

## Ehemalige

## ... und was aus ihnen geworden ist

**Arno Lombardini, der ehemalige Mittelschüler**

Im Jahre 1992 beendete ich meinen fünfjährigen Aufenthalt an der Academia Engiadina bzw. MTS, EMS mit dem Erlangen der Matura. Nach einem mili-



**Im Anschluss an die Anwaltsprüfung freute es mich sehr, als mir meine beiden bisherigen Arbeitgeber anboten, als Partner in ihre Kanzlei ein-**

tärbedingten Unterbruch setzte ich meine Ausbildung im Herbst 1993 mit der Aufnahme des Studiums an der Universität St. Gallen fort. Der Ausbildungsgang an der Uni St. Gallen sagte mir zu, da man sich erst nach zwei Semestern entweder für eine wirtschaftswissenschaftliche oder eine juristische Ausbildung entscheiden musste. Bald stand für mich der juristische Ausbildungsgang fest und so schloss ich mein Studium im Herbst 1997 mit dem Lizentiat der Rechtswissenschaften ab. Wie in allen Berufen musste ich schon bald feststellen, dass der Weg von der Theorie zum praktischen Arbeiten nicht einfach ist. Meine erste Arbeitsstelle als Praktikant am Verwaltungsgericht des Kantons

Graubünden bot mir indes einen behutsamen Einstieg in den beruflichen Alltag. So war ich als Gerichtsschreiber mit dem Verfassen von Urteilen betraut und fand insbesondere auch genügend Zeit, mich mit den verschiedenen Gebieten des öffentlichen Rechts vertraut zu machen. Anschliessend zog es mich in die Advokatur, und ich trat in der Anwaltskanzlei Lardi & Caviezel in Chur eine weitere Praktikumsstelle an. Schon bald hatte ich die Möglichkeit, selbstständig Mandate zu betreuen und nebenbei auch noch als Gerichtsschreiber für das Verwaltungsgericht Graubünden und das Bezirksgericht Albula tätig zu sein. Da für eine juristische Laufbahn das Anwaltspatent von grosser Bedeutung ist, bereitete ich mich gleichzeitig auf die kantonale Anwaltsprüfung vor. Im Sommer 2001 konnte ich auch diese Hürde meistern. Im Anschluss an die Anwaltsprüfung freute es mich sehr, als mir meine beiden bisherigen Arbeitgeber anboten, als Partner in ihre Kanzlei einzusteigen. So bin ich seit dem Jahre 2001 als selbstständigerwerbender Rechtsanwalt in Chur tätig, wobei mein Arbeitsgebiet verschiedenste Rechtsgebiete umfasst. Nebst dem Privatrecht bin ich insbesondere auch im Straf- und Sozialversicherungsrecht tätig. Zudem interessiere ich mich nebenbei auch für Politik. Im Jahre 2000 wurde ich als Kreispräsident-Stellvertreter und im Jahre 2003 als Kreispräsident des Kreises Schams gewählt. Das Amt des Kreispräsidenten umfasst insbesondere richterliche Aufgaben, sodass ich meine beruflichen Kenntnisse optimal in mein Amt einfließen lassen kann. In dieser Funktion bin ich insbesondere Strafmundratsrichter. Als Einzelrichter beurteile ich erstinstanzliche Strafsachen, wobei sämtliche Delikte, bei denen eine Freiheitsstrafe von nicht mehr als drei

Monaten in Betracht kommt, in meinen Kompetenzbereich fallen. Daneben bin ich auch noch Friedensrichter und habe somit die Aufgabe, zivilrechtliche Streitigkeiten vor dem Gang ans Gericht nach Möglichkeit zu schlichten. Mein Arbeitsaufwand als Kreispräsident umfasst rund 30%, und ich erachte dieses Amt als ideale Ergänzung zu meiner anwaltlichen Tätigkeit und habe auch keine Probleme damit, alles unter einen Hut zu bringen. Insbesondere finde ich daneben auch genügend Zeit, meinen Hobbys zu frönen. Dies sind im Frühjahr und im Sommer die Fischerei und im Herbst dann vor allem die Jagd. Seit dem Jahre 1998 bin ich im Besitze des Bündner Jagdpatentes und lasse keine Jagdsaison aus. Dabei genieße ich es ganz besonders, mich während der Bündner Hochjagd zusammen mit meinen beiden Jagdkameraden in unsere Hütte zurückzuziehen und den Alltag hinter mir zu lassen. Bei der Jagd finde ich die nötige Ruhe und Erholung, um wieder fit im beruflichen Alltag zu stehen.

