships?

No, not just. I also see the World Championships as a platform for discussion. The local resident population should get together and engage in an exchange of views about topics that go beyond the World Championships. It's also about the future of the Engadin.

Pictures

Left: FIS Alpine Ski World Cup in St. Moritz

Above: Hugo Wetzel

Das sind schöne Worte. Aber teilen Sie die Einschätzung, dass erst – sagen wir – 2025 beurteilt werden kann, wie nachhaltig die Ski-WM 2017 wirklich war?

Mir ist klar, dass Nachhaltigkeit der Zankapfel eines jeden Grossanlasses ist. Aber wir sind eine Wissensgesellschaft – dort ist mein wichtigster Ansatzpunkt. Nachhaltigkeit wird landläufig an nachnutzbarer Infrastruktur gemessen. Doch was dank einem Grossanlass an Kompetenzen erworben wird, ist viel schwieriger messbar und geht deshalb oft vergessen. Nachhaltigkeit betrifft nicht nur Fussballstadien und die Frage, ob sie nach einer WM noch gebraucht werden.

Was war denn der nachhaltige Nutzen der Ski-WM 2003?

Ich könnte auf mehrere Aspekte eingehen, möchte aber nur ein Beispiel nennen: Wir haben gelernt, dass die Umweltverträglichkeit von Anfang an ein Thema sein muss. Es ist mittlerweile normal, dass Umweltschützer in die Planung involviert sind. So gesehen kann von einem nachhaltigen Effekt gesprochen werden.

Wie sieht St. Moritz denn im Jahr 2025 in Ihrer Idealvorstellung aus?

Ich erhoffe mir, dass die Gegend weltoffen bleibt – dass sie bereit ist, auf Veränderungen zu reagieren, betreffe es Gesellschaft, Wirtschaft oder Umwelt. Veränderung beginnt im Kopf, und du erreichst sie erst, wenn dir die Leute zu glauben beginnen. Du kannst mit den besten Projekten kommen und den Leuten sogar noch Geld hinterherwerfen – wenn dir der Mensch nicht glaubt, bringt alles nichts.

Hugo Wetzel

Hugo Wetzel ist in St. Moritz geboren und aufgewachsen. Er ist bekannt für sein starkes Engagement für die Öffentlichkeitsarbeit in seiner Heimatgemeinde. 1985 wurde er zum Mitglied des Vorstandes des Kur- und Verkehrsvereins St. Moritz gewählt und übernahm 1995 das Amt des Präsidenten, welches er bis 2007 innehatte. Zudem zeichnet er seit 1995 für den Schutz und das Lizenzwesen der Marke St. Moritz verantwortlich. Seit 2006 ist er Präsident der neu gegründeten Tourismusdestination Engadin St. Moritz.

Der Name Hugo Wetzel ist stark mit dem Skisport in St. Moritz verbunden. Er engagiert sich seit 1992 als Präsident der verschiedenen Kandidatur-Komitees für die alpinen Ski-WMs. und hat in dieser Funktion die Ski-WM 2003 in St. Moritz organisiert und durchgeführt. Im Sommer 2011 ist es ihm gelungen, diesen Event für 2017 nochmals ins Engadin zu holen.

Those are fine words. But do you share the view that it will only be in, say, 2025 that we'll be able to judge just how sustainable the 2017 World Ski Championships actually were?

I'm well aware of the fact that sustainability is a bone of contention with any major event. But we're a knowledge society: for me, that's the all-important starting point. A common measure of sustainability is just how reusable the infrastructure proves to be. But what's much more difficult to measure are the skills and the competence that are developed thanks to a major event, and that's an aspect that's often overlooked. Sustainability is not just about football stadiums and whether they will still be used once a World Cup is over.

What, then, was the sustainable benefit of the 2003 World Ski Championships?

I could list several aspects, but I'll mention just one example. We learnt that environmental sustainability has to be an issue right from the start. We now take it for granted that environmentalists should be involved in the planning process. So from that point of view alone there has been a sustainable effect.

In your ideal scenario what does St. Moritz look like in 2025?

I hope that the region will have remained as cosmopolitan as ever, that it's prepared to react to change, whether it relates to society, the economy, or the environment. Change is first and foremost a state of mind, and you can only achieve change once people start to believe in you. You can come along with the best projects in the world and even throw heaps of money at people – but if they don't have faith in you, it will all be for nothing.

