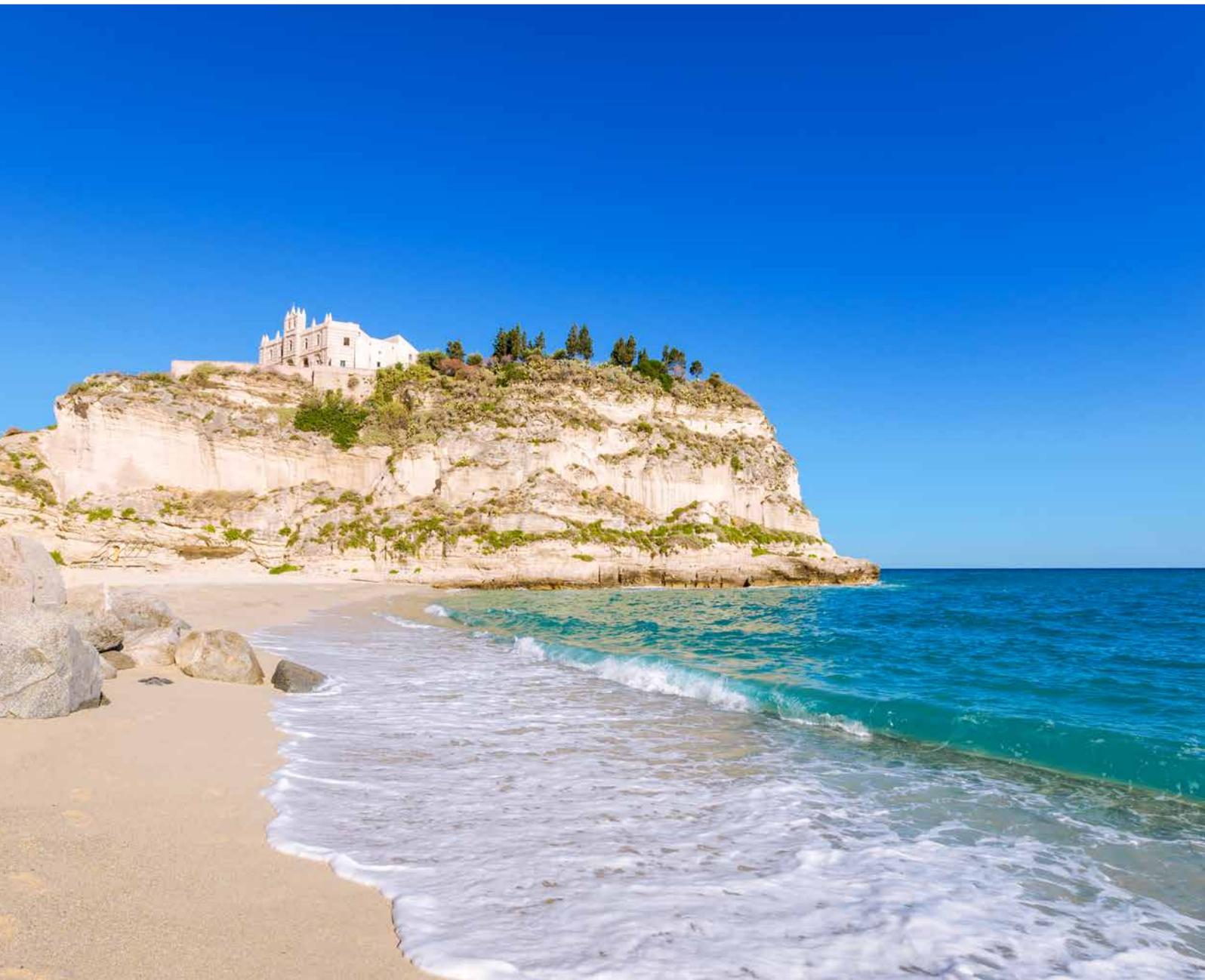


# PAU<sup>S</sup>e

DAS BORDMAGAZIN DER PEOPLE'S AIR GROUP

FEBRUAR/MÄRZ 2020



## REPORTAGE

CLEMENS WALCH –  
VON BROT UND BIER

## BUSINESS CLASS

HIGHTECH FUNKTIONSKLEIDUNG  
AUS VORARLBERG

## PAUSENGESPRÄCH

„ONLINE IST SCHLAGBAR“,  
SAGT WOLFGANG FRICK

VALUES WORTH SHARING

# «Unsere Familie investiert langfristig – seit 1136.»

S.D. Prinz Philipp von und zu Liechtenstein,  
LGT Chairman seit 1990

[lgt.at/values](https://lgt.at/values)



Private  
Banking



” Wenn ich mir im Flugzeug einen Sitznachbarn wünschen könnte, dann wäre das Thomas Gottschalk. Wetten, dass für Gesprächsstoff gesorgt wäre.“  
Wolfgang Frick

Mehr über den Autor und Vorstand der SPAR Handels AG auf Seite 28.

---

## Liebe Freunde der People's Air Group,

mehr als einmal war an dieser Stelle bereits davon die Rede, dass die Luftfahrt eine ebenso faszinierende wie fordernde Branche ist. Gerade in jüngster Zeit zeigen wieder mehrere Beispiele, wie sensibel die Reisebranche geworden ist. Nur mit Weitsicht und dem gebotenen Augenmaß wird es möglich sein, in diesem Umfeld zukunftsfähig zu bleiben.

Auf anspruchsvolle Rahmenbedingungen sensibel zu reagieren, das heißt für uns: Voller Fokus auf das Kerngeschäft, auf Altenrhein, um die gewohnte Qualität langfristig sicherstellen zu können. Von Anfang an war es die Idee von People's, als regionaler Dienstleister ein stabiler Partner für die heimische Wirtschaft und die Menschen am Bodensee zu sein. Dafür besteht ein ungebrochen großer Bedarf und darauf konzentrieren wir uns. Deshalb setzen wir im neuen Jahr auf unser bewährtes Flugangebot nach Wien und auch die stark nachgefragten Ferienflüge ab Altenrhein sind weiter im Programm.

In dieser Nische erfolgreich zu bestehen, das ist fordernd. Und faszinierend zugleich. Weil es uns die Chance gibt, mit Leidenschaft und Engagement jeden normalen Tag für unsere Gäste zu etwas ganz Besonderem zu machen. „Experience the Difference“ ist das Motto, das uns dabei begleitet. Genau darum freuen wir uns auf ein spannendes Jahr 2020 und danken Ihnen herzlich, dass Sie uns Ihr Vertrauen schenken und ein Stück des Weges mit uns gemeinsam gehen.

**Ihr Thomas Krutzler**  
CEO People's Air Group

## INHALT

- 4 Business Class**  
Wie eine zweite Haut: Hightech Funktionskleidung von Skinfit
- 10 Reportage**  
Der Bäcker, der zum Brauer wurde
- 16 Hinter den Kulissen**  
High Life Reisen: ein Reisebüro der Extraklasse
- 20 People's**  
Streckennetz, Kurzmeldungen, Flugplan
- 28 Pausengespräch**  
Dr. Wolfgang Frick über sein neues Buch
- 38 Kampf dem inneren Schweinehund**  
Teil 2 unseres Fitness-Selbsttests
- 42 Wunderliches Wien**  
Thomas Wunderlich trifft den Gastronom Johannes Lingenhel
- 44 Destinationen**  
Gehen Sie in Pula auf Zeitreise

---

Das Bordmagazin: von CONTUR (Ravensburg) und Silberball (Bregenz) für die People's Air Group.

Unser Coverbild zeigt die Küste Kalabriens: Gerade jetzt, da der Frühling unmittelbar bevorsteht, sehnen wir uns mehr den je nach Sonne, Strand und Wärme. Mit People's geht's auch 2020 auf die Sonnenseite ...

# DAS BESTE

skinfit

# AUF DER HAUT

WIE MAN BEI SKINFIT HIGHTECH-FUNKTIONSKLEIDUNG MACHT,  
DIE IHRESGLEICHEN SUCHT

*Text:* Peter Meisterhans



Der Triathlon ist die Königsklasse im Ausdauersport. Nicht nur für ambitionierte Sportler und professionelle Athleten, sondern auch für Sportartikelhersteller, deren Produkte im Wasser, beim Laufen und auf dem Rad funktionieren müssen. In diesem Hightech-Markt hat sich das Vorarlberger Unternehmen Skinfit vor mehr als zwanzig Jahren an die Weltspitze katapultiert. Heute sieht man sich in Koblach als Nischenhersteller für beste Ausdauersportbekleidung – mit Leidenschaft entwickelt und vertrieben „von Sportlern für Sportler“.



◀ CEO Reto Wächler (links) und Firmengründer Werner Battisti verbindet die Liebe zum Sport – und zu kompromissloser Qualität. „Wir kaufen nicht zum günstigsten Preis ein. Wir wollen das beste Produkt herstellen. Ob es die besten Materialien in der Region gibt, oder in Fernost, ist nicht entscheidend.“

## „Ich weiß schon, was die meisten denken“,

sagt Skinfit-Geschäftsführer Reto Wächler zu Beginn unseres Gesprächs. „Triathlon ist nicht ganz normal.“ In der Sportartikelbranche gilt die anspruchsvolle Ausdauersportart, bei der man enorme Distanzen im Wasser, auf dem Rad und zu Fuß zurücklegen muss, als „Champions League“, wie Wächler sagt. Mehr kann Funktionskleidung kaum beansprucht werden, als wenn sich die Sportler in einem Wettbewerb nacheinander diesen sehr unterschiedlichen Disziplinen widmen.

„Wobei wir sagen, der Triathlonsport ist ein gutes Betätigungsfeld für einen hochwertigen Sporttextilanbieter. Hier können wir zeigen, was wir drauf haben.“ Ein Triathlonanzug muss hydrophob (also wasserabweisend), elastisch und aerodynamisch sein, muss die Körpertemperatur optimal regulieren helfen und darf obendrein nicht die Bewegungsfreiheit einschränken. Diese hohen Ansprüche bedient Skinfit zwar nicht als einziger, doch Vorreiter sind die Vorarlberger allemal. Dabei waren die Anfänge ganz bescheiden – los ging es tatsächlich in der Garage des Gründers Werner Battisti, der auch heute noch Eigentümer ist.

### TEXTIL-HIGHTECH AUS DER HEIMISCHEN GARAGE

Battisti war selbst ambitionierter Triathlet und nicht zufrieden mit dem, was die Branche damals an Sportbekleidung zu bieten hatte. Als ausgewiesener Textilfachmann wollte er etwas Besseres anbieten als der Markt hergab. Ein kühnes Unterfangen in einem Umfeld, das schon damals von Großkonzernen dominiert wurde. Doch Battisti ließ sich nicht beirren und machte sich 1997 mit seinen ersten Produkten selbst an den Vertrieb. Mit ganzen drei Unterwäscheartikeln im Sortiment fragte er persönlich bei Vereinen und Profisportlern an.



Alles echt: In seinen Kampagnen setzt Skinfit auf hochwertige Fotografie – aber nicht auf Models, sondern auf „echte“ Sportler und eigene Mitarbeiter. Hier im Vordergrund zu sehen: Britta Berger, bei Skinfit zuständig fürs Marketing.



▲ Die Funktionalität steht bei Skinfit an erster Stelle. Daher auch der Markenname: Was Skinfit herstellt, soll so selbstverständlich passen wie eine zweite Haut.

„Bald darauf hatte Skinfit den besten Triathlon-Anzug der Welt“, erinnert sich Reto Wächler. Der Schweizer war damals noch nicht im Unternehmen. Doch als Profi-Sportler (siehe Seite 9) zählte er zur Zielgruppe und konnte die Qualität, die der damalige Branchenneuling bot, gut beurteilen. „Werner hatte etwas geschaffen, das es in der Form am Markt nicht gab. Triathlonbekleidung von Skinfit war enganliegend, aber gleichzeitig dehnbar und mit extremer Bewegungsfreiheit. Nicht sehr sexy“, räumt der CEO heute ein. „Aber es funktionierte!“

### FORM FOLLOWS FUNCTION

Längst steht der Name Skinfit für alle Arten von Ausdauersport. Das Know-how in der Funktionskleidung lässt sich für ganz unterschiedliche Anforderungen adaptieren – wenn man weiß, was man tut. „Von Sportlern für Sportler mögen sich viele auf die Fahnen schreiben“, so Wächler. „Aber Skinfit hatte damals tatsächlich das weltweit erste, komplett von Triathleten entwickelte Sportbekleidungssystem.“ Diese Herangehensweise hat man bis heute beibehalten. Alle an der Entwicklung beteiligten Mitarbeiter sind aktive Ausdauersportler, wie fast alle im Haus in irgendeiner Form sportbegeistert sind.

Das Ergebnis jahrzehntelanger Forschung und Erprobung ist das Bekleidungskonzept skinfit® Modulario: Jede Schicht Kleidung, die man am Leib trägt, erfüllt ihre spezielle Funktion. Darum auch das eher zurückhaltende Design. Die verschiedenen Teile sollen sich optisch möglichst gut kombinieren lassen. skinfit® Modulario zielt darauf ab, den menschlichen Körper dabei zu unterstützen, seine optimalen 37 Grad zu halten. Das beginnt mit der ersten Schicht Kleidung, der Unterwäsche, unmittelbar auf der Haut. Deshalb sind auch die drei allerersten Produkte heute noch Teil der Kollektion. ►



▲ Längst steht der Name Skinfit für alle Arten von Ausdauersport. Das Know-how in der Funktionskleidung lässt sich für ganz unterschiedliche Anforderungen nutzen. Dazu gehören Fokussportarten wie Trail Running und Wandern oder der Langlauf im Winter.

## „Eine sportliche Lebenseinstellung gehört dazu“

Doch das Konzept stößt an Grenzen, dessen ist man sich bei Skinfit bewusst. „Wir generieren nach wie vor 65 Prozent unseres Umsatzes in Österreich. Mittelfristig sollen unsere Nachbarländer Deutschland und Schweiz aber überproportional wachsen“, so Wäffler, der diesbezüglich vor allem im Internet große Potentiale sieht. „Der Schlüssel zum Erfolg sind aus meiner Sicht mehr Markenkontaktpunkte. Einen Teil der Informationen beschaffen sich unsere Kunden schon heute im Netz.“ Die entscheidende Kaufberatung gibt’s dann weiterhin im Shop vor Ort. Auch dort sind es aktive Sportler, die ihre Kunden aufgrund eigener Erfahrung beraten.