**Oliver Tamás, der ehemalige HFT-Student**

Als ich 1994 an die HFT Graubünden nach Samedan kam, war ich ein 21-jähriger Maturand mit ein wenig Berufserfahrung in der Hotellerie. Das Interesse am Reisen, an der Schweiz und an den Bergen führte mich ins Engadin. Schnell begannen mich Fächer wie Marketing und Incoming-Tourismus zu faszinieren, weshalb ich meine Praktika bei Kuoni Incoming und Schweiz Tourismus in Zürich absolvierte.

Nach dem Abschluss an der HFT Graubünden und einem Sprachaufenthalt in San Francisco beschloss ich, noch zu zusätzliche drei Semester an der HFT in

Chur zu besuchen. Ich war der erste und einzige HFT-Absolvent, der dieses Angebot nutzte. Nach harten Einstiegsmonaten an der HWV schaffte ich die

**Die Loslösung vom Elternhaus und der Kontakt mit unterschiedlichsten**

Aufnahmeprüfung und schliesslich 1999 den Abschluss als Betriebsökonom HWV. Daneben fand ich noch Zeit, bei der Rhätischen Bahn im Marketing weitere Praxiserfahrungen zu sammeln. Hier konnte ich den Internetauftritt der RhB aufbauen sowie an spannenden Projekten wie der Vereina-Eröffnung und der Lancierung des Alpine Classic Pullmann Express mitwirken.

1999, nach vier Jahren im schönen Bündnerland, zog ich nach Bern, um dort als Unternehmensberater bei Daniel Fischer & Partner einzusteigen. In idealer Weise konnte ich nun die gelernte Theorie für die Praxis nutzen: Marketing und Destinationsmanagement von der HFT, Strategieentwicklung und Betriebsbuchhaltung von der HWV. Die Arbeit gefiel mir ausgezeichnet. Ich erarbeitete Strategien für führende Desti-

nationen wie Adelboden, Lötschberg, Saas Fee-Saastal oder Aletsch und lernte dabei zahlreiche Entscheidungsträger des Schweizer Tourismus kennen.

Doch seit zwei Monaten ist alles wieder neu! Nach fast fünf Jahren als Strategieberater fehlten mir in der Arbeit die operativen Tätigkeiten und die konkrete Umsetzung der erarbeiteten Strategien. So entschied ich mich, die Herausforderung «Lauberhorn-Rennen» anzunehmen. Ich verlegte meinen Wohnsitz zurück in die Berge, diesmal ins Berner Oberland nach Wengen. Hier bin ich als Geschäftsführer der Internationalen Lauberhornrennen Wengen angestellt und verantwortlich für die Organisation und die Weiterentwicklung einer der grössten Sportanlässe der Schweiz. Für mich ist dies der Einstieg ins Event- und Sportmanagement. Die tägliche Arbeit dreht sich um Sponsoring, Kommunikation, Rahmenprogramm, Finanzen etc. Und schon am 15. Januar 2005 steht für mich das erste Grosseereignis mit der legendären Lauberhorn-Abfahrt an!

Rückblickend auf die letzten 10 Jahre kann ich sagen, dass sich der unerfahrene Maturand weiterentwickelt hat – auch dank der Zeit an der HFT Graubünden. Die Loslösung vom Elternhaus und der Kontakt mit unterschiedlichsten Kollegen an der HFT prägen mich. Die Kameradschaft unter den HFTlern war ausgezeichnet und hält heute noch an. Deshalb engagiere ich mich auch im Tourism Club 1706 der Ehemaligen. Denn ein funktionierendes Netzwerk aller Absolventen/-innen kann im Berufsleben sehr wertvoll sein.