Hugo Wetzel

Hugo Wetzel was born and raised in St. Moritz. In his hometown, Hugo Wetzel is known for his strong commitment to public relations. In 1985, he was elected member of the Board of the St. Moritz Tourist Board. In 1995, he took over the presidential post for the Tourism Board, which he held until 2007. Since 1995, Hugo Wetzel has been responsible for the licensing and protection of the "St. Moritz" trademark and since 2006, he has been the president of the newly founded Tourism Destination Engadin St. Moritz.

The name Hugo Wetzel is strongly associated with the sport of skiing in St. Moritz. Since 1992, he has committed himself to being president of the various candidature committees for the Alpine World Ski Championships. As president, he organised and realised the Alpine World Ski Championships 2003 in St. Moritz. In the summer of 2011, he succeeded again in bringing this event for 2017 into the Engadin.

Bild rechts:

Illustration Christoph Niemann für die FIS Alpine Ski Weltmeisterschaften

Picture right:

Illustration Christoph Niemann for FIS Alpine Ski Championships





«ST. MORITZ IST VERPFLICHTET, GROSSE WÜRFE ZU LANDEN»

Kreativkopf Otto Steiner ist daran, St. Moritz neu zu erfinden.

Die Corviglia als futuristischer Winterolymp. «Höhenrausch» als Erlebnisrundgang über den Dächern von St. Moritz. Verrückte Ideen? Nicht für Otto Steiner. Der Inszenierungs-Profi ist immer auf der Suche nach dem grossen Wurf. ♡ Reto Stifel

Otto Steiner, Sie sind daran, St. Moritz neu zu erfinden. Eine spannende Herausforderung?

Jede Aufgabe ist anders, St. Moritz ist speziell. Ein Ort, der so gewachsene Strukturen hat und eine so lange Tourismustradition, ist schon ein paar Mal neu erfunden worden. Man ist in grossen Fussabdrücken unterwegs.

“ST. MORITZ OWES IT TO ITSELF TO AIM HIGH”

Creative mind Otto Steiner is about to reinvent St. Moritz.

The Corviglia as a futuristic winter Olympus. Höhenrausch as a thrilling “high-rise” experience above the rooftops of St. Moritz. All pie in the sky? Not for Otto Steiner. As a professional production creative he is constantly on the lookout for the next big thing. ♡ Reto Stifel

Otto Steiner, you are about to reinvent St. Moritz. Is it an exciting challenge?

Every task is different, but St. Moritz is special. A resort with such a legacy and such a long tradition of tourism has, by definition, already been reinvented several times. So you're following in some pretty big footsteps.

Ist die Herausforderung auch lösbar?

Wir befinden uns in einer hochinteressanten Situation. Die ersten Reaktionen auf die Projekte sind verhalten. Die Haltung ist wohlwollend. Die Nagelprobe kommt dann, wenn es um das Konkrete geht. Dann werden die Reaktionen vermutlich heftiger ausfallen. Aber wir müssen Projekte machen, die Energie nach vorne haben. In diesem Tal funktionieren Sachen, die gross und überfordernd sind, besser als der gewöhnliche Alltag.

Beim Olymp auf Corviglia spricht man von Weltarchitektur. Ist es nicht einfach eine Provokation?

Nein! St. Moritz ist geradezu verpflichtet, grosse Würfe zu landen. Der Ort hat den Anspruch, «Top of the World» zu sein. Er muss sich mit den Besten auf der Welt messen. St. Moritz hat in den letzten 30 Jahren nicht mit Innovationen gegläntzt. Vieles wurde optimiert und angepasst. Aber wirklich Grosses, das bewegt und Besucher anzieht, gab es nicht.

Deshalb wollen Sie in St. Moritz einen Dachdurchgang in der Höhe bauen?

Mit Fleiss und Liebe kann in der Fussgängerzone sehr viel bewegt werden. Aber man muss etwas machen, das die Grenzen sprengt. Dafür fehlt uns im Zentrum von St. Moritz der Platz. Also muss man dorthin gehen, wo noch niemand ist, in die Höhe, auf eine zweite Ebene. So wie in Hongkong, wo auf dieser zweiten Ebene Geschäfte und Restaurants zu finden sind. Das kann auch in St. Moritz funktionieren.