Bei Skinfit ist man also insgesamt moderner geworden, könnte man sagen. Auch der Look der Kollektionen spielt heute eine viel größere Rolle. Via Social Media präsentiert sich das Unternehmen auf der Höhe der Zeit, aber vor allen Dingen nach wie vor authentisch. „Bei uns arbeiten nicht nur Triathleten“, sagt Reto Wäffler mit einem Lächeln. „Aber eine sportliche Lebenseinstellung gehört schon dazu.“ Darum gehen sie bei Skinfit auch regelmäßig gemeinsam laufen. Im Anschluss lässt man den Tag an der Feuerschale ausklingen. Wo man anderswo zwecks Teambuilding womöglich zum Klettern in den Hochseilgarten darf, ist man bei Skinfit also eh schon gemeinsam unterwegs.

# NULL KOMPROMISSE

Werner Battisti hat sich inzwischen aus dem operativen Geschäft zurückgezogen. Doch er leitet nach wie vor die Produktentwicklung. Und legt Wert auf höchste Qualität und Funktion. „Da macht Werner null Kompromisse“, so Wäffler. „Wenn er nicht überzeugt ist, dass das Produkt perfekt ist, dann dauert es eben noch mal zwei Jahre!“ Für den Geschäftsführer mitunter eine Geduldssprobe: „In meiner Position hat man eben viele Faktoren im Blick. Irgendwann sollte das Produkt halt auch mal auf den Markt kommen.“

Wäffler reagiert besonnen, aber zielstrebig auf sich verändernde Märkte. Ein weiterer, zentraler Erfolgsgarant war neben der Produktqualität lange der direkte Vertrieb. Auch hier standen anfangs persönliche Kontakte, die direkte Ansprache, im Vordergrund. Werner Battisti wollte im Vertrieb aktive Sportler als Partner gewinnen, die die Produkte aufgrund eigener Erfahrung anbieten und erklären können. Der leidenschaftliche Einsatz der vertrauensvollen Vertriebspartner hat über Jahrzehnte ein solides Wachstum ermöglicht.



### TRIATHLON – NICHT GANZ NORMAL

„Das unmittelbar aufeinanderfolgende Absolvieren der drei Ausdauersportarten Schwimmen, Laufen und Radfahren gilt als besondere sportliche Herausforderung“ – so nüchtern wie die deutsche Wikipedia, kann man Triathlon zwar auch beschreiben. Der Faszination vom Sport an der Leistungsgrenze wird das aber wenig gerecht. Bekannt ist, aufgrund der medialen Berichterstattung zum „Ironman“ auf Hawaii, vor allem die Langdistanz bei der 3,86 Kilometer zu schwimmen und 180,2 Kilometer auf dem Rad zurückzulegen sind, ehe man einen kompletten Marathon läuft. Die aktuelle Weltbestzeit hält seit 2016 der Deutsche Jan Frodeno. Bei der renommierten Triathlon-Challenge im bayrischen Roth war er nach 7 Stunden, 35 Minuten und 39 Sekunden im Ziel.



## Reto Wächler – der Skinfit CEO persönlich

Von Sportlern für Sportler – den so einfachen wie eindeutigen Claim von Skinfit verkörpert CEO Reto Wächler perfekt. Schließlich kam er als aktiver Triathlet und Mitglied der Schweizer Nationalmannschaft erstmals mit dem Unternehmen in Kontakt.

### **Reto, Du bist als aktiver Triathlet mit Skinfit buchstäblich „in Berührung gekommen“. Wie bist Du auf die damals noch wenig bekannte Marke gestoßen?**

Ich war in der Schweizer Nationalmannschaft. Da redet man natürlich untereinander: Wer macht den schnellsten Anzug? Das war damals eben Skinfit. Also musste ich natürlich auch einen haben! Nach ein paar Jahren war Skinfit dann mein Sponsor.

**Und danach?** In den USA konnte ich Studium und Leistungssport gut miteinander verbinden. Irgendwann wurde das Berufliche aber wichtiger. Und genau da kam Werner Battisti auf mich zu, weil der Posten des Vertriebsleiters bei Skinfit gerade frei wurde. Es hat also einfach gepasst.

**Bis zum CEO ging es dann recht schnell.** Wir sind zu der Zeit sehr stark gewachsen. Ich bin jetzt seit zehn Jahren dabei. Damals waren wir 20 Leute. In der Phase ist Werner klar geworden, dass seine Leidenschaft die Produkte sind und bleiben. Als das Business größer wurde, hat er mir die Geschäftsleitung angeboten. Mit 33 Jahren fand ich das ziemlich cool, CEO zu sein!

**Und heute?** Heute würde ich sagen, wir sind nicht mehr der kleine Familienbetrieb. Wenn mich die Leute fragen, was meine Rolle bisher war, dann sage ich immer: Der Übergang vom eigentümergeführten Familienbetrieb zum soliden, mittelständischen Unternehmen.

**Eine echte Erfolgsstory! Gibt es auch Nachteile?** Am schwierigsten finde ich, dass ich als Geschäftsführer bei aller Begeisterung fürs Produkt auch Nein sagen muss. Und dass ich zu wenig Zeit zum Sport machen habe, das passt mir mit meinem Bewegungsdrang überhaupt nicht. [lacht] Aber das hat nicht nur mit der Arbeit zu tun, sondern auch mit unseren zwei kleinen Kindern.

---

RETO WÄFFLER WUCHS IN SCHAFFHAUSEN AUF, EHE IHN DER TRIATHLONSPO RT NACH KALIFORNIEN FÜHRTE. DORT LER NTE ER AUCH SEINE HEUTIGE FRAU KENNEN, DIE ER SCHLIESSLICH VON SAN FRANCISCO NACH HOHENEMS HOLTE, WO ER 2009 BEI SKINFIT EINSTIEG. „WIR HABEN UNS BEIM SCHWIMMTRAINING FRÜHMORGENS UM SECHS KENNENGELEHRT. DA HAT MAN VON ANFANG AN WENIG GEHEIMNISSE VOREINANDER.“



## SKINFIT AUF DEN PUNKT GEBRACHT

### PHILOSOPHIE

Wir möchten Sportlern ein emotionales Zuhause bieten. Wir sind authentisch, wenn wir „von Sportlern für Sportler“ sagen – und kompromisslos, wenn es um die Qualität unserer Produkte geht.

### MISSION STATEMENT

Was treibt uns an? Was stiften wir für einen Nutzen für die Gesellschaft, der über den unserer Produkte hinausgeht? Wir wollen Leute zur Bewegung ermuntern, dafür sorgen, dass sie währenddessen Spaß und ein erfüllendes Gefühl haben. Wenn wir unseren Job richtig gut machen, dann spürt man unsere Kleidung gar nicht.

### ERFOLGSGEHEIMNIS

Der eigene Weg: Unser Bekleidungssystem skinfit® Modulario ist für diverse Sportarten bestens geeignet. Die Produkte lassen sich untereinander kombinieren und so ganzjährig einsetzen. Unsere Kleidung soll Schutz bieten und helfen, die optimale Körpertemperatur von 37 Grad zu regulieren.

### SKINFIT IN ZAHLEN

Gründung: 1997

Mitarbeiter: 66

Umsatz 2019: 19 Millionen

Vertriebssystem: Vertretungen in

11 Ländern, 43 Shops, Sales Points

und Showrooms



# Von Brot und Bier

---

*Text: Philipp J. Schmidt Fotos: Lisa Dünser*

**„Ich bin ein sturer Walser“, sagt Clemens Walch über sich selbst. Wenn man ihn kennenlernt, ist davon aber nichts zu spüren. Er wirkt vielmehr quirlig, zugänglich, warmherzig – und vor allem eines: bodenständig. Was er selbst „stur“ nennt, ist vielleicht mehr uneitle Beharrlichkeit; denn Dinge, die er sich in den Kopf gesetzt hat, die will er Realität werden lassen, „auch, wenn es etwas länger dauert und Kraft kostet“, wie er sagt. Vor zwei Jahren hat er so eine Idee: Er will sein eigenes Bier brauen. Gesagt, getan: Im Dezember 2018 werden die ersten 500 Liter seines „Omes“ im Hotel Gotthardt abgefüllt...**

„Was haben Brot und Bier gemeinsam?“, fragt uns Clemens Walch, als wir an seinem großen und schweren Eichentisch im Raum neben seiner Brauerei Platz genommen haben. Es ist eine rhetorische Frage, die er alsbald selbst beantwortet: „Die Zutaten – Getreide, Wasser, Hefe oder Sauerteig. Die einzige Sache, die zum Bier fehlt, ist der Hopfen. Ihr seht, dass der Weg vom Bäcker zum Brauer gar nicht so weit ist, wie ihr vielleicht denkt“, erzählt er mit einem gewissen Schalk in der Stimme und dem für ihn so typischen Lächeln im Gesicht.

◀ Ein echter Lecher: Clemens Walch in seinem Braukeller.



▲ Früher war die Backstube sein Refugium, heute ist das Brauen seine Leidenschaft.

### LEIDENSCHAFT FÜR DAS BESONDERE

Im Untergeschoss des Hotels Gotthard, direkt neben der Backstube, riecht es köstlich nach frischem Brot, das in den leise summenden Öfen nebenan gebacken wird. Fast 30 Jahre hat Clemens Walch von hier unten aus die Lecherinnen und Lecher sowie Gäste mit Backwaren versorgt, seit er 1990 die damals kleine Backstube von seinem Vater übernahm. In diesen drei Jahrzehnten hat er mit Gewürzen, Kräutern und Teigmischungen experimentiert und dabei so manches neue Produkt kreiert. „Aber immer ohne Zusatzstoffe oder fertige Backmischungen – das entspricht einfach nicht meiner Philosophie von echtem Genuss.“

### TRADITION UND ZUKUNFT

Als Bäcker und Hotelier ist er in seinem Element. 2019 feierte er seinen 60. Geburtstag. „Noch bin ich gesundheitlich bestens drauf, hätte die Backstube also noch 15 Jahre fortführen können. Aber was wäre danach gekommen? Lech ohne eigenen Bäcker wollte ich mir nicht vorstellen“, erzählt Clemens Walch von seinen Beweggründen, schon früh eine Nachfolgeregelung finden zu wollen. Zum Glück hat sein Neffe Martin Walch auch das Bäcker- und Konditorhandwerk gelernt. Clemens Walch bietet ihm seine Backstube an; der freut sich und nimmt gerne an. „So bleibt die Backstube in der Familie – und Brot, Brötchen und Kuchen in Lech!“, freut sich der Walser.

### IM UNRUHESTAND

Die Nachfolge war geregelt. Aber Clemens Walch jetzt schon als Ruheständler? Für ihn – und wohl auch für alle, die ihn kennen – unvorstellbar. Also sucht er nach einer neuen Aufgabe. Etwas, dem er sich mit ganzer Leidenschaft, mit ganzem Herzblut widmen kann. Denn was er anfängt, das bringt er zu Ende. Und so ist es tatsächlich die Gemeinsamkeit von Bier und Brot, die ihn auf die Idee bringt: Ich will in Zukunft eigenes Lecher Bier brauen! ▶



▲ Aufwendige Handarbeit, hochwertige Zutaten und ganz viel Liebe zum Detail: Das sind die Zutaten für das Omes aus Lech.

„Nach einem anderen Bier hat noch niemand gefragt. Wer das Bier nicht mag, trinkt halt einen Wein.“

CLEMENS WALCH



---

#### Vom Berg zum Namen

Wie ist Clemens Walch eigentlich auf den Markennamen „Omes“ gekommen? „Der Omes ist unser Hausberg, aus seinen Quellen speist sich das weiche Brauwasser. Vom Hotel Gotthard aus schaut man direkt auf diesen stolzen, 2.557 Meter hohen Berg. Da war mir klar: So muss es heißen!“ Na dann, zum Wohl!

---

#### QUALITÄT UND HANDARBEIT

Doch zwischen der Entscheidung und dem ersten Omes-Bier aus eigener Herstellung liegen zehn Monate. Denn so ein ungewöhnliches Hobby will gut geplant sein. Clemens Walch schaut sich über Wochen kleine Brauereien an, spricht mit Experten, holt sich Angebote ein. Im Mai 2018 gibt er seine Brauereianlage in Auftrag; ein halbes Jahr arbeitet ein kleiner Familienbetrieb aus Ravensburg an der Fertigstellung. Alles in aufwändiger Handarbeit. Im Oktober kann die Anlage eingebaut werden, im Dezember wird das erste Bier gebraut. „Das Ergebnis war, wider Erwarten schon beim ersten Mal, richtig gut. Ich hatte mit mehreren Testläufen gerechnet, bis man das Bier trinken könnte.“

Seit diesem Dezembertag hat Clemens Walch knapp 16.000 Liter Bier, Weizen und Pale Ale hergestellt. Fast jede Woche, meistens samstags in der Frühe, legt er seine lederne Brauschürze um und macht sich auf den Weg in seinen Braukeller. Die großen kupfernen Kessel schmeicheln dem Auge des Betrachters; obwohl die handgemachte Anlage noch nagelneu ist, versprüht sie bereits einen wohligen nostalgischen Esprit. Fast so, als hätten hier schon Walchs Vorfahren in längst vergangenen Zeiten gebraut.