## Pinboard

## Annual Event des Tourism Club 1706

Der Tourism Club 1706, die Organisation der Ehemaligen der Höheren Fachschule für Tourismus HFT, wurde bereits in der letzten Ausgabe der Academia Zeitung vorgestellt. Zum ersten Mal traf man sich nun am 22. Oktober 2004 auf dem Säntis zu einem ganztägigen Event. Dabei wurde kein Käse erzählt, aber über Käse gesprochen ...

von Rolf E. Wittich

➔ Das Appenzell ist populär. Mindestens sind es die Produkte aus dem Appenzellerland. Jedes Kind kennt den Appenzeller Käse und die «Biberli», viele Erwachsene den Appenzeller Alpenbitter. Woran liegt es, dass sich in diesen beiden kleinen Halbkantonen die Beispiele von erfolgreichem Marketing so auffallend häufen? Diese Frage stand im Zentrum des Treffens von rund 25 Ehemaligen der HFT. Geladen waren auch sechs Referenten von erfolgreichen Appenzeller Firmen, nicht nur aus dem Tourismus.

Das Thema hiess «Marken, Profile und Positionen – integrale Markenstrategien versus erfolgreicher Alleingang». Dieser Titel tönt etwas theoretisch, ist aber ein Topthema, auch ausserhalb der Tourismusszene. Am lebendigen Beispiel «Appenzell» wurde ein Tag lang diskutiert, wie dieses Thema in der Praxis umgesetzt werden kann. Oder auch nicht!

**Käse und Alpenbitter**

Appenzeller Käse ist eine der bekanntesten Schweizer Marken. Sie ist mit Werbespots in Fernsehen und Radio sowie mit Plakaten sehr stark präsent. Tradition, Echtheit und Natur: Diese drei Begriffe vermittelt die Werbebotschaft des Appenzeller Käses mit ihren Bildern und dem Slogan «einzigartig würzig». Auf den Bildern sieht man Trachten, Kühe und Alpenlandschaften. «Unsere Werbung beeinflusst das Bild vom Appenzellerland», dessen waren sich Nadine Borter und Marc Schumacher von der zuständigen Werbeagentur Contexta AG aus Bern an der Tagung

bewusst. «Wir versuchen aber, Tradition zeitgemäss auszudrücken.»

Anno 1902 wurde der Appenzeller Alpenbitter erfunden. Bis heute, nach über 100 Jahren, ist sein Rezept genauso geheim wie die sagenumwobene Kräutersalze, die dem Appenzeller Käse seinen typischen Geschmack verleiht. Mit den Wörtern Charakter, Stil und Persönlichkeit beschrieb Willi Felder, Geschäftsführer des Herstellers Emil Ebnetter & Co. AG die Kernbotschaft des Alpenbitters. «Wir verkörpern Appenzell mit allen Attributen von Appenzell», fasste Felder zusammen.

**Gemeinsam sind wir stärker**

Die Appenzellerland Regionalmarketing AG operiert unter dem Titel «Appenzellerland. Natürlich besser!». Sie ist

**Workshop mit Nadine Borter und Marc Schumacher von der Contexta AG, der Werbeagentur des Appenzeller Käses.**

eine kanton- und branchenübergreifende Institution zur Vermarktung regionaler Produkte. Partner sind verschiedene Produzenten von Appenzeller Qualitätsprodukten aus den Bereichen Landwirtschaft, Tourismus, Kunsthandwerk, Musik oder Gastronomie. «Wir nutzen Bekanntheitsgrad und Sympathiebonus der Marke Appen-

zellerland», meinte Beat Kölbener, Verwaltungsratspräsident der Appenzellerland Regionalmarketing AG. Diese beschränkt sich auf das Marketing und verkauft die Produkte ihrer Partnerfirmen nicht selbst. Koordiniert werden die Auftritte, z.B. an Messen, von der Appenzellerland Tourismus AG. Ein Beispiel dafür, was der Tourismus für das lokale Gewerbe tun kann.

**Nur ein Kuh-Image?**

Nicht alle im Appenzellerland sind zufrieden mit dem Image von Kühen und Traditionen. Hightechfirmen aus Appenzell-Ausserrhoden stören sich gar daran. Aber im Tourismus und bei den Genusswaren funktioniert es. «Von der Marke Appenzell mit ihrem Image können die meisten anderen Regionen der Schweiz nur träumen. Es wird hier mit den richtigen Werten Werbung gemacht», sagte eine der anwesenden Tourismusfachfrauen. Beat Kölbener ergänzte: «Viele ansässige Firmen verwenden neu den Namen Appenzell. Seit kurzem gibt es z.B. Appenzeller Bier und Appenzeller Mineral. Warum? Als Marke ist Appenzell erfolgreich!»