Ist das machbar? Ist das finanzierbar? Das wären die Fragen, die ich jetzt stellen müsste. Ich tue es aber nicht ...

Wie viel etwas kostet, ist eine wichtige Frage. Was etwas bringt, die noch viel wichtigere. Wir haben es hier mit Image zu tun also dem Wertvollsten, was es für einen Ort gibt. Wenn das Image erneuert und St. Moritz neu wahrgenommen wird, geht bei ganz vielen Leuten ein Licht auf. Und das ist unglaublich viel Geld wert.

Sie sollen die Engadiner mit Ihren Ideen durchrütteln. Das dürfte nicht einfach sein in einer Region, in der es sehr vielen Leuten gut geht.

Nach dem Olympia–Nein habe ich das Engadin eher als Jammertal denn als Sonnental wahrgenommen. Aber das lässt sich überwinden. Wir müssen den Fokus nach vorne richten. Die demografische Veränderung beispielsweise ist ein Fakt, der zu wenig ernst genommen wird. Es gibt immer mehr ältere Leute, die immer weniger auf den Pisten anzutreffen sein werden. Mit dieser Entwicklung müssen sich die Skigebiete auseinandersetzen ...

Bilder

Links: Schneeskulpturen im Zentrum von St. Moritz als Ideenskizze

Oben: Otto Steiner auf den Dächern von St. Moritz

But is the challenge doable?

Well, the situation we find ourselves in is certainly very interesting. Initial reactions to the projects have been guarded. But the attitude is sympathetic. The real acid test will come when we get down to the nitty gritty. Presumably that's when the responses will become more intense. But we need projects with forward momentum. In this valley, things on a grand scale that are overwhelming do better than everyday stuff.

People are talking of world architecture when it comes to the Corviglia's Olymp project. Isn't it just simply a provocation?

No! St. Moritz owes it to itself to think big and aim high. The resort claims to be the “Top of the World”. So it has to measure up against the best in the world. Over the past thirty years St. Moritz has not exactly been fizzing with innovations. Instead, a lot of things have been optimised and adapted. But there's been nothing really big, nothing that has got things moving and attracted visitors.

Is that why you're planning to build a high-level rooftop walkway in St. Moritz?

With lots of love and hard work there's plenty you can achieve in the pedestrian area. But we also need to do something that breaks the mould. And in the centre of St. Moritz we don't have room for that. So you have to go where no one's been before, i.e. upwards, to the next level. Just like in Hong Kong, where you have shops and restaurants at that second level. That can work in St. Moritz too.

Is it feasible? Is it affordable? – they're the questions I should now be asking. But I won't ...

How much something costs is an important question. But what it brings is even more important. What we're dealing with here is image, in other words a resort's most valuable asset. If the image is regenerated and St. Moritz is perceived in a new way, then lots of people will begin to see the light. And that's worth an incredible amount of money.

You're planning to shake up the people of the Engadin with your ideas. Presumably that's no easy task in a region where a lot of people are comfortably off?

After the Engadin rejected the Olympics in a referendum I felt it was more of a vale of tears than a vale of sunshine. But we can get over that. We need to focus on looking ahead.

The change in demographics for example is a fact that people are not taking seriously enough. People are getting older and older, and so fewer and fewer people will be out on the ski slopes. Ski resorts need to come to terms with this trend ...

Pictures

Left: Draft sketch of the snow sculptures in the centre of St. Moritz

Above: Otto Steiner on the rooftops of St. Moritz

Aber gerade das Engadin besticht durch seine Vielfältigkeit ...

Es hat viele Angebote neben dem Skifahren, das stimmt. Aber was mache ich, wenn ich nicht mehr gut zu Fuss bin? Ein Beispiel: Im Segantini-Museum hat sich in den letzten 25 Jahren kaum etwas geändert. Als Besucher schaue ich mir das einmal, vielleicht auch zweimal an. Dann fällt es zum Wahrnehmungsraster raus. Was kann man dagegen tun? Man kann Segantini nicht «ummalen», aber man kann immer mal wieder die Inszenierung ändern. Das ist erfolgversprechend und animiert die Leute, ein drittes, viertes und fünftes Mal zu kommen.