## ZUTATEN: NUR DAS BESTE

Aus gemalztem (geröstetem) Biogetreide, weichem Lecher Quellwasser, Hopfen aus Tettngang und Hefe entsteht Bier, Weizen oder Pale Ale. 500 bis 1.000 Liter sind es pro Braugang. Wichtig ist Clemens Walch, dass das Bier viel Zeit zum Reifen hat: Mindestens vier Wochen lang ruht es in großen Lagerkübeln. Die Enzyme machen ihre Arbeit, aus Zucker entsteht Alkohol und mit jedem Tag reift auch der Geschmack. „Gut Ding braucht Weile! So ist es beim guten Brot, so ist es bei gutem Bier!“

Wenn das Bier nach wochenlanger Ruhe seinen geschmacklichen Zenit erreicht hat, wird es in Handarbeit abgefüllt: In Fässer, für die Wirtschaft, und in Flaschen für den Verkauf. „Schon so mancher Gast hat ein paar Kisten mit nach Haus‘ genommen“, freut sich Clemens Walch. „Und es schmeckt nach einer Abfahrt genauso gut wie nach einem anstrengenden Wandertag durch unsere schönen Lecher Berge!“

„Gut Ding braucht Weile! So ist es beim guten Brot, so ist es bei gutem Bier!“

CLEMENS WALCH

## ALLES AUF EINE KARTE SETZEN

20.000 Liter will der Sechzigjährige im Jahr brauen. Tendenz weiter steigend. Am besten schmeckt den Lechern und Gästen bisher sein Arlbeer, „davon brauche ich doppelt so viel wie vom Weizen und Pale Ale. In seinem Hotel gibt es seit Januar 2019 ausschließlich das Omes Gebräu. „Ich habe ja als Bäcker auch kein Brot von einem anderen in meiner Auslage liegen“, sagt er überzeugt. Da ist er wieder, der „sture“ Walser. „Aber nach einem anderen Bier hat auch noch niemand gefragt. Wer das Bier nicht mag, trinkt halt einen Wein“, sagt er lächelnd und doch selbstsicher.



# BoConcept® Dornbirn

Skandinavische Designmöbel &  
Wohnaccessoires



## Individuelle Beratung für Privat und B2B

Ob Sie Ihr Zuhause oder Ihr Büro neu einrichten – es ist immer eine große Herausforderung. Wir helfen Ihnen gerne und unterstützen Sie mit 3D-Plänen.

- ☑ 500 m<sup>2</sup> Showroom
- ☑ Einrichtungsberatung im Store oder bei Ihnen
- ☑ Kostenlos parken in unserer Tiefgarage



A-6850 Dornbirn  
Klostergasse 8  
+43 5572 372661  
dornbirn@boconcept.at

Montag bis Freitag von 9:30 bis 18:00 Uhr  
Samstag von 9:30 bis 16:00 Uhr

[www.boconcept.at](http://www.boconcept.at)



# BORDFUNK

AM MIKROFON: WOLFGANG FRICK



Mehr über den Autor und Vorstand der SPAR Handels AG finden Sie auf Seite 28.



## HEIMWEH ODER FERNWEH?

Zu Hause eher Fernweh, aber in der Ferne angekommen, zieht es mich wieder nach Hause. Dort ist es am schönsten.

## MIT PEOPLE'S WÜRDE ICH AM LIEBSTEN MAL FLIEGEN NACH ...?

Sardinien - an die Costa Smeralda, wenn es eine People's Destination sein soll.  
Mauritius - indischer Ozean und türkisblaues Wasser, wenn es eine beliebige Destination sein soll.

## MEIN HERZ HAB ICH VERLOREN AN ...?

Amsterdam - eine Stadt mit Vielfalt, Charme und 1001 Möglichkeiten. Natürlich auch seit über 50 Jahren an meine Heimatgemeinde Frastanz.

## DAS GIBT ES NUR IN WIEN?

Café Hawelka - Treffpunkt für Jedermann mit authentischem Flair und viel Charme.



**Euro 6d-TEMP**

✓ **SERIENMÄSSIG**

Gilt für alle Neuwagenbestellungen ab  
Modelljahr 2019 (Produktion seit Mai 2018).



## **FÜR ANDERE EINE HERAUSFORDERUNG, BEI UNS SCHON SERIE.**

**VOLVO IST DER ERSTE HERSTELLER  
MIT EURO 6D-TEMP SERIENMÄSSIG.**

Als erster Hersteller erfüllen wir schon heute  
für alle Modelle die zukünftig gültige Norm.

Damit Sie beim Neuwagenkauf ruhigen  
Gewissens in die Zukunft blicken können.

MEHR AUF [VOLVOCARS.AT/EURO-6D-TEMP](http://VOLVOCARS.AT/EURO-6D-TEMP)

**INNOVATION MADE BY SWEDEN.**

AUTOHAUS  
**niederhofer**

Achpark, Dammstraße 4  
6923 Lauterach  
05574 72223

Königshofstraße 25  
68000 Feldkirch  
05522 90960

[www.volvocars.at/niederhofer](http://www.volvocars.at/niederhofer)

HINTER DEN KULISSEN  
BEI DEN PARTNERN DER PEOPLE'S AIR GROUP

# High Life Reisen – vom heimischen Kinderzimmer in die ganze Welt

*Text: Denise Kleis Fotos: Lisa Dünser*



▲ Mit Herzblut und Leidenschaft wird einmal jährlich das hauseigene Reiseprospekt erstellt. Das Titelblatt wird zum Schluss entschieden – alles soll perfekt sein.

**Seit 25 Jahren ist das Familienunternehmen High Life Reisen erfolgreich und kann auf ein breites Netzwerk und einen treuen Kundenstamm blicken. Kein Wunder: Wer bei High Life Reisen seine Ferien bucht, bekommt ein „Rundum-Sorglos-Service-Wohlfühl-Paket“, denn der Urlaub startet bereits bei der Buchung.**



▲ „Nach der Reise ist vor der Reise.“ Michael Nachbaur hat seine Leidenschaft zum Beruf gemacht.

Michael Nachbaur liebt das Reisen, seit er denken kann. Kaum ist der eine Urlaub zu Ende, ist der Gründer und Geschäftsführer von High Life Reisen gedanklich bereits bei der Planung seiner nächsten Reise. Seine Lieblingsdestination ist Sardinien. Auf dieser Insel war er schon über 80 Mal, denn dort fühlt er sich zuhause, hat viele Freunde und Kontakte. Im Winter fasziniert ihn und seine Familie der Oman – im Norden des Landes gibt es keinen Glitzer und Glamour. Dort trifft man auf authentische Atmosphäre und gastfreundliche Menschen, umgeben von einer tollen Landschaft, perfektem Klima und orientalischen Gerüchen.

#### WIE ALLES BEGANN

Genaugenommen gründete Michael Nachbaur High Life Reisen 1995 noch in seinem Kinderzimmer. Zu dieser Zeit hatte er gerade sein Abitur gemacht. „Die Flugverbindung von Altenrhein nach Wien bestand bereits damals“, erinnert sich der heute 43-Jährige. Nachbaur startete im Reservierungsbüro der regionalen Fluglinie. Dort entdeckte er das Potential für Pauschalreisen nach Wien, machte sich selbständig und baute mit exzellenten persönlichen Kontakten zu Wien-Tourismus und zu den beliebtesten Wiener Hotels ein attraktives Angebot auf.

#### FAMILIE VON DER ERSTEN STUNDE AN DABEI

Von Anfang an erhielt der Unternehmer Unterstützung von seiner Familie. Vater Erich brachte dank seiner privaten Gruppenreisen einen wichtigen potentiellen Kundenstock mit ein – und damit eine Basis, auf der man aufbauen konnte. Schwester Nadja stieg ebenfalls von Beginn an ins Familienunternehmen ein, Mutter Lotte übernahm wichtige Backoffice- und Verkaufstätigkeiten. Neben der Destination Wien kam noch im selben Jahr Sardinien hinzu. Nachbaur erstellte damals ein vierseitiges Prospekt mit zwei ausgewählten Hotels. Mittlerweile ist der Katalog mehr als 100 Seiten stark und präsentiert über 100 Hotels auf der ganzen Insel. ►



▲ 1995 entstand das Reisebüro High Life Reisen im Kinderzimmer von Michael Nachbaur. Heute führt er 23 Mitarbeiter an zwei Standorten.

#### MIT HIGH LIFE REISEN IN DEN URLAUB

Es kümmern sich insgesamt rund 23 Mitarbeiter um die Kunden und ihre Reise-wünsche. In der Hauptreisezeit von Mai bis Oktober bietet High Life Reisen pro Woche fünf exklusive Charterflüge mit People's zu den schönsten Stränden des Mittelmeers.



◀ Nadja Nachbaur ist seit der ersten Stunde mit dabei. Vom Vorhaben ihres Bruders Michael war sie von Anfang an überzeugt. 25 Jahre später sind die beiden immer noch ein Dreamteam!

### FERIEN VON ANFANG AN

Passend zur zeitsparenden und exklusiven Anreise ab Altenrhein sind auch die „handverlesenen“ Hotels. Nachbaur garantiert, dass alle Betriebe, die in den eigenen Katalogen vorgestellt werden, vorher von ihm persönlich für seine Kunden getestet wurden. Auch die Reisespezialisten in seinem Team kennen die Hotels persönlich. „Unsere Kunden haben die Gewissheit, dass wir mit viel Leidenschaft und Herzblut dafür sorgen, dass sie glücklich sind. Wir sind kein Konzern – sondern ein gesundes, regionales Reiseunternehmen, das für seine Kunden vor, während und nach ihrem Urlaub zur Verfügung steht.“

### PARTNERSCHAFT AUF AUGENHÖHE

Alles in allem hat High Life Reisen mehr als 200 Hotels im Angebot. Denn mit den Jahren kamen regelmäßig neue Destinationen hinzu: „Mit People’s haben wir das Glück, auf Augenhöhe arbeiten zu können. Das macht vieles einfach und unkompliziert.“, schwärmt Nachbaur. „Wir leben diese regionale Partnerschaft, stellen beide stets unsere Kunden in den Mittelpunkt und legen Wert auf eine ausgezeichnete Qualität unserer Angebote – das passt perfekt zusammen.“

### BETRIEBSAUSFLUG MAL ANDERS

Nachbaur lebt eine ganz besondere Mitarbeiterführung. Es liegt ihm am Herzen, dass seine Mitarbeiter Erfahrungswerte zu bestimmten Ländern haben und verinnerlichen, was sie tagtäglich ihren Kunden anbieten. „Meine Mitarbeiter sollen authentisch sein und wissen, wovon sie sprechen – sie sollen selbst vom Reisefieber gepackt werden und das auch vermitteln“, erklärt er.

Als besondere Motivation stand Ende September letzten Jahres ein Überraschungsausflug auf dem Programm. Keiner wusste, wo es hingehen

### DIGITALISIERUNG IN DER REISEBRANCHE: „KEINE ANGST VOR ONLINE, DENN WIR SIND ONLINE!“

Die Digitalisierung hat auch den Tourismus erfasst. Dadurch hat sich der Markt dynamisch entwickelt: Gab es vor zehn Jahren noch feste Preise auf Hotels und Flüge, so schwanken diese heute entsprechend der Nachfrage. „Diese Entwicklungen haben wir sehr ernst genommen und einiges in entsprechende Technologien investiert“, sagt Michael Nachbaur. „Wir haben keine Angst vor Online, denn wir sind online!“ Eine Investition, die sich gelohnt hat, denn die Online-Buchungen sind in den vergangenen Jahren gestiegen. Die Hälfte seiner Kunden, schätzt Nachbaur, hat zudem bereits im Vorfeld im Internet recherchiert, ehe sie ins Reisebüro kommen.

Das eigene Prospekt war zu Beginn gerade mal vier Seiten stark. Heute hat High Life Reisen allein in Sardinien über 100 Hotels im Angebot. ▶



# „We’re going to Ibiza!“

sollte. Angekommen am Flughafen Zürich gab es einen Hinweis kurz vorm Check-in: den Song „We’re going to Ibiza!“ Drei Stunden später waren alle auf den Balearen! Es wurde gemeinsam gefeiert, getanzt, gegessen und einen Ausflug zur paradiesischen Insel Formentera gab es obendrein. „Das war für alle ein wunderbares Erlebnis und wir reden heute noch fast täglich davon.“

## AUF DER ÜBERHOLSPUR

Und das Geheimnis des Erfolges von High Life Reisen? „Wichtig ist, am Puls der Zeit zu bleiben und Trends zu erkennen. Ich habe mein Hobby zum Beruf gemacht und auch vor der Digitalisierung keinen Halt gemacht“, erklärt der Geschäftsführer. „Ein gutes, großes Netzwerk zu Hotels und Fluglinien ist wertvoll und schafft Synergien, die in unserer Branche ausschlaggebend sind für den Erfolg. Gemeinsam können wir viel vorwärtsbringen. Die Zufriedenheit unserer Kunden ist unsere oberste Devise.“

## ZAHL DES MONATS

---

Jährlich werden bei High Life Reisen insgesamt

# 13.000

Reisen gebucht.

---

Ca. **10.000** Personen buchen Flüge ab Altenheim.

---

**4.000** Passagiere buchen jährlich bei High Life Reisen ein Pauschalpackage nach Wien.



# PEOPLE'S 1 AIRLINE 11 DESTINATIONEN

Einfach mal raus und ab in den Süden?  
Ein Städtetrip oder lieber Sonne und Strand?  
Mit People's geht's auch 2020 auf die  
Sonnenseite. Schenken Sie sich Erholung  
und genießen Sie Ihre freie Zeit.  
Nur schnell Koffer packen, ab zum Flughafen  
St. Gallen-Altenrhein und bequem zu Ihrer  
Wunschdestination reisen.

St.Gallen-Altenrhein

## MENORCA

Auf der Schwesterninsel von Mallorca finden Sie Ruhe. Erleben Sie die unberührte Natur, menschenleere Küstenstreifen, wunderschöne Fischerhäfen und malerische Landschaften.

## MALLORCA

Die Baleareninsel ist für ein langes Wochenende perfekt geeignet: Nach nur zwei Stunden Flugzeit sind Sie an den schönen Stränden mit ihren verwinkelten Buchten. Die Landschaft könnte unterschiedlicher nicht sein.

## IBIZA

Herrliche Strände mit coolen Beachbars, feinen, langen Sandstränden und weltbekannte Clubs – das finden Sie auf der Partyinsel. Wenn Sie Ruhe brauchen, dann kommen Sie hier auch auf Ihre Kosten.

## OLBIA

Die wunderschöne Küstenstadt ist ein guter Startpunkt, um Sardinien zu erkunden. Olbia hat einen ganz besonderen Charme, denn die kleinen, verwinkelten Gassen mit bunt beleuchtenden Häuschen laden zum Schlendern und Träumen ein. Die Insel hat darüber hinaus viele hübsche Buchten, die Sie beim Baden erkunden sollten.

## CAGLIARI

Die bezaubernde Hauptstadt von Sardinien befindet sich auf einer Hügelspitze, von der aus Sie den gesamten Golf von Cagliari betrachten können. Die Stadt mit ihrem italienischen Charme hat kulturell jede Menge zu bieten. Sie können sich sportlich richtig verausgaben oder an den traumhaften Stränden faulenzeln.