**Säntis – der Berg**

Der Säntis macht nicht direkt mit dem Label «Appenzell» Werbung, sondern nennt sich «Säntis – der Berg». Vielleicht liegt es daran, dass auf dem Gipfel drei Kantone zusammentreffen: neben den beiden Appenzell auch noch St. Gallen. «So grenzenlos wie die Rundsicht sind die Möglichkeiten rund um den Säntis und die Schwälgalp», davon ist Bruno Vattioni, Geschäftsführer der Säntis-Schwebebahn AG, überzeugt. «Ein Geheimnis für den Erfolg der Marke Säntis gibt es nicht. Schliesslich geht es auch

bei uns um Qualität. Denn Qualität ist individuell und sehr subjektiv und heisst nichts anderes als das Erfüllen von Erwartungen.»

**Erfolgreicher Event**

Von den Qualitäten des Säntis als Tagungsort konnten sich die Mitglieder des Tourism Club 1706 gleich selbst ein Bild machen. Die sensationelle Aussicht aus dem Fenster trug ebenso zur guten Stimmung bei. Zwei Workshops und eine Podiumsdiskussion am Nachmittag ergänzten die spannenden Referate

**Der Gastgeber: Bruno Vattioni von der Säntis-Schwebebahn AG**

der Firmenvertreter. Selbstverständlich durfte bei einem Ehemaligentreffen die Kontaktpflege unter den Teilnehmenden nicht zu kurz kommen. Ein gemeinsames Abendessen auf der Schwälgalp rundete dafür das Programm ab. Nicht nur mit Appenzeller Käse auf der Speisekarte!

Das Fazit am Schluss war eindeutig. «Der Anlass heute war super!», meinte nicht nur einer der Teilnehmer. Für die Zukunft sind jährlich weitere solche Events geplant.

Nähere Informationen zum Tourism Club 1706 findet man unter [www.academia-engiadina.ch/TourismClub/tourismclub.html](http://www.academia-engiadina.ch/TourismClub/tourismclub.html).



**Podiumsdiskussion mit Marc Schumacher, Nadine Borter (beide Contexta AG), Bruno Vattioni (Säntis-Schwebebahn AG), Max Nadig (Moderation), Beat Kölbener (Appenzellerland Regionalmarketing AG) und Willi Felder (Emil Ebnetter & Co. AG).**

## ASV – Alt Samedner Verein

**Nächste Termine**

Freitag, 4. März 2005, ab 20 Uhr  
Regio-Treff Zürich, Alplibar im Niederdorf, Ankengasse 5

Freitag, 11. März 2005, ab 20 Uhr  
Regio-Treff Samedan, Pöstli-Bar

Samstag, 2. Juli 2005, Jahresversammlung des ASV (GV und Ehemaligenanlass) im Oberengadin. Bitte Termin vormerken, genaue Informationen folgen

**Aufruf**

Noch immer sind wir laufend auf der Suche nach Ehemaligen der Mittelschule Samedan. Also: Adressänderungen oder Adressmeldungen von ehemaligen Kolleginnen und Kollegen, egal, ob Mitglied oder nicht, bitte umgehend an unser Sekretariat melden

**Kontakte**

**Sekretariat:**  
ASV – Alt Samedner Verein  
Academia Engiadina, Bea Schmid  
Quadratscha 18, CH-7503 Samedan  
Telefon 081 851 06 10  
[bea.schmid@academia-engiadina.ch](mailto:bea.schmid@academia-engiadina.ch)

**Präsident:**  
Matthias Forster, Schützenstrasse 34  
CH-8400 Winterthur  
Telefon 079 749 03 74  
[mforster@gmx.ch](mailto:mforster@gmx.ch)

**Informationen:**  
im Internet unter <http://www.academia-engiadina.ch> (Rubrik ASV) und regelmässig in der Academia Zeitung