***Diese Saison werden 150 Jahre Wintertourismus gefeiert. Wie wichtig ist die Vergangenheit, um Neues zu schaffen?***

Herkunft ist Zukunft. Es gibt so viele Pioniere hier im Tal, die sich gegen grosse Widerstände durchsetzen mussten und viel erreicht haben. Was letztlich überzeugt, sind die Ideen. Ideen sind viele da, die Frage ist, in welchem Moment sie zünden. Dieser Verbindungssteg auf der zweiten Ebene von St. Moritz wird kommen, weil viele Leute sehen werden, dass dieser etwas verändern wird. Und Veränderung ist zurzeit in sehr vielen Köpfen möglich, davon bin ich überzeugt.

Der 58-jährige Otto Steiner ist Inhaber des Kreativateliers Steiner Sarnen. Dieses zählt zu den renommiertesten Ausstellungsmachern der Schweiz und ist für Projekte im In- und Ausland schon mehrfach ausgezeichnet worden. Otto Steiner hat mit seiner Firma verschiedene Mandate im Oberengadin. Unter anderem für die Engadin St. Moritz Mountains AG, für die Gemeinden St. Moritz und Celerina sowie für die Tourismusorganisation.

Bilder

Oben: Kreativkopf Otto Steiner in der neu gestalteten Talstation der Chantarella Bahn

Rechts: Winter-Illustration von Christoph Niemann

But the Engadin of all places stands out through its diversity ...

it's true that it does have a lot to offer besides skiing. But what do I do if I'm no longer that steady on my feet? Here's an example: Over the past 25 years the Segantini Museum has hardly changed at all. So as a visitor I'll go and look at the Museum once or maybe twice. But then it just becomes part of the backdrop. So what do you do about that? You can't "repaint" Segantini, but you can certainly keep changing the showcase. That's a promising concept, one that will motivate people to visit the Museum a third time, or perhaps even a fourth and a fifth time.

This season celebrates 150 years of winter tourism. How important is the past when it comes to creating something new?

The legacy is the future. There have been so many pioneers here in the valley who had to fight against all sorts of resistance, and yet they still managed to achieve great things. In the end it's the ideas that count. There are plenty of ideas around, but it's all in the timing. The high-rise walkway along St. Moritz's second level will come, because lots of people will realise that it's all about change. And change is something that is currently in the minds of lots of people, I'm convinced of that.

Otto Steiner, 58, is the proprietor of the Steiner Sarnen Creative Studio. The studio is one of the most renowned exhibition production companies in Switzerland and has garnered numerous awards for projects both in Switzerland and abroad. Otto Steiner and his company have been commissioned with several projects in the Upper Engadin. They include projects for Engadin St. Moritz Mountains AG, for the municipalities of St. Moritz and Celerina, and for the Tourism Organisation.

Pictures

Above: Creative mind Otto Steiner at the newly renovated valley station of the Chantarella funicular railway

Right: Winter illustration by Christoph Niemann



www.stmoritz.ch

ENGADIN
St. Moritz



© Badrutt's Palace Hotel Archiv

Tourismusorganisationen und Standortentwicklung

Tourism organisations and location development

Bereits zu Beginn des Wintertourismus vor 150 Jahren waren Aktivitäten für die Gäste von grosser Bedeutung. Deshalb entstanden dafür schon früh Tourismusorganisationen, welche die örtlichen Angebote bündelten.

Even when winter tourism first began 150 years ago, activities for winter guests were of great importance, and that is why tourism organisations were created to group together all the offers that were available locally.

Diese Organisationen haben seitdem einen Wandel nicht nur in ihrem Aufgabengebiet, sondern auch in ihrer Bezeichnung erlebt. Bis Mitte des 20. Jahrhunderts nahmen Kurvereine diese Rolle wahr: Sie organisierten hauptsächlich Aktivitäten wie Konzerte, Tanzveranstaltungen und Ausflüge. Mit der Entstehung des Massentourismus haben sich die Kurvereine in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts zu Tourismusbüros entwickelt, die in erster Linie die Destination vermarktet: Sie machten die vorhandenen Angebote einem breiteren Publikum schmackhaft. Seit Anfang dieses Jahrhunderts vereinen Tourismusorganisationen beide Rollen: Zusammen mit den lokalen Partnern helfen sie bei der Produktgestaltung vor Ort mit und vermarkten die Angebote in ihren Zielmärkten.