Menorca  
Mallorca  
Ibiza

## WIEN

Sissi, Sachertorte, Schloss Schönbrunn, Mozart und Naschmarkt – die österreichische Hauptstadt bietet ein buntes Angebot und zahlreiche Freizeitaktivitäten. Die Reise in eine der meistbesuchten Städte Europas lohnt sich immer.

## PULA

Die größte und älteste Stadt Istriens war einst einer der wichtigsten Hafenstädte Kroatiens. Sie bietet Ihnen eine interessante Kombination aus Kultur und Badespaß: Filmfestspiele, Ausstellungen, Kunst und Musik sowie schöne Kiesel- und Feinkieselstrände mit hübschen Badebuchten lassen keine Wünsche offen.

## LEFKAS & EPIRUS

Auf der griechischen Insel Lefkas finden Sie die schönsten Strände Griechenlands mit karibischem Flair – tanken Sie Sonne und nutzen Sie das azurblaue Meer satt. Machen Sie eine perfekte Kombination aus Aktiv- und Badeurlaub, denn Epirus mit seinen Bergen, Schluchten, Flüssen, Meer und wilder Landschaft ist prädestiniert dafür.

## KEFALONIA

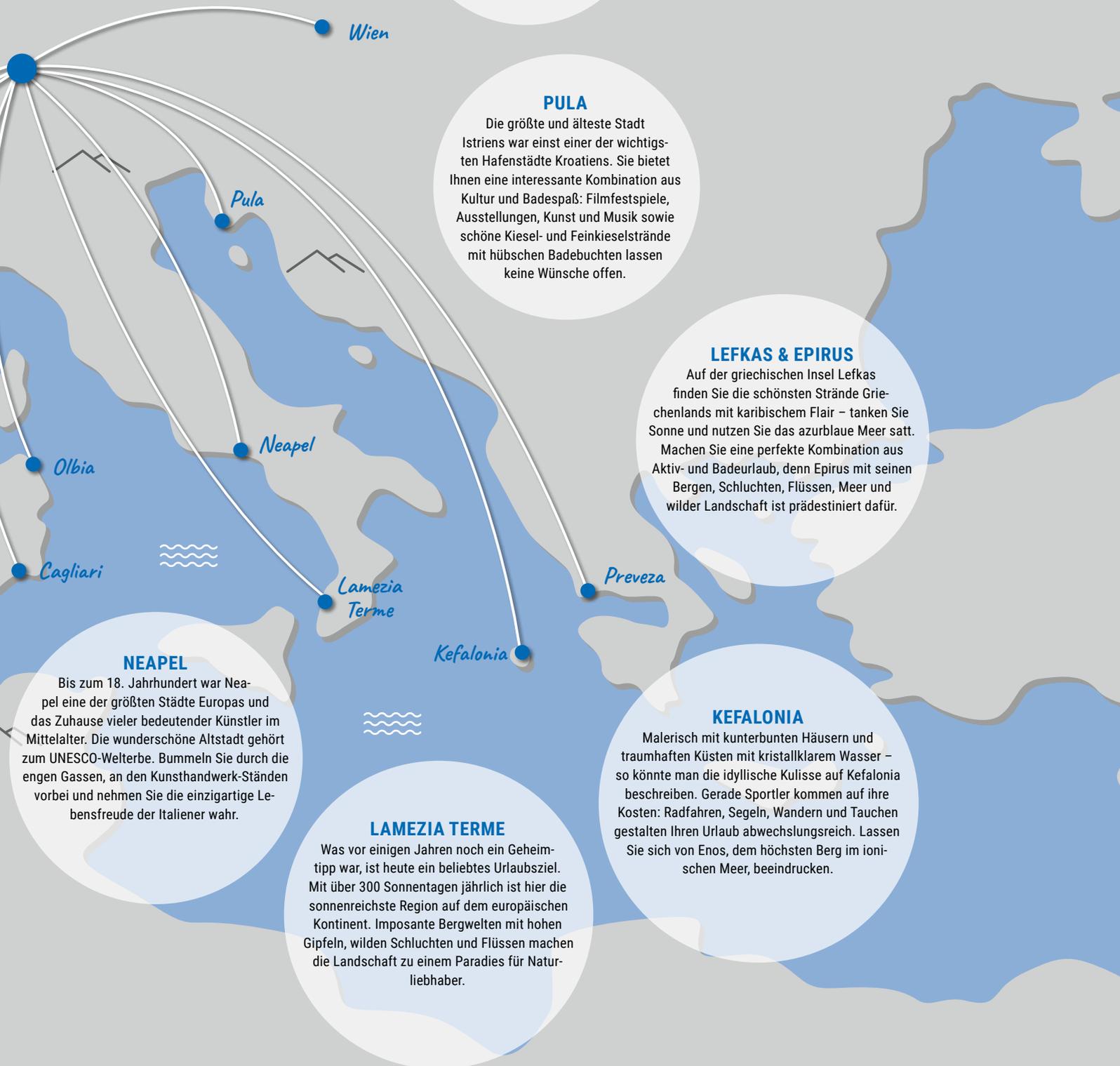
Malerisch mit kunterbunten Häusern und traumhaften Küsten mit kristallklarem Wasser – so könnte man die idyllische Kulisse auf Kefalonia beschreiben. Gerade Sportler kommen auf ihre Kosten: Radfahren, Segeln, Wandern und Tauchen gestalten Ihren Urlaub abwechslungsreich. Lassen Sie sich von Enos, dem höchsten Berg im ionischen Meer, beeindrucken.

## LAMEZIA TERME

Was vor einigen Jahren noch ein Geheimtipp war, ist heute ein beliebtes Urlaubsziel. Mit über 300 Sonnentagen jährlich ist hier die sonnenreichste Region auf dem europäischen Kontinent. Imposante Bergwelten mit hohen Gipfeln, wilden Schluchten und Flüssen machen die Landschaft zu einem Paradies für Naturliebhaber.

## NEAPEL

Bis zum 18. Jahrhundert war Neapel eine der größten Städte Europas und das Zuhause vieler bedeutender Künstler im Mittelalter. Die wunderschöne Altstadt gehört zum UNESCO-Welterbe. Bummeln Sie durch die engen Gassen, an den Kunsthandwerk-Ständen vorbei und nehmen Sie die einzigartige Lebensfreude der Italiener wahr.



# PEOPLE'S NEWS

## PEOPLE'S REISEZIELE 2020

Mit People's fliegen Sie schnell und komfortabel ab St. Gallen-Altenrhein zu den schönsten Ferienparadiesen Europas. Einmal kurz Sonne tanken? Dann buchen Sie jetzt eines der attraktiven Nur-Flug-Angebote von People's! Verlockende Rundum-Pakete finden Sie bei den **Reiseveranstaltern High Life Reisen und Rhomberg Reisen**.



### Mallorca

Abflugtag: Montag  
Reisezeitraum: April bis Oktober  
Preis: ab EUR 199.- pro Strecke



### Pula/Istrien (Kroatien)

Abflugtag: Samstag  
Reisezeitraum: Mai bis Oktober  
Preis: ab EUR 199.- pro Strecke



### Sardinien

Abflugtag: Samstag  
Reisezeitraum: Mai bis Oktober  
Preis: ab EUR 149.- pro Strecke\*



### Menorca

Abflugtag: Mittwoch & Sonntag  
Reisezeitraum: Mai bis Oktober  
Preis: ab EUR 229.- pro Strecke



### Kalabrien

Abflugtag: Dienstag  
Reisezeitraum: Mai bis Oktober  
Preis: ab EUR 259.- pro Strecke



### Kefalonia

Abflugtag: Freitag  
Reisezeitraum: Mai bis Oktober  
Preis: ab EUR 279.- pro Strecke



### Preveza

Abflugtag: Donnerstag  
Reisezeitraum: Mai bis Oktober  
Preis: ab EUR 259.- pro Strecke



### Wien

Ob Sommer oder Winter – eine Reise nach Wien lohnt sich immer. Flugtickets bereits ab EUR 119.- pro Strecke.

### People's Newsletter

Blieben Sie mit dem People's Newsletter up to date: Auf [peoples.ch/newsletter](https://peoples.ch/newsletter) anmelden und keine News oder Aktionen verpassen.

Konditionen: Preise gültig pro Person inkl. Steuern und Gebühren bei Buchung auf [peoples.ch](https://peoples.ch). Verfügbarkeit und Änderungen vorbehalten. Alle Informationen auf [peoples.ch/destinationen](https://peoples.ch/destinationen).

\* Nur-Flug Angebote nur an ausgewählten Daten

 Share your experience with #peoplesairline



## WINTERFLUGPLAN WIEN

27. OKTOBER 2019 BIS 28. MÄRZ 2020

### ALTENRHEIN-WIEN (VIE)

Wochentag	Flug Nr.	Abflug	Ankunft
Mo-Do	PE100	06:30	07:30
Mo-Fr	PE102	09:50	10:50
Fr	PE104	14:45	15:45
Mo-Fr	PE106	18:10	19:10
Sa	PE110	08:55	09:55
So	PE122	14:10	15:10
So	PE124	17:20	18:20

### WIEN-ALTENRHEIN (ACH)

Wochentag	Flug Nr.	Abflug	Ankunft
Mo-Do	PE101	08:10	09:10
Fr	PE103	13:15	14:15
Mo-Fr	PE105	16:25	17:25
Mo-Fr	PE107	19:55	20:55
So	PE121	12:30	13:30
So	PE123	15:50	16:50
So	PE125	19:00	20:00

Den aktuellen Flugplan finden Sie auf [www.peoples.ch/wien](http://www.peoples.ch/wien)  
Flugplanänderungen bleiben vorbehalten.

CityAirportTrain.com

# Alles auf Schiene.

DIE SCHNELLSTE VERBINDUNG ZWISCHEN ZENTRUM  
UND FLUGHAFEN.

Gepäck einchecken, Boarding Pass holen, mit dem CAT in 16 Minuten  
zum Flughafen und dort nur mehr zum Gate gehen. Schneller und  
sorgloser geht's nicht.



16 MINUTEN

NON-STOP



Airport



City Check-In



CITY AIRPORT TRAIN



# Nachhaltig erwartet:

Oberstdorf freut sich auf die FIS Nordische Skiweltmeisterschaft 2021

Text: Philipp J. Schmidt



© Skisport- und Veranstaltungen GmbH Fotograf Dominik Berchtold

Nach den Wintermärchen von 1987 und 2005 wird Oberstdorf 2021 zum dritten Mal Austragungsort der „FIS Nordische Ski Weltmeisterschaften“ und damit zum Gastgeber für Wintersportbegeisterte aus aller Welt. Vom 23. Februar bis zum 7. März 2021 gehen in Oberstdorf die besten Langläufer, Skispringer sowie Nordischen Kombinierer auf Titeljagd im Rahmen der Weltmeisterschaften 2021.

## WINTERSPORT PRÄGT OBERSTDORF

Die Region Oberstdorf ist seit Jahrzehnten eng mit dem Thema Sport verbunden. Als Austragungsort hochkarätiger Großveranstaltungen wie der Vierschanzentournee, der Tour de Ski und weiteren Weltcup-Veranstaltungen im nordischen Bereich, hat sich Oberstdorf längst als professioneller Veranstalter etabliert. Die Infrastruktur in Oberstdorf, mit der Erdinger Arena, der Skiflugschanze sowie dem Langlaufstadion Ried prägen zum einen das Ortsbild, zum anderen ist sie touristischer Anziehungspunkt für die ganze Region.

## NACHHALTIG INVESTIEREN

Oberstdorf hat es sich zur Aufgabe gemacht, eine nachhaltige Weltmeisterschaft auszurichten, die in jeder Hinsicht Vorbildcharakter hat. Speziell hierzu entwickelte Leit- und Richtlinien garantieren, dass nur das gebaut wird, was auch wirklich nötig ist und vor allem langfristig – auch außerhalb sportlicher Großveranstaltungen – intensiv von Einheimischen, Kindern und Jugendlichen, Vereinen und Gästen genutzt werden kann. Um weiterhin den Status als Bundesstützpunkt und Landesleistungszentrum Ski Nordisch beizubehalten, sind darüber hinaus verschiedene Anpassungen der Sportanlagen nötig. So werden insgesamt 40 Millionen Euro investiert: Rund 14 Millionen Euro für die Skisprunganlage, knapp 25 Millionen für das Langlaufzentrum.

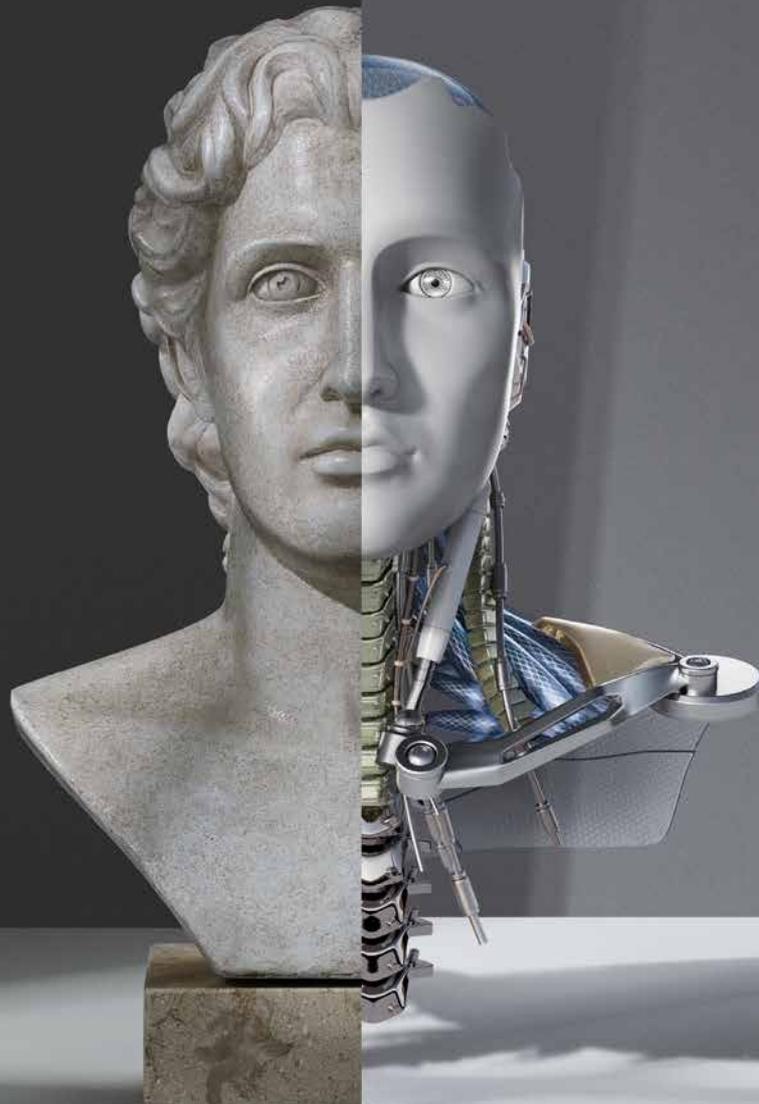
## SAVE THE DATE

Sichern Sie sich bereits jetzt Ihre Tickets für die Nordische Ski WM 2021. Seit dem Vorverkaufsstart im Dezember 2019 stehen attraktive Ticketkombinationen für den Besuch verschiedener Wettbewerbe im Angebot, die in jedem Fall für sportlich spannende und begeisternde Erlebnisse in den Stadien sorgen werden. „Wir freuen uns, bereits über ein Jahr vor Beginn der WM mit dem Ticketvorverkauf starten zu können“, sind sich die Geschäftsführer der FIS Nordischen Ski WM 2021 Oberstdorf/Allgäu GmbH, Moritz Beckers-Schwarz und Florian Stern einig. „So können wir den Wintersportfans aus aller Welt schon jetzt einzigartige Angebote machen.“

Alle Infos zum Wettkampfprogramm, Ticketangebote sowie Bestellmöglichkeiten finden Sie unter [www.oberstdorf2021.com](http://www.oberstdorf2021.com)

# Inspirierend seit 1861.

Innovatives Banking  
auf Augenhöhe mit der Zeit.



