

# Ein Glas Wein mit

Autor(en): **Wiederstein, Michael / Eppenberger, Mélanie**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur**

Band (Jahr): **96 (2016)**

Heft 1042

PDF erstellt am: **27.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-736419>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

## HELDEN DER ARBEIT

# Ein Glas Wein mit

Mélanie Eppenberger, VRP der Toggenburg Bergbahnen AG  
von Michael Wiederstein

In Unterwasser florierte einst die Hotellerie. Sogar die Königin von Holland machte hier Ferien, aber mit dem Investitionsboom und der Entwicklung von Megaresorts in Graubünden und im Wallis geriet das Toggenburg touristisch ins Hintertreffen. Die Luftseilbahn, die mich gerade von Unterwasser-Itios hinauf zum Gipfel des Chäserrugg bringt, ist Teil einer Strategie, die das wieder ändern soll. Treibende Kraft hinter der Neupositionierung des Gebiets ist Mélanie Eppenberger. Im letzten Jahr sind die ersten Konkretisierungen ihrer Idee eines natur- und kulturnahen Tourismus sicht- und erlebbar geworden: Sie konnte Herzog & de Meuron für die Planung und Umsetzung mehrerer Infrastrukturprojekte gewinnen, nun empfängt mich die Präsidentin der Toggenburg Bergbahnen AG in der neuen, eindrucklichen Bergstation.

Wir setzen uns in eine Nische des Gipfelrestaurants, sie bestellt eine Flasche Wein. «Der Winzer ist mein Cousin», sagt sie und stösst mit mir an. «Fruchtig – Cassis! –, vollmundig, aber gut strukturiert.» Sie ergänzt: «Deshalb wollte ich ihn auf der Karte haben. So habe ich immer ein Stück Zuhause bei mir.» Eppenberger stammt aus der Ardèche, lebt aber schon einige Zeit in der Schweiz, wo sie ihren Mann kennengelernt hat. Über ihn, einen alteingesessenen Toggenburger, ist bei ihr die Faszination für die Region gewachsen. «Das Toggenburg ist ein landschaftlich liebliches, kulturelles und traditionsbewusstes Tal, noch authentisch – obwohl nur eine Stunde von den grossen Agglomerationen Zürich und St. Gallen entfernt.» Ihr tägliches Brot ist es, das Besondere im Chäserrugg-Gebiet hervorzuheben, aber auch infrastrukturell zugänglich zu machen, was ich mir für eine Ausländerin nicht immer leicht vorstelle. Sie schweigt kurz, sagt nach einem Schluck Wein: «Klar, wenn mal Kritik an unserer Arbeit kommt, bin ich «die Französin».» Lächelnd fügt sie an: «Das kommt zum Glück selten vor. Und es ist gleichzeitig ein Vorteil, dass ich nicht hier aufgewachsen bin – so kann ich freier arbeiten.»

Entstanden ist eine Bergstation, die im Toggenburg nun für einen gewissen Stolz sorgt: Ein architektonisch anspruchsvolles Gipfelhaus auf 2200 Metern, das nicht ins Klischee des ge-

schmäcklerischen Alpenchics kippt. «Es gibt hier kein Fell und auch kein Hirschgeweih», erklärt Eppenberger, überhaupt sei es ein Privileg und auch eine grosse Verantwortung, an dieser exponierten Lage bauen zu dürfen. Andere Gebiete, sagt sie, missbrauchten nicht selten den Berg und verkleideten ihn mit den wildesten Attraktionen. Hier sollte der Landschaft bewusst Respekt gezollt werden: dass Schweizer Holz als Material gewählt wurde, der Einbezug möglichst vieler Handwerker aus dem Tal ein Teil des Businessplans war – alles keine Zufälle, sagt sie. Auf dem hart umkämpften Tourismus-

markt sei eine klare Strategie der Ästhetik und der Natur- und Kulturnähe heute ein Erfolgsfaktor. «Die Mehrheit der Schweizer Bergbahnen sind nicht in der Lage, ihre Zukunft selbst zu finanzieren, weshalb vielfach um öffentliche Gelder gebuhlt wird. Wir wollen beweisen, dass es auch privatwirtschaftlich geht.» Subventionen und öffentliche Beteiligungen, ergänzt sie, incentivierten zu oft schlechte Strategien, Überkapazitäten und Ego-Projekte, die viele Bergbahnunternehmen vor den Ruin gestellt hätten. «Ist es nicht absurd, dass in dieser Gegend Steuergeld, das wir als profitable Unterneh-

mung bezahlen, von der öffentlichen Hand direkt in unsere Konkurrenz investiert wird – und so einen an sich funktionierenden Wettbewerb verzerrt?»

Auf das Wintergeschäft der Zukunft angesprochen, hebt Eppenberger zuversichtlich die Augenbrauen. Sie müsse immer ein wenig lächeln, wenn sie Pressemitteilungen von Kollegen lese. «Wenn das Jahr gut war, haben sie «tolle Arbeit» geleistet, wenn es ein mieses war, dann sind die schlechten Winter schuld.» Sie nimmt einen Schluck von ihrem Zuhause und ergänzt: Stabile Wetterlagen würden tatsächlich immer seltener, der Chäserrugg aber könne sich über zu wenig Schnee wirklich nicht beklagen. «Schon vor dem Investitionsschub machten wir übrigens 30 Prozent des Umsatzes im Sommer.» Das, so sagt sie, sei für die Schweiz sehr viel – «aber künftig überall unerlässlich». Eppenberger, ehrlich zuversichtlich, hebt das Glas zum letzten «Santé!», dann klingelt es hinten zur Talfahrt.



**Mélanie Eppenberger**

VRP der Toggenburg Bergbahnen AG  
Illustration: Matthias Wyler / Studio Sirup

Wein: Pierre Gonon, «St. Joseph», Rhône, 2013 (Syrah)