Gerade jetzt, wo der Schweizer Tourismus – ähnlich wie die Schweizer Uhrenindustrie vor 40 Jahren – vor einer Zeitenwende steht, übernehmen die Tourismusorganisationen neben der Vermarktung auch eine mitgestaltende Rolle, die wesentlich zur Standortentwicklung beiträgt. Besonders in Regionen, die stark vom Tourismus abhängig sind, wirken sie als Aggregatoren von Initiativen und übernehmen in vielen Fällen eine Koordinations- oder sogar eine Lokomotivfunktion. Mit Hoteliers und Bergbahnen hat zum Beispiel die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz das innovative Angebot «Hotel und Skipass» geschaffen. Des Weiteren hat sie mit den Gemeinden Konzepte zur Realisierung von zusammenhängenden Wegnetzen für Mountainbiker und zur Optimierung des Angebots an Langlaufloipen entwickelt. Tourismusorganisationen helfen auch bei der Entstehung von grossen oder neuen Veranstaltungen mit: Sie vernetzen mögliche Sponsoren und gestalten die Vermarktung mit. So wirkt beispielsweise die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz aktiv in der Vermarktung der Ski-Weltmeisterschaften St. Moritz 2017 mit. Von den Investitionen in die Infrastruktur rund um dieses Grosseignis werden unter anderem die Tourismusregion, die Gäste und die lokale Bevölkerung profitieren.

Die Gäste von anno dazumal würden im Winter 2014/2015 sicher sehr über das vielfältige Angebot staunen. Vertreter von Tourismus, Hotellerie, Bergbahnen, Handel und Gewerbe, Vereine und Organisationen haben für Gäste und Einheimische ein attraktives Jubiläumsprogramm zusammengestellt.

Lassen Sie sich inspirieren. Wir freuen uns auf Sie.

Ariane Ehrat, CEO Tourismusorganisation Engadin St. Moritz

Bild links:

Aus dem Badrutt's Palace Prospekt, Bilder von Elisabeth Maine (1900)

Since then, these organisations have undergone a great deal of change, not just in the work they do, but also in their designations. Until the mid-20th century the term "Kurverein", or resort association, was used to designate this role. Usually, a "Kurverein" would organise activities such as concerts, dance events and excursions. With the emergence of mass tourism in the second half of the 20th century, "Kurvereine" gradually evolved into tourist offices, responsible first and foremost for marketing the destination. Now their role was to make existing offers appealing to a wider audience. Since the beginning of this century, tourism organisations have combined both these roles: together with local partners they help to design and shape the product on site and market offers in their target markets.

Today, at a time when Swiss tourism finds itself on the cusp of change (much in the same way as the Swiss watch industry did some forty years ago), the tourism organisations are not only responsible for marketing the region, but are also proving instrumental in shaping its development as a location. Particularly in regions highly dependent on tourism, they act as aggregators of initiatives, assuming in many cases the role of co-ordinator and even that of prime mover. The Engadin St. Moritz Tourism Organisation for instance, together with local hoteliers and the mountain railways and cableways, created the innovative "Hotel & Ski Pass" offer. It has also worked closely with municipalities to develop concepts for interconnected networks of mountain bike trails and to optimise the offer of cross-country skiing tracks. Tourism organisations also help to create new or large-scale events, networking with potential sponsors and participating in the marketing. The Engadin St. Moritz Tourism Organisation for example is actively involved in promoting the 2017 World Ski Championships in St. Moritz. The tourist region, its guests, and the local resident population all stand to benefit from the investments made in the infrastructure in connection with this major event.

The guests from that bygone age would certainly be amazed at the choice on offer in winter 2014/2015. Indeed, representatives of the tourist industry, hotel industry, mountain railways and cableways, trade and commerce, associations and organisations have put together an exciting anniversary programme for guests and locals alike.

Come and be inspired. We look forward to welcoming you.

Ariane Ehrat, CEO Engadin St. Moritz Tourism Organisation

Picture left:

Badrutt's Palace leaflet, pictures by Elisabeth Maine (1900)

Neue Pioniertaten sind gefragt

New pioneering achievements still in demand

Der Vorstand der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz hat unter dem Titel «Agenda 2025» eine Strategie erarbeitet, welche die touristische Region in die Zukunft führen wird. Damit hat er Schwerpunkte definiert, welche die Tourismusdestination Engadin St. Moritz für die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen konsequent positioniert. Die Wünsche und Sehnsüchte der Gäste müssen antizipiert werden. In einem weltweiten Tourismusmarkt mit Angeboten, die immer austauschbarer und vergleichbarer werden, sind wie vor 150 Jahren Pioniertaten gefragt. Das Oberengadin muss zur bekanntesten und begehrtesten Tourismusdestination der Alpen weiterentwickelt werden.