Durch unsere jahrzehntelange Erfahrung wissen wir über Kundenbedürfnisse bestens Bescheid und können als Österreichs führende Vermögensverwaltungsbank optimal darauf eingehen. Höchst flexibel entwickeln wir mit Ihnen gemeinsam innovative Lösungen. So entsteht eine solide Basis für wegweisende Ideen. [www.llb.at](http://www.llb.at)



Liechtensteinische  
Landesbank<sup>1861</sup>

Tradition trifft Innovation.

# ORGANICS BY RED BULL AN BORD VON PEOPLE'S

Keine Energy Drinks, sondern eine Premium-Linie von Bio-Erfrischungsgetränken aus 100% natürlichen Zutaten. Ohne künstliche Aromen, ohne künstliche Farbstoffe, ohne Konservierungsmittel und ohne Phosphorsäure. Damit sind die ORGANICS by Red Bull als biologische Produkte zertifiziert. Ob mit Freunden, im Restaurant, zu Hause oder beim gemeinsamen Grillen im Garten. Die ORGANICS by Red Bull sind immer dann zur Stelle, wenn die Sinne nach natürlicher Erfrischung verlangen.

SIMPLY COLA: Cola-Geschmack mit edler Würze und feiner Süße  
BITTER LEMON: Zitruserfrischung in ihrer elegantesten Form  
GINGER ALE: Elegant, markant, pikant: bernsteinfarbene Sinnlichkeit  
TONIC WATER: Harmonisch süß-säuerlich, herb und trocken



Jetzt  
ORGANICS by Red Bull  
an Bord von People's  
probieren!\*

\*Nur für kurze Zeit. Fragen Sie unsere People's Cabin Crew nach den ORGANICS by Red Bull.

## TAGBLATT

# Regional: Das Naheliegende und auch **alles** Weitere.

Online, überall rund um die Uhr: [tagblatt.ch](http://tagblatt.ch)



# DIE GRÖSSTEN „BLOWOUTS“ DER SPORTGESCHICHTE

**Fouls, Spielminuten, Pässe – längst wird im Profisport alles akribisch erfasst. Kommt man beim Zählen dann auf beispiellos einseitige Ergebnisse, braucht es dazu einen markigen Begriff. Wo man im Deutschen vielleicht den Kantersieg kennt – ein überlegener und leicht errungener Sieg eben – sagen die Amerikaner klangvoll „Blowout“ dazu. Das passt einfach besser, wenn ein Basketball-Match zum Beispiel mit 148:80 endet. Doch es geht noch heftiger!**



**U.S. OPEN GOLF CHAMPIONSHIP**  
**Tiger Woods gewinnt mit 15 Schlägen**  
**Vorsprung (18. Juni 2000)**

Eldrick Tont „Tiger“ Woods ist der erfolgreichste Golfer der Sportgeschichte. Seine 15 Schläge Vorsprung bei den U.S. Open 2000 sind bis heute unerreicht. Greifbar wird Woods Leistung für Nicht-Golfer aber wohl erst, wenn man weiß, dass der vorherige Rekord aus dem Jahr 1862 stammt. Die 13 Schläge Abstand, die der Schotte Old Tom Morris seinerzeit vorlegte, konnte 138 Jahre lang niemand überbieten, bis Woods dies gelang!



**FUSSBALL WM QUALIFIKATION**  
**Australien vs. Amerikanisch-Samoa 31:0**  
**(11. April 2001)**

Amerikanisch-Samoa ist US-Territorium, eine kleine Inselgruppe mitten im Pazifik – hat aber einen eigenen Fußballverband. Dieser hätte ahnen müssen, dass das Spiel gegen Australien ein böses Ende nehmen sollte. Schließlich hatte man nach den ersten beiden Qualifikationsspielen bereits eine Tordifferenz von 0:21 zu verkraften. Doch mit 0:31 wurde die Niederlage gar historisch. Australiens Stürmer-Star Archie Thompson freute sich zwar über die 13 (!) Treffer, die alleine er zum Endstand beisteuerte und über die Rekorde, die er damit bis heute hält. Doch stellte er auch den Sinn solcher Spiele gegen hoffnungslos unterlegene Gegner infrage: „We don't need to play these Games!“



**NBA REGULAR SEASON 1991/92**  
**Cleveland Cavaliers vs. Miami Heat 148:80**  
**(17. Dezember 1991)**

Später, im neuen Jahrtausend, sollten die Heat zu einem dominanten Team in der nordamerikanischen Basketball-Profiliga werden und insgesamt dreimal die Meisterschaft holen. Doch auch die höchste Niederlage in der Geschichte der NBA wird für immer mit dem Verein verbunden sein – und damit wohl auch die Frage nach dem „Warum“. Denn eine schlüssige Erklärung für das Fiasko hat bis heute niemand in Miami. Zwar waren die Heat Anfang der 1990er-Jahre nicht gerade Titelfavoriten, aber allemal gut genug für die Playoffs. So rätselte denn auch Heat-Spieler Glen Rice direkt nach dem Match: „Ich weiß nicht, was wir gespielt haben. Aber Basketball war es nicht.“



**FRENCH OPEN 1988**  
**Finale Steffi Graf vs. Natasha Zvereva 6:0; 6:0**  
**(4. Juni 1988)**

Die „Gräfin“ ist ohne Zweifel eine der besten Tennisspielerinnen aller Zeiten. 1988 war sie als bisher einzige Gewinnerin eines „Golden Slam“ auf dem Zenit: Als „Golden Slam“ bezeichnet man inoffiziell den Gewinn aller vier Grand-Slam-Turniere in einem Jahr sowie zusätzlich den Gewinn der Goldmedaille beim olympischen Tennisturnier. Grafts Dominanz bekam damals auch ihre Gegnerin im Finale der French Open, Natasha Zvereva, zu spüren. 6:0 und 6:0 hieß es nach gerade einmal 32 Minuten. Blowout perfekt!



**FORMEL 1 SAISON 2002**  
**Michael Schumacher wird vorzeitig Weltmeister**  
**(21. Juli 2002)**

Höchstgeschwindigkeit war sein Metier: Bis heute ist Michael Schumacher der erfolgreichste Formel 1-Fahrer der Geschichte. Viele Male war er in jeder Hinsicht schneller als die Konkurrenz. 2002 wurde er sogar zum schnellsten Weltmeister aller Zeiten, wenn man so will. Mit seinem Sieg am 21. Juli 2002 beim Großen Preis von Frankreich fuhr Schumacher seinen fünften WM-Titel derart frühzeitig ein, dass er bereits sechs Rennen vor Saisonende uneinholbar vorn lag. Kein anderer Fahrer wurde je so früh in der Saison Weltmeister.

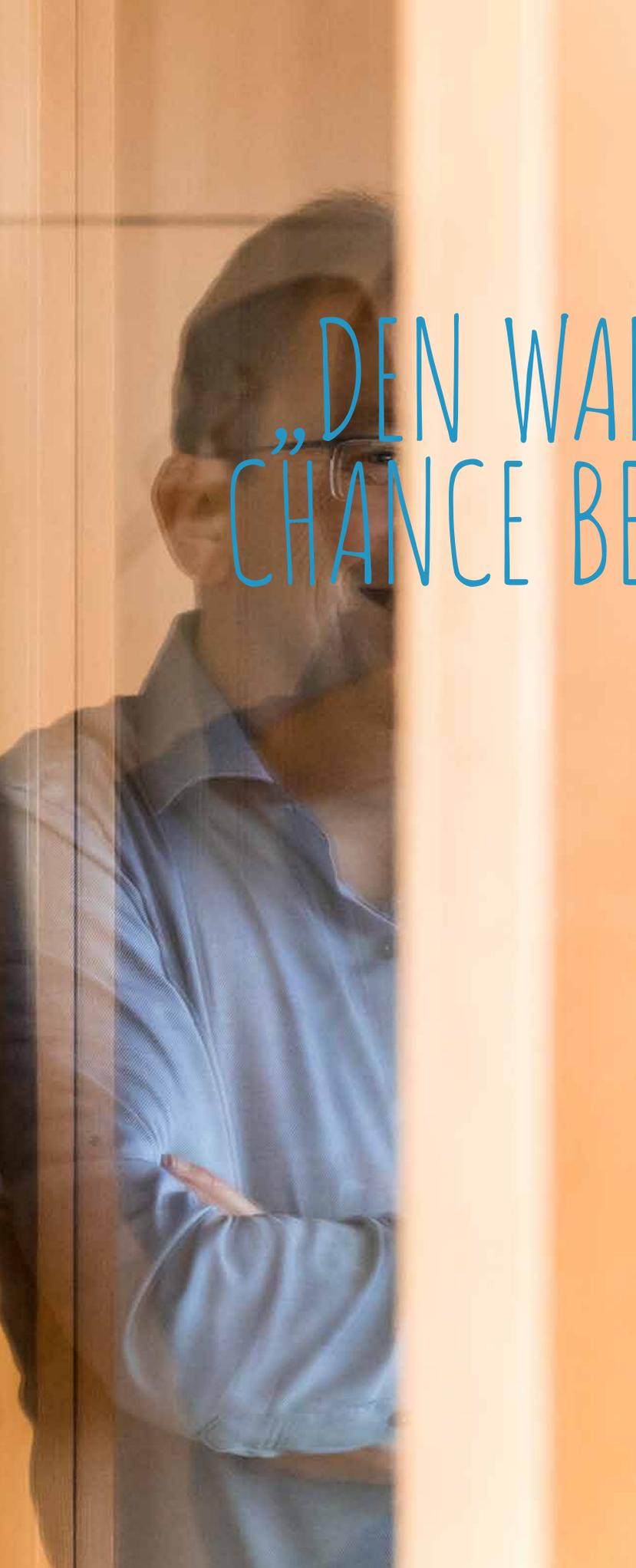


**US-COLLEGE FOOTBALL**  
**Cumberland vs. Georgia Tech 222:0**  
**(7. Oktober 1916)**

Mehr als einhundert Jahre ist der derbste Blowout im US-College-Football mittlerweile her. Cumberland erlebte zuhause ein kaum vorstellbares 222:0! So ein Fiasko hat natürlich Gründe: Am Cumberland College hatte man das Football Programm eigentlich eingestellt, war jedoch vertraglich dazu verpflichtet, das Spiel zu bestreiten. Also ließ man eben auflaufen, wen man gerade zu fassen bekam. Das sollte sich bitter rächen. Das Spiel ging in die Geschichte ein, Jahrzehnte später noch trafen sich die Mannschaften zur Reunion – und waren sich einig, dass das Ergebnis noch viel einseitiger hätte ausfallen können.

„Sterbende Innenstädte“ werden seit Jahren leidenschaftlich diskutiert. Der stationäre Handel fühlt sich durch die immer stärker wachsende Online-Konkurrenz massiv bedroht. Dr. Wolfgang Frick plädiert in seinem Buch „Online ist schlagbar“ dafür, dass sich Einzelhändler ihrer ureigenen Stärken wieder bewusster werden. Panik vor Amazon, Zalando und Co sei nicht angebracht. Stattdessen fordert der Frastanzer offensives Vorgehen, besten Service und emotionale Erlebnisse für den Kunden. Außerdem erklärt er, wie der Handel mit Nachhaltigkeit überzeugen kann. Das Buch ist seit Oktober am Markt und bereits in der zweiten Auflage.





# „DEN WANDEL ALS CHANCE BEGREIFEN.“

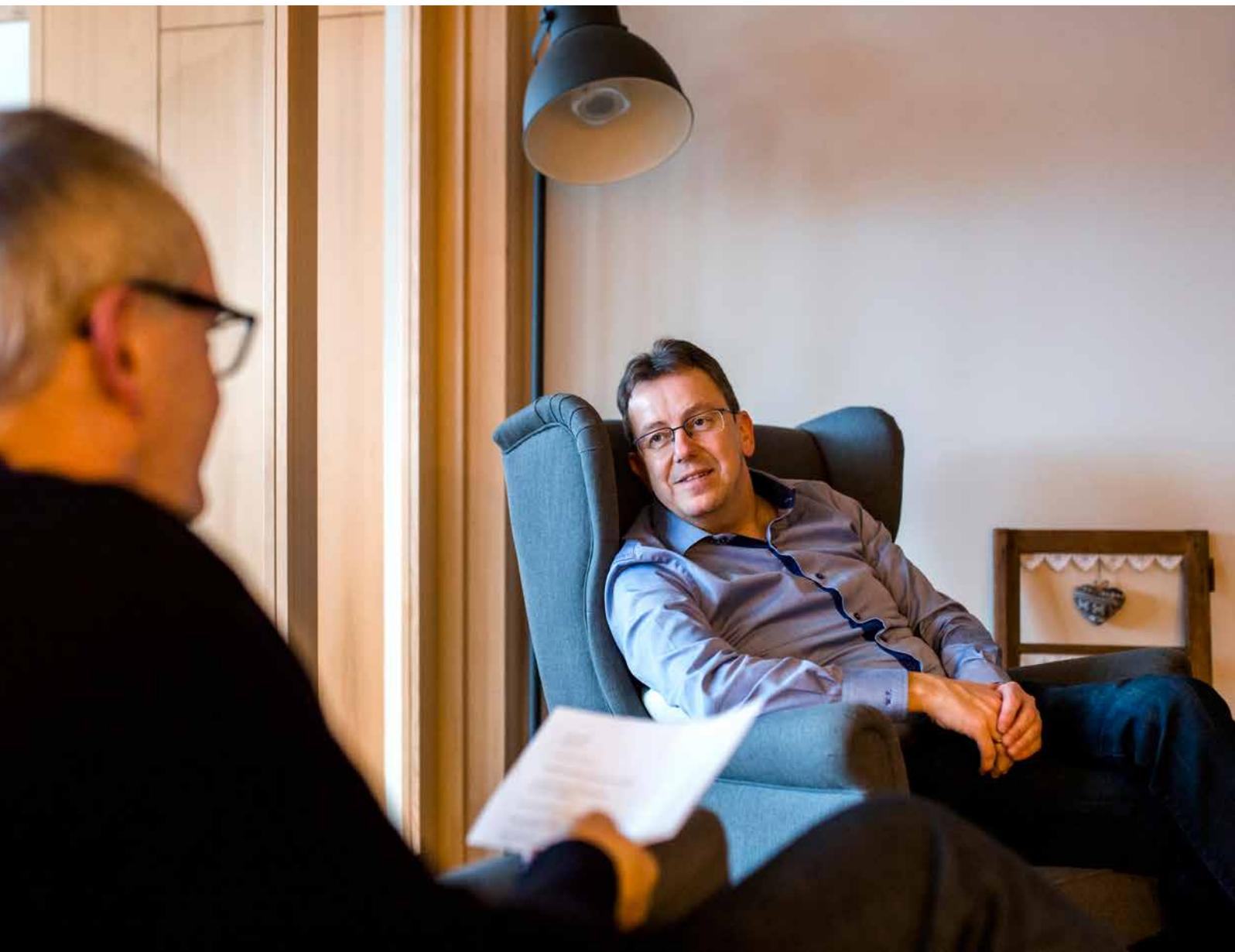
*Text:* **Michael Dünser**

*Fotos:* **Lisa Dünser**

◀ Dr. Wolfgang Frick ist im Vorstand Marketing und Sortimentsmanagement der SPAR Handels AG in der Schweiz. Er studierte in Innsbruck Betriebswirtschaft, in Salzburg Publizistik und Kommunikationswissenschaften und promovierte 1996. Der Vater von vier Kindern lebt mit seiner Familie in Vorarlberg und arbeitet in der Schweiz.

# „Wir verkaufen uns an die Digitalisierung“

„Online kaufe ich nur vermeintlich günstiger ein, langfristig zahlen wir alle drauf“, ist Wolfgang Frick überzeugt.



▲ „Wir vergessen gerne, wer die Lehrlinge ausbildet, wer sich im gesellschaftlichen Leben vor Ort engagiert, wer den Fußballverein und die Feuerwehr unterstützt, wer in der Gemeinde Steuern bezahlt.“

## Ihr neues Buch versteht sich als **Mutmacher für den Einzelhandel. Entspricht das Bild der sterbenden Innenstädte nicht der Realität?**

Leider doch. Es wird nicht so extrem sein, dass die Innenstädte gänzlich aussterben. Aber es gibt schon klare Signale. Und die sind gefährlich, weil das Image leidet. In so einer Situation tust du dir zum Beispiel schwer, geeignete Nachfolger zu finden. Oder gutes Personal. Die Abwärtsspirale hat sich längst zu drehen begonnen.

## »FEHLER SIND ZUM TEIL HAUSGEMACHT.«

Wolfgang Frick

### Schuld daran ist online?

Da machen wir es uns zu einfach. Fehler sind zum Teil hausgemacht. Ein Beispiel für viele: Es gibt immer mehr Verkehrsberuhigung, weniger Parkplätze und das ist Gift für den Handel. Weil Parkplatz heißt Umsatz. Anders gesagt, der DHL-Fahrer darf in zweiter Reihe bei laufendem Motor parkieren und die Ware zustellen, selber werfen wir uns Prügel vor die Füße.

### Was kann der Händler selber tun?

Ich vermisse das Gemeinsame – viele nehmen den Begriff Einzelhändler zu wörtlich. Und vergessen dabei, was sie großgemacht hat.

### Wo ließe sich da der Hebel ansetzen?

Öffnungszeiten angleichen, gemeinsame Wartungsverträge, Lagerhaltung, gemeinsamer Einkauf – die Liste lässt sich unter dem Motto „better together“ noch lange fortsetzen. Jeder hat das gleiche Problem und jeder probiert es für sich alleine zu lösen. Das kostet unnötig Zeit, Geld und Nerven. Gruppendynamik kann viel bewirken: Kann man zum Beispiel einmal ein Latenight-Shopping machen, um die Öffnungszeiten aufzulockern? Oft sagt man schnell, dass online schuld ist. Aber fürs eigene Unvermögen kann online nichts dafür.

## Was kann der stationäre Handel, was online nicht kann?

Ich weiß schon einmal, was ich bekomme. Bei online bin ich mir nicht sicher, ob eventuell eine Retoure in meinem Päckchen landet. Der Online-Handel hat keinen Augenkontakt, er kann meine Reaktion nicht abschätzen und bei der Beratung berücksichtigen. Und vor allem passiert beim stationären Handel alles in Echtzeit: Ich kann die Ware in den meisten Fällen sofort mitnehmen. Ich werde gut beraten, habe kurze Wege, wenn ich etwas zurückgebe oder reklamiere. Man kann jedes Produkt anschauen, anfassen, begreifen, probieren. Das geht online alles nicht.

### Welche Strategien sollte der Einzelhandel befolgen?

Man sollte mal mit den Augen des Kunden auf sein Geschäft zulaufen. Es fängt schon mit der Beschilderung an. Findet man mich überhaupt? Wie wird der Kunde empfangen? Ich kenne viele Läden, da ist die Anzahl der Verbotsschilder größer als die Anzahl der Mitarbeiter. Hab' ich ein Schaufenster oder nur ein Fenster? Ist da etwas drinnen, das den Kunden anspricht? Thema Öffnungszeiten: Bin ich für meine Kunden da, wenn sie mich brauchen? Wie ist der Laden von innen? Ist er gut beleuchtet oder ähnelt er eher einer Gruft? Hintergrundmusik? Wie sind die Farben, wann hab' ich das letzte Mal gemalt?

### Welche Rolle spielt der Mensch?

Das Personal ist für mich der entscheidende Faktor. Leider war ich schon in vielen Geschäften, wo die Kassenschilder das einzige waren, das gestrahlt hat. Und wenn jemandem nicht zum Lachen zu Mute ist, dann kann er auch nicht verkaufen. Das merkt der Kunde sofort. Personal ist das Um und Auf. Mit einem Lächeln den Kunden begrüßen, unaufdringlich beraten, nicht mit aller Gewalt verkaufen wollen – da steckt ganz viel Potential drinnen. ▶

## LIEBLINGE



### EIN BUCH, DAS JEDER LESEN SOLLTE?

„1000 Dinge, die Papa einmal im Leben getan haben sollte.“ Tolle Anregungen und abwechslungsreiche Ideen – ein Geschenk zum Vatertag von meiner Tochter.



### EIN FILM, DER MICH BEREICHERT HAT?

„Die Unbestechlichen“ mit Kevin Costner, Sean Connery, Andy García und Robert De Niro als Al Capone. Am Schluss siegt immer das Gute.



### LIEBLINGSMUSIK?

ABBA, Rod Stewart und Oldies – Erinnerungen an die Unbekümmertheit von damals werden wach.



### WELCHE PERSÖNLICHKEIT BEEINDRUCKT SIE AM MEISTEN?

Roger Federer. Faszinierend, wie er Sport und Testimonial zu verbinden weiß.



### LEBENS MOTTO?

Wahre Größe entscheidet sich in Kleinigkeiten. Die Gesten im Alltag und der Umgang miteinander prägen unser Zusammenleben.



▲ „Herkunft hat Zukunft“: Wolfgang Frick räumt der Nachhaltigkeit einen besonderen Stellenwert ein.

### **Emotionen als Schlüssel zum Erfolg?**

Wie heißt es so schön: You can't e-mail a handshake.

### **In Ihrem Buch wird der Serviceaspekt sehr stark herausgehoben. Auch hier kann der stationäre Handel punkten, oder?**

Definitiv. Den Service muss man jeden Tag neu erfinden. Es wird heute nur noch automatisch dunkel und sonst nichts mehr.

### **Was verstehen Sie unter gutem Service?**

Jeder definiert das anders. Für den einen ist guter Service, wenn der Kunde bei Regen zum Auto begleitet wird und er trockenen Fußes einsteigen kann. Für den anderen ist es ein sinnvolles Goodie, das

man bei einem Kauf dazu bekommt. Für den Dritten ist es ehrliche und kompetente Beratung. Wahre Größe zeigt sich übrigens oft in Kleinigkeiten. Vor kurzem habe ich in einer Trafik für 50 Euro Zeitungen gekauft und musste für die Tragetasche extra bezahlen. Gedanklich sollte man als Unternehmer immer zuerst etwas geben, bevor der Kunde etwas gibt. Und man sollte auch nicht alles zu Geld machen wollen.

### **Ein Satz aus dem Buch: Man muss Menschen mögen.**

Ganz genau. Und darum brauchen wir mehr Mitarbeiter und weniger Abarbeiter. Naturtalente, die den Menschen lesen können. Leider ist es oft so, dass man mit großartigen T-Shirts herumläuft, auf denen „Wir sind gerne für Sie

da“ steht. Und wenn du dann als Kunde einen Schritt aufs Personal zumachst und was fragen willst, setzt der Copperfield-Effekt ein: Alle sind wie weggezaubert. Wenn ich Menschen nicht mag, kann ich sie nicht begeistern. Dann ist mein Blick tödlich, wenn jemand kurz vor 18 Uhr noch ins Geschäft kommt.

## »DAS PERSONAL IST FÜR MICH DER ENTSCHEIDENDE FAKTOR.«

Wolfgang Frick

### **Wenn Sie in die Zukunft schauen. Wohin wird sich der Handel entwickeln?**

Ich glaube, dass es eine Renaissance vom Automaten außerhalb der Geschäfte geben wird. Zum Beispiel mit den Sachen, die schnell ausgehen können. Das funktioniert nicht nur mit Lebensmitteln, wo 80 Prozent vom Einkaufskorb immer gleich sind.

Bei den Öffnungszeiten wird es in Richtung amerikanischer Verhältnisse gehen: Rund um die Uhr, sieben Tage. Wir werden viel in gute Mitarbeiter investieren. Und Convenience wird immer wichtiger: Wie kann ich dem Kunden das Einkaufen so angenehm wie möglich machen? Wie kann ich helfen, Zeit und Wege zu sparen. Während ich einkaufe, werden mir die Reifen gewechselt. Wenn ich auf die Änderung warte, wird noch Maniküre oder Haare schneiden angeboten – ein paar beliebige Beispiele für ganz viele Möglichkeiten, an die wir noch gar nicht denken. Neue Shopformate werden kommen, der Buchhändler wird sich mit dem Reisebüro zusammenschließen, ganz andere Kombinationen von Geschäften werden entstehen. Das wird alle fordern, aber mit Mut und Kreativität ist alles machbar.

### **Den Wandel als Chance und nicht als Gefahr sehen, eine neue Zeit offensiv angehen?**

Genau. Umsatz kommt vom Umsetzen. Es braucht eine gewisse Risikobereitschaft. Aber das größte Risiko ist es, nichts zu tun. Für den Handel liegen viele Bälle am Elfmeter, aber schießen muss jeder selber.

»DAS GRÖSSTE RISIKO IST ES, NICHTS ZU TUN.«

Wolfgang Frick

### Was sind die größten Schwachstellen der Online-Händler?

Beratung, ständig wechselnde Preise, Lieferzeiten, Versorgungssicherheit, Probleme mit Retouren. Nicht unterschätzen darf man die Datensicherheit: Wir geben sensible Informationen weiter und die ganzen großen Unternehmen haben ihre Server überall, nur nicht in Europa. Und ganz entscheidend: Auf einem kleinen Bildschirm schauen viele Dinge anders aus als in der Realität.

### Welche Rolle spielt das Thema Nachhaltigkeit? Ist das ein Punkt, der dem stationären Händler in die Karten spielt?

Absolut. Herkunft hat Zukunft. Kurze Transportwege sind ein Faktor. Und wenn das Plastikverbot kommt, bin ich gespannt, wie Online die Dinge verschickt. Das ganze Füllmaterial ist aus Plastik und wenn es nachher aus Maisstärke ist, bin ich mir nicht sicher, wie es mit dem Verpackungsschutz aussieht.

### Nachhaltig denkende Konsumenten kaufen offline?

Online ist von der CO<sub>2</sub>-Bilanz her eine Katastrophe. Wir verkaufen uns an die Digitalisierung und vergessen, wer die Lehrlinge ausbildet, wer sich im gesellschaftlichen Leben vor Ort engagiert, wer den Fußballverein und die Feuerwehr unterstützt, wer in der Gemeinde Steuern bezahlt. Online kaufe ich nur vermeintlich günstiger ein, langfristig zahlen wir alle drauf.



Wolfgang Frick

### Online ist schlagbar

Das richtige Konzept und Ihr Laden läuft  
192 Seiten, Hardcover mit Bildmaterial  
22,60 €

### Weitere Bücher von Wolfgang Frick:

#### Patient Marke. Kunstfehler im Marke-ting

Wie Sie schmerzhaft Fehler vermeiden und Ihre Marke fit bleibt. (Haufe, 2016, 3. Auflage, mit dem Siegel „Empfehlung“ ausgezeichnet von Managementbuch.de)

#### Die neue Lust am Entscheiden

Wie Sie mit dem täglichen Angebot an Möglichkeiten besser zurecht kommen. (Haufe, 2016)



◀ In seinem Haus auf der Bazora oberhalb von Frastanz genießt Wolfgang Frick nicht nur die phantastische Aussicht bis zum Bodensee. Dort hat er auch einen Großteil seiner Bücher geschrieben. Das Bild entstand im Seminarraum, den man auch buchen kann. Nähere Infos: [www.seminarraum-bazora.at](http://www.seminarraum-bazora.at)

5. FEBRUAR

---

### THEATER IN LINDAU: MONSIEUR CLAUDE UND SEINE TÖCHTER



Die erfolgreiche französische Komödie hat über 20 Millionen Zuschauer in die Kinos gelockt, nun ist die Geschichte auch auf der Theaterbühne zu sehen: Claude, ein stockkonservativer und erzkatholischer Gaullist, hat eine ganz klare Vorstellung davon, wie die Zukünftigen seiner vier erwachsenen Töchter sein sollten. Drei Töchter heiraten zwar Franzosen, aber keine Katholiken. Nun setzt Claude alles auf seine vierte Tochter, die demnächst einen katholischen Schauspieler heiraten möchte. Doch seine Hoffnung ist dahin, als er seinen zukünftigen Schwiegersohn kennenlernt ... Wie schon der Film, bringt auch die Theaterversion humorvolle Denkanstöße in Sachen Toleranz und friedlichem Miteinander in einer multikulturellen Gesellschaft mit, die mit sympathischer Leichtigkeit erzählt werden.

19:30 Uhr im Theater Lindau/Tickets gibt es unter: [www.kultur-lindau.de](http://www.kultur-lindau.de)

14./15. FEBRUAR

---

### NORDKLING-FESTIVAL IN ST. GALLEN

Das kleine feine Nordklang-Festival findet bereits zum 14. Mal statt und lockt alle Musikbegeisterten, die eine Leidenschaft für nordische Klänge haben. 2020 kommen Bands aus Norwegen, Schweden, Finnland und Dänemark, die auf mehreren Bühnen auftreten. Sind die Musiker bisher im deutschsprachigen Raum noch eher unbekannt, kann sich das mit dem Festival schnell ändern!

Nähere Infos und Tickets ab 35 CHF unter: [www.nordklang.ch](http://www.nordklang.ch)

AB 22. FEBRUAR

---

### Musical-Uraufführung: „WÜSTENBLUME“ IN ST. GALLEN



Das Musical erzählt die Geschichte von Waris Dirie (siehe Bild), die den steinigen Weg aus der afrikanischen Wüste bis zum internationalen Laufsteg geschafft hat. Als Kind einer somalischen Nomadenfamilie wird sie mit 18 Jahren von einem Fotografen in London entdeckt und arbeitet seitdem als Modell für die exklusivsten Modemarken der Welt. Nie hat sie vergessen, woher sie kommt. Bis heute setzt sie sich als Menschenrechtsaktivistin im Kampf gegen weibliche Genitalverstümmelung ein, die in ihrem Heimatland nach wie vor praktiziert wird.

Tickets ab 60 CHF unter: [www.theatersg.ch](http://www.theatersg.ch)



28. FEBRUAR BIS 1. MÄRZ

---

### COM:BAU

Vorarlberg gilt als „Hotspot“ für Architektur – und das weit über die Region hinaus. Nicht zuletzt deshalb ist die com:bau, die größte Baumesse und bedeutendste Bauplattform der Vierländerregion, in Dornbirn zuhause. Egal ob Makler, Bauträger, Banker, Architekten oder regionale Handwerker: Bei rund 250 Ausstellern finden Interessierte die passenden Ansprechpartner und Informationen rund um die Themen Architektur, Bauhandwerk, Energie und Immobilien.

Infos unter: [www.combau.messedornbirn.at](http://www.combau.messedornbirn.at)

12. MÄRZ

## KONSTANZER UNTERNEHMERFRÜHSTÜCK



Lassen Sie sich inspirieren: Zweimal jährlich haben Unternehmer aus der Region bei einem Frühstück die Gelegenheit, sich auszutauschen und neue Kontakte zu knüpfen. Darüber hinaus organisieren die Veranstalter jedes Mal einen interessanten Vortrag eines namhaften Referenten zum Thema Unternehmens- und Mitarbeiterführung.

Infos unter: [www.konstanz-tourismus.de/unternehmerfruehstueck.html](http://www.konstanz-tourismus.de/unternehmerfruehstueck.html)

18. BIS 22. MÄRZ

## IBO IN FRIEDRICHSHAFEN



In diesem Jahr wird sie schon 70! Die große Frühjahrsmesse am Bodensee füllt elf Messehallen und präsentiert zahlreiche nationale und internationale Aussteller aus den Bereichen Auto, Kinder, Bekleidung, Wohnen, Heimwerkerbedarf, Hauswirtschaft, Ernährung, Innenausbau, Gesundheit, Kosmetik, Freizeit, Spiel, Spaß, Reisen, Wellness, Telekommunikation, Bildung, Gastro, Garten und Freizeit, Sport, Kunstgewerbe sowie Bauen und Energie. Bei dieser Themenvielfalt gibt es für jeden viel Spannendes, Interessantes und Neues zu entdecken.

Öffnungszeiten: täglich von 10 bis 18 Uhr  
Infos unter: [www.ibo-messe.de](http://www.ibo-messe.de)

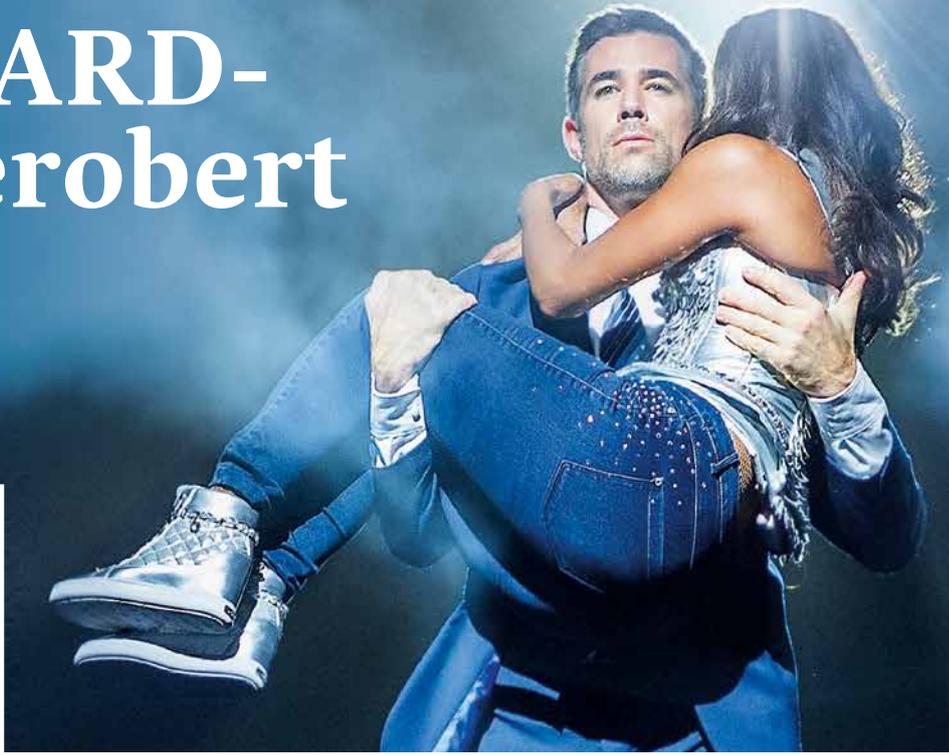
8 RAUCH

JUICE  
BAR

DER *erste*  
SAFT IN  
1000%  
*recyceltem* PET.



# BODYGUARD- Musical erobert Bregenz



**Das preisgekrönte Musical BODYGUARD ist mit der deutschen Inszenierung auf Tournee und macht einen Stopp in Bregenz. Neben der Liebesgeschichte sind die Musik und die Choreographie absolut packend.**

Wer erinnert sich nicht an den Film Bodyguard von 1992, in dem sich der Sicherheitsexperte Frank Farmer (Kevin Costner) in die Popsängerin Rachel Marron (Whitney Houston) verliebt?! Aber nicht nur die Geschichte hat den Nerv der Zuschauer getroffen, auch die Musik zog alle in ihren Bann. Das Drehbuch schrieb der mehrfach Oscar-nominierte Autor Lawrence Kasdan (bekannt unter anderem durch Star Wars und Indiana Jones) und machte die Geschichte weltweit zu einem Verkaufsschlager. Der Soundtrack wurde weltberühmt und mit dem Grammy ausgezeichnet.

## **VOM FILMKLASSIKER ZUM WELTWEITEN MUSICAL-HIT**

Seit 2012 wird Bodyguard am Londoner West End als Musical aufgeführt. Die Inszenierung erhielt seitdem vier Nominierungen für den renommierten Laurence Olivier Award und gewann den begehrten WhatsOnStage-Award als „Best New Musical“. Insgesamt begeisterten die spektakulären Choreografien, 16 Tophits sowie die fesselnde Lovestory weltweit über vier Millionen Zuschauer in zwölf Ländern (unter anderem in USA, Südkorea, Kanada, Spanien und Frankreich). Seit Oktober 2019 ist BODYGUARD – DAS MUSICAL mit der deutschen Inszenierung

auf erster großer Tournee durch Deutschland, Österreich und die Schweiz.

## **ALLE WOLLTEN SO COOL WIE KEVIN COSTNER SEIN**

Aisata Blackman als Superstar Rachel Marron und Jo Weil als ihr Bodyguard Frank Farmer sind eine hochkarätige Hauptbesetzung für das Musical. Seit über einem Jahr ist die erfolgreiche Sängerin und Musical-Darstellerin in dieser Rolle zu sehen. „Es ist eine Ehre, die Hauptrolle zu spielen und all diese wundervollen Songs zu singen. Der Film ist auf jeden Fall eine Inspiration, aber ich versuche natürlich meine eigene Rachel Marron zu finden und sie auf ihre emotionale Reise zu schicken“, so Aisata Blackman. Jo Weil arbeitete bereits in der Musical-Metropole Wien, ist bekannt aus der ARD-Serie „Verbotene Liebe“ und spielte regelmäßig in anderen Serien sowie im „Tatort“ mit: „Bodyguard ist mein absolutes Lieblingsmusical. Bereits in meiner Jugend war ich mit Freunden im Kinofilm und alle wollten so cool wie Kevin Costner sein. Es freut mich nun ungemein, 25 Jahre später den Frank Farmer selbst zu interpretieren!“

**Die ergreifende Liebesgeschichte ist vom 5. bis zum 9. Februar 2020 erstmals in der deutschen Inszenierung mit den Songs auf Englisch im Festspielhaus Bregenz zu sehen.**

**Tickets unter: [www.bb-promotion.com](http://www.bb-promotion.com)**

## Internationales Bankhaus Bodensee AG: Firmenkundengeschäft

**In der vorletzten Ausgabe des Bordmagazins haben wir Ihnen in der Business Class die Internationales Bankhaus Bodensee AG (IBB) aus Friedrichshafen vorgestellt. Drei Hauptgeschäftsfelder zeichnen das private Bankhaus aus, das zur Würth-Gruppe gehört: Gewerbliche Immobilienkunden, Private Banking und das Firmenkundengeschäft. In dieser Ausgabe stellen wir Ihnen den Bereich Firmenkundengeschäft vor.**

Was macht eine gute Beziehung aus? Vor allem Vertrauen und Offenheit. Das sind die beiden Grundpfeiler, auf die die IBB ihr Firmenkundengeschäft aufbaut. Denn das private Bankhaus verliert sich nicht in anonymen und undurchschaubaren Strukturen. Hier steht die persönliche Beziehung im Mittelpunkt, denn die IBB versteht sich als echter unternehmerischer Partner des Mittelstandes.

Mittelständische Unternehmen haben besondere Werte und ein eigenes Verständnis dafür entwickelt, wie sie ihre Geschäfte betreiben. Von ihrer Bank benötigen sie des-

halb maßgeschneiderte Konzepte, um ihre strategischen Ziele zu erreichen. „Unsere Beratung kommt nicht von der Stange, wir liefern ausnahmslos ‚Maßanzüge‘, die sich an den vielfältigen Bedürfnissen unserer Kunden orientieren“, sagt Dominic Zorzi, Direktor und Abteilungsleiter des Firmenkundengeschäfts. „Darum sind wir auch in einem Punkt äußerst altmodisch: Wir streben dauerhafte, partnerschaftliche Kundenbeziehungen an. Wir waren und sind fest davon überzeugt, dass nur eine verlässliche Geschäftsbeziehung zum nachhaltigen Erfolg führt – und zwar für beide Geschäftspartner.“ Mit der Größe eines Vermögens wächst auch seine Komplexität. Darum ist für die IBB eine ganzheitliche Beratung des Kunden, inklusive Private Banking, eine Selbstverständlichkeit.

Feste Grundlage der Zusammenarbeit mit den mittelständischen Firmenkunden ist der persönliche Austausch auf Augenhöhe, in dem Bank und Unternehmer gemeinsam intelligente und moderne Finanzierungskonzepte entwickeln. „Wir denken und

agieren unternehmerisch. Dies nicht zuletzt, weil wir als Teil der außerordentlich erfolgreichen Würth-Gruppe weltweit agieren und dennoch mittelständisch geprägt bleiben“, so Dominic Zorzi.

Hervorzuheben ist zudem das besondere betriebswirtschaftliche Know-how der IBB-Berater. Insbesondere in den Kernbereichen des kurz- und mittelfristigen Kreditgeschäfts, bei Beratungsleistungen zu Leasing und Factoring sowie bei der Strukturierung von Akquisitions- und Beteiligungsfinanzierungen bietet Ihnen die IBB besondere Mehrwerte. „Mit unserem umfangreichen Produkt- und Dienstleistungsangebot, wie auch der internationalen Handelsfinanzierung, richten wir uns an wachstumsorientierte mittelständische Unternehmen aller Branchen und sind flexibler und innovativer Partner.“



**Sie sind auf der Suche nach einem verlässlichen Partner für Ihr Unternehmen?**

Kontakt zu Herrn Zorzi und seinem Team können Sie aufnehmen unter:

+49 7541 304-225

[dominic.zorzi@ibb-ag.com](mailto:dominic.zorzi@ibb-ag.com)





NEUE SERIE  
IM BORDMAGAZIN

# Jetzt geht's richtig los!

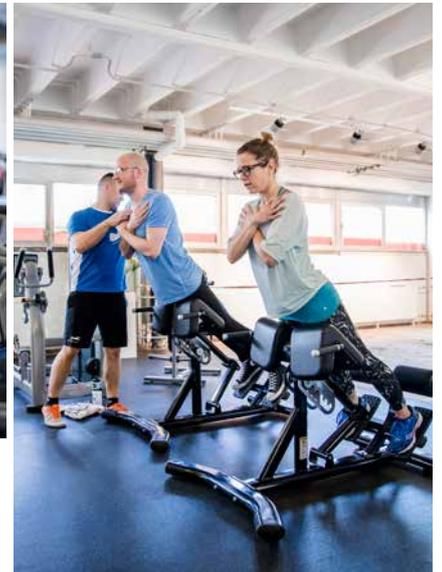
3-Monate im Fitness-Selbsttest

◀ Sie stellen sich dem sportlichen Selbst-Experiment: Jessica, Philipp, Anna und Lisa. Alle Teilnehmer unserer Serie sind MitarbeiterInnen der Content Marketing Agentur Contur und für das Bordmagazin verantwortlich.

Kniebeugen mit der Gewichtsstange ▶  
gehören zu jedem Training.



Gemeinsam macht's mehr Spaß: Jessica und Philipp zusammen mit Coach Samuel Griell bei einer Übung für die Rückenmuskulatur. ▶



**Fitter werden unter professioneller Anleitung – das, liebe Leser, ist unser erklärtes Ziel. In unserer Reportage-Reihe „Gegen den inneren Schweinehund“ wagen wir, das redaktionelle Team des Bordmagazins, das sportliche Selbstexperiment. Der Vorarlberger Samuel Griell ist während dieser Zeit unser Coach und Personal Trainer. In dieser Ausgabe des Bordmagazins berichten wir von den vielen kleinen Schritten, die wir jeden Tag gehen, um am Ende des Weges unser je eigenes Fitness-Ziel zu erreichen.**

Jede große Veränderung beginnt mit einem ersten Schritt. So ist es auch im Kampf gegen den inneren Schweinehund, dem wir uns mutig gestellt haben. Schon bevor wir mit dem Training mit unserem Personal Trainer Samuel Griell begonnen haben, war uns klar, dass Fitness und Ernährung untrennbar zusammenhängen. Dass eine andere Ernährung aber gerade das Frühstück so beeinflussen würde, hatte keiner von uns gedacht. Und so wurde aus dem leckeren Brötchen sechs gekochte Eier – unsere anderen Frühstücksoptionen,

zwischen denen wir variieren können, finden Sie im Kasten auf Seite 40. Eine Umstellung, die nicht von Heute auf Morgen zu schaffen ist. Trotz der Wichtigkeit dieser Mahlzeit ist unser Frühstücksplan nicht totalitär: „Natürlich gibt es auch Situationen, in denen es schwer möglich ist, so zu essen wie vorgegeben; seien es Geburtstage oder andere Feste. Da darf man auch mal ‚sündigen‘“, sagt Samuel Griell schmunzelnd.

### **NÜSSE STATT BRÖTCHEN**

Doch an den meisten Tagen halten wir den Frühstücksplan ein. „Skyr ist für mich persönlich die leckerste Frühstücksvariante. Und ich bin überrascht, wie wenig davon schon satt macht“, berichtet Jessica über ihr morgendliches Speiseritual. Anna und Lisa hingegen fahren mit den Nüssen besser: „Ich habe einen längeren Arbeitsweg. Da sind die Nüsse total praktisch: Ich kann sie einfach auf der Fahrt im Auto essen und bin anschließend wesentlich satter als mit meinem ‚normalen‘ Frühstück“, berichtet Anna. Und Lisa ergänzt: „Mit dem Fleisch am Morgen kann ich mich gar nicht arrangieren; ich bin auch zum Nuss-Fan geworden.“ ▶



### Samuel Griell

- ▶ Geboren 1985 in Hohenems
- ▶ Staatlich geprüfter Personal-Trainer
- ▶ Betreibt seit 2016 mit seinem Geschäftspartner „training das wirkt – mein Studio“ in Lustenau
- ▶ Bietet sowohl Personal- als auch Gruppentraining an

### IN DER GRUPPE MACHT'S MEHR SPASS

Zur richtigen Ernährung kommt natürlich das Training. Drei Mal in der Woche macht sich das Contur-Team nun gemeinsam auf ins Fitnessstudio, um sich gegenseitig zu motivieren, um gemeinsam zu trainieren. „Wäre ich alleine unterwegs, würde ich viel öfter auf dem Sofa bleiben – so gibt es einen positiven, motivierenden Gruppendruck, der uns alle antreibt“, sagt Lisa.

Das haben wir schon beim ersten gemeinsamen Training im Fitnessstudio gemerkt: „Es fallen einem sofort die Anderen in der ‚Muckibude‘ auf – und man kommt sich im Vergleich zu den Trainierten



### BLICK AUF UNSEREN FRÜHSTÜCKS-SPEISEPLAN



Die wichtigste Mahlzeit des Tages ist das Frühstück. Doch die alte Redewendung „Morgens wie ein Kaiser, mittags wie ein König und abends wie ein Bettelmann“, gilt für uns Sportler nicht ganz. Unser Ernährungsplan ist streng, weil „nur die Verbindung von Training und dem richtigen Essen führt zum Erfolg“. Das hat uns Samuel eingetrichtert. „Ein Frühstück ohne Kohlenhydrate bringt mehr Energie und macht länger satt.“

#### Zehn verschiedene Frühstücksoptionen empfiehlt der Coach:

1. Eine Handvoll Nüsse oder Samen (Cashew-oder Walnüsse, Mandeln, Sonnenblumenkerne oder Kürbiskerne)
2. Frühstücks-Shake aus Proteinpulver, Nussbutter und gefrorenen Beeren
3. Skyr oder Hüttenkäse, mit frischen oder gefrorenen Beeren
4. Drei bis acht ganze Eier, Zubereitung nach Wahl
5. Geräucherter Lachs oder Forelle, dazu eine Viertel Avocado
6. Frikadelle oder Burger-Patty, dazu frische oder gefrorene Beeren
7. Huhn oder Pute (bereits vorgekocht) und dazu eine Handvoll Nüsse (vgl. Nr.1)
8. Rindersteak oder Kalbsteak mit einem Viertel Avocado
9. Lachs-Sashimi oder Thunfisch-Sashimi mit Wakame-Salat
10. Rinder-Carpaccio oder Bresola mit Olivenöl

**Wichtig:** Kein Brot, Müsli, Joghurt, Saft, Schinken, Sirup, Pfannkuchen, Waffeln, Milch oder Marmelade

dann doch sehr unsportlich vor“, bringt Anna unser aller Gefühl vom ersten Training auf den Punkt. „Andersrum motivieren mich die ‚Kanten‘ im Studio: Man sieht, dass es möglich ist, so definiert zu sein“, sagt Philipp.

Das „mulmige“ Gefühl allerdings, das merken wir alle sehr schnell, besteht nur in unseren Köpfen. Jeder fängt mal klein an – und die anderen Studiobesucher sind hilfsbereit und freundlich. Der „Bammel“ vor dem Fitnessstudio ist also nichts anderes als ein weiterer innerer Schweinehund, der, wenn er einmal überwunden ist, keinerlei Probleme mehr bereitet. Schon beim nächsten Studiobesuch kommt uns alles vertraut vor. Es fängt eben alles mit dem ersten Schritt an ...

### GUT VERSORGT UND BETREUT

Alle sechs bis acht Trainingseinheiten kommt Personal Trainer Samuel Griell hinzu. Er gibt Hilfestellung, korrigiert und erstellt individuelle neue Trainingspläne. „Ziel ist es, sich bei jedem Fitnessstudiobesuch bei den einzelnen Übungen zu steigern: sei es in der Wiederholung oder im Gewicht. Nur dann gibt es genug Anreize für die Muskeln, auch wirklich zu wachsen“, erklärt Samuel. Hier wird besonders deutlich, was Personal Training ausmacht: Der Blick auf den Einzelnen und dessen Ziele sind die Grundlage für den entsprechenden Trainingsplan. Es wird gezielt gespartelt und trainiert, Körper-Fehlhaltungen bei der Ausführung von Übungen direkt entgegengewirkt. Und so heißt es für uns: weitermachen und weiteressen für den Erfolg!

In der nächsten Ausgabe berichten wir Ihnen von unseren hoffentlich ersten spür- und messbaren Erfolgen.



▲ „Training muss empirisch sein“, sagt Personal Trainer Samuel Griell. Jedes Training wird deshalb dokumentiert, um Fortschritte sichtbar zu machen.

## DREI TIPPS VOM PROFI

Mit den drei Tipps von Samuel Griell können auch Sie direkt in eine gesündere und fittere Zukunft starten: Sie beeinflussen das Training positiv und können zu einem besseren und schnelleren Erfolg führen.

### TIPP 1:

#### „Beginne den Tag mit einem Glas Zitronen-Ingwer-Salz-Inulin-Wasser!“

„Salz hat viele wichtige Funktionen im Körper. Am besten wird ein farbiges Salz benutzt, zum Beispiel Himalaya-Salz oder Celtic Sea Salt. Ingwer wirkt entzündungshemmend und hat positive Auswirkungen auf das Immunsystem. Zitronen- oder Limettensaft wirkt basisch verstoffwechselnd. Das ist für einen optimalen pH-Wert des Körpers wichtig, denn dieser führt zu mehr Energie und einer besseren Entgiftung des Körpers. Inulin, zu guter Letzt, ist ein Ballaststoff, der die Darmbakterien nährt.“

#### Zubereitung:

- ▶ 1 Glas Wasser, mindestens 300 ml
- ▶ 1/4 TL farbiges Salz – (jedes farbiges Salz funktioniert)
- ▶ 1 EL Limettensaft – frischer oder fertiger Saft
- ▶ 1 EL Ingwer-Saft – frischer oder fertiger Saft (gibt es im Drogeriemarkt, z. B. dm)
- ▶ 1 EL Inulin

### TIPP 2:

#### „Nach jedem Training braucht dein Körper zur Regeneration und zum Blutzucker-Management einen Eiweißdrink!“

„Männer benötigen 60 Gramm Proteinpulver und 15 Gramm Kreatin. Frauen 35 Gramm Proteinpulver und 10 Gramm Kreatin.“

#### Zubereitung:

Das Pulver in Wasser oder Milch auflösen und trinken.

### TIPP 3:

#### „Ohne gesunden Schlaf kein Trainingserfolg!“

„Der Schlaf ist der unterschätzte Faktor, wenn es um die Körperfettreduktion geht. Schalte deshalb zwei Stunden vor dem zu Bett gehen alle, ja wirklich alle elektronischen Geräte aus! Das Schlafzimmer sollte kühl und dunkel sein, um gut und schnell einschlafen zu können.“

# Wunderliches Wien

THOMAS WUNDERLICH TRIFFT  
GASTRONOM UND KÄSEVERSTEHER **JOHANNES LINGENHEL**  
AN SEINEM LIEBLINGSPLATZ

## Thomas Wunderlich

Der gebürtige Lustenauer Thomas Wunderlich ist Redakteur beim Hitradio Ö3 und porträtiert für das Boardmagazin Vorarlberger in Wien. Er ist verheiratet mit der ORF-TV-Journalistin Susanne Schnabl („Report“). Die beiden haben zwei Kinder und leben in Wien.



**Ich bin ...** sehr selbstkritisch.

**Ich bin nicht ...** mit „halben Dingen“ zufrieden.

**Ich bin glücklich, wenn ...** ich Zeit mit meinen Liebsten verbringen darf.

**Essen ist für mich ...** unglaublich spannend und eins der schönsten Dinge im Leben.

**Das vermisse ich in Wien am meisten:** im Winter den Schnee und die Bergpisten.

**Mein liebstes Reisesouvenir:** Ein traditionelles Lebensmittel aus der Region, wo ich gerade bin.



---

## LINGENHEL

Das Lingenhel ist längst zum Fixpunkt für Genussliebhaber geworden. Ein Tempel des guten Geschmacks: Delikatessen, Wein, Haubenrestaurant – und noch etwas ganz Besonderes: Mitten im dritten Bezirk – in den ehemaligen Hofstallungen von Marie von Ebner Eschenbach – im geschäftigen Treiben auf der Landstraßer Hauptstraße, befindet sich das Herzstück des Hauses: Wiens erste Stadtkäserei. Aus Rohmilch werden Frischkäse und Camemberts gemacht. Die kann man direkt ab Käserei kaufen, Kurse gibt's ebenfalls. Ehrliche, hochwertige Zutaten sind das, worauf es uns bei Lingenhel beim Einkaufen und in der Küche ankommt. „Damit diese noch besser zur Geltung kommen, geben wir ihnen die Zeit, die sie verdienen.“

Lingenhel | Landstraßer Hauptstraße 74, 1030 Wien  
[www.lingenhel.com](http://www.lingenhel.com)

---



### Johannes Lingenhel

Vor 28 Jahren kommt der gebürtige Bregenzer nach Wien um Wirtschaftsinformatik zu studieren. Ab 1995 wird aber alles anders. Er beginnt bei Party Pöhl zu arbeiten, wird zum Genussmensch und entdeckt schnell seine Leidenschaft für außergewöhnliche Produkte. Fünf Jahre später folgte die Selbständigkeit. Gemeinsam mit Christian Pöhl führte er einen der bekanntesten Feinkostläden und die erste Adresse für Feinschmecker in Wien, den Pöhl am Naschmarkt. Viele der Partnerschaften, die Johannes Lingenhel während seines langjährigen Engagements am Naschmarkt mit den besten Produzenten aus Italien, Kroatien, Frankreich, Spanien und dem Rest Europas geknüpft hat, pflegt er bis heute. Mittlerweile ist das Lingenhel ein fixer Stern am Wiener Delikatessen Himmel