Der Vorstand hat 16 Strategiebausteine definiert: Unter anderem sollen im Oberengadin Sportereignisse gebündelt, junge Menschen, Familien und die kreative Klasse mit ansprechenden Hotels angezogen, das Tourismusbewusstsein in der Region entwickelt und gestärkt und die Bergbahn-Infrastruktur optimiert werden. Die Gäste wollen ihren Urlaub, dank einer modernen ICT-Infrastruktur, bereits von zu Hause aus zusammenstellen können usw. Einige dieser Bausteine sind bereits in Umsetzung, so zum Beispiel zusammenhängende Mountainbike-Trails, eine Warenkorblösung für Buchungen via Internet (der sogenannte eConcierge), gebündelte, kulturelle Angebote sowie innovative Anlässe zur Verlängerung der Wintersaison. Visionäre Projekte, um St. Moritz und das Engadin sowie die Infrastruktur am Berg attraktiver zu machen, befinden sich ebenfalls in einem fortgeschrittenen Stadium. Das Oberengadin wartet nicht bis 2025, denn Pioniertaten können tagtäglich initiiert und umgesetzt werden. So haben es uns visionäre Pioniere vor 150 Jahren vorgemacht.



The Board of Directors of the Engadin St. Moritz Tourism Organisation has drawn up a strategy to lead the tourist region into the future; it has given it the title "Agenda 2025". It defines priorities so that the tourist destination of Engadin St. Moritz will be ideally placed to tackle current and future challenges. The wishes and desires of the region's guests have to be anticipated. In a global tourism market with offers increasingly interchangeable and comparable, as 150 years ago, pioneering achievements are still very much in demand. The Upper Engadin must continue to evolve as the best-known and most sought-after tourism destination in the Alps.

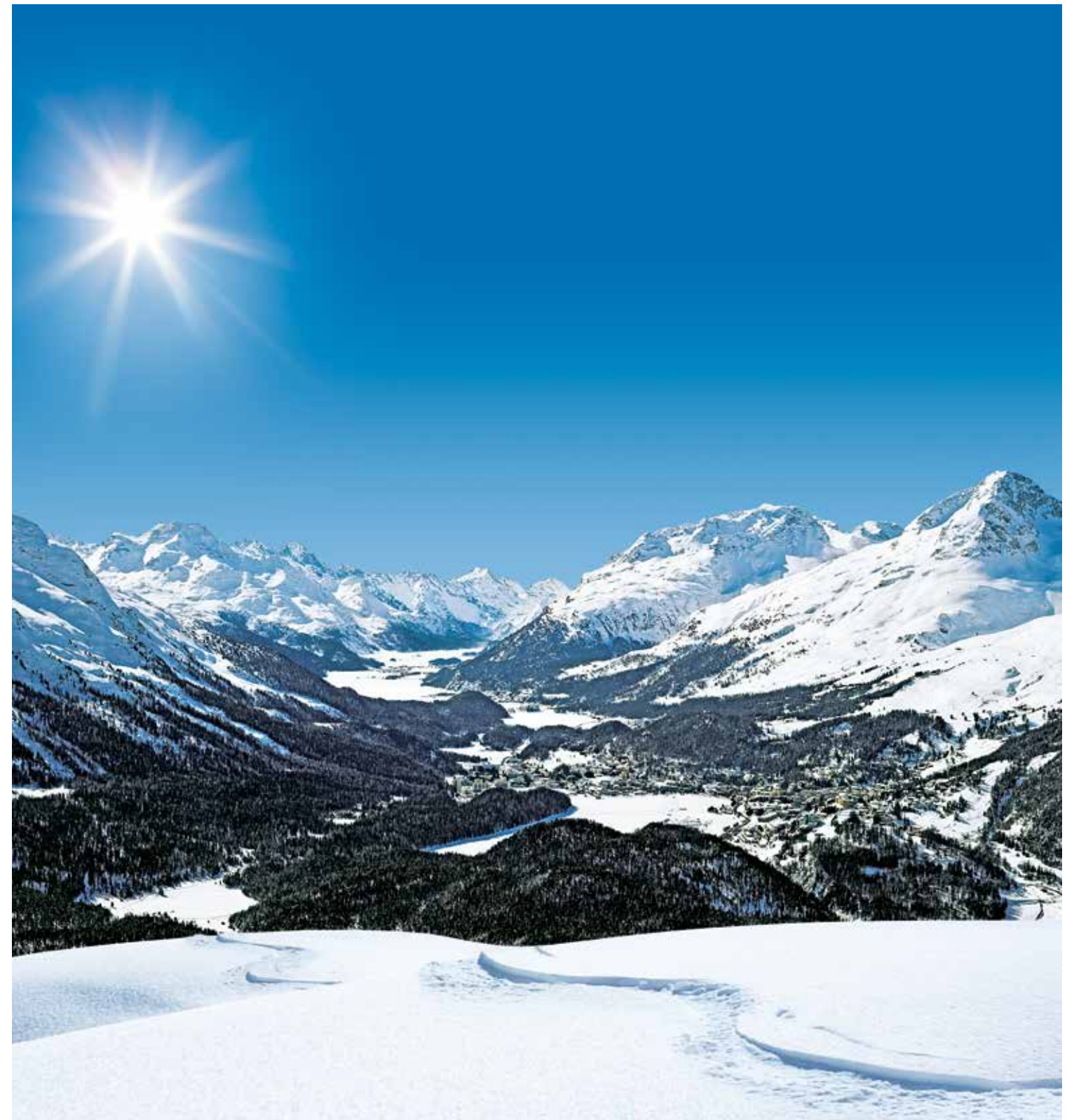
The Board of Directors has defined 16 strategy modules. They include bundling sports events in the Upper Engadin, attracting young people, families and creatives with exciting hotels, raising and consolidating awareness of tourism in the region, and optimising the infrastructure for mountain railways and cableways. Thanks to a modern ICT infrastructure, guests want to compile the holiday of their choice already from the comfort of their own home, etc. Some of these modules are already being implemented: e.g. interconnected mountain bike trails, a shopping basket solution for internet bookings (e.g. eConcierge), bundled cultural offers, and innovative events to help extend the winter season. Visionary projects designed to make St. Moritz and the Engadin even more attractive, along with the infrastructure on site in the mountains, are already at an advanced stage. The Upper Engadin is not waiting until 2025; indeed, pioneering achievements can be initiated and realised day in and day out. Just as those visionary pioneers showed us 150 years ago.

Bilder

Oben: Das Freilichttheater «Der König im Schnee» in Silvaplana, März 2014
Rechts: Blick von Muottas Muragl über die Oberengadiner Seenplatte

Pictures

Above: The open-air theater "The King in the Snow" in Silvaplana, March 2014
Right: View from Muottas Muragl over the Upper Engadin lake plateau



Impressum «150 Jahre Wintertourismus»
"150 Years of Winter Tourism" Edition

Herausgeber/Publisher:
Tourismusorganisation Engadin St. Moritz, Schweiz
Engadin St. Moritz Tourism Organisation, Switzerland
Gestaltung/Layout: interagis.com, Zürich
Fotos/Pictures: swiss-image.ch/Gian Andri Giovanoli, Karin Huber/k-h media,
Fotoswiss/Giancarlo Cattaneo, swiss-image.ch/Andreas Badrutt,
Max Weiss/montabella.ch, Alessandro Della Bella
Druck/Printed by: Gammeter Druck und Verlag St. Moritz AG
Auflage/Print run: 20 000 Ex.

© Mai 2014, Engadin St. Moritz

EINSAME SPITZE: HOTELSKIPASS FÜR CHF 35.-
SIMPLY OUTSTANDING: HOTEL SKI PASS FOR CHF 35.-
ECCEZIONALE: HOTELSKIPASS A CHF 35.-

Winter / Inverno 2014/15



Wer mehr als eine Nacht bucht, erhält den Hotelskipass für CHF 35.-.
Guests staying more than one night can purchase a Hotel Ski Pass for CHF 35.-.
Chi prenota più di un pernottamento, ha diritto all'hotelskipass a CHF 35.-.

www.engadin.stmoritz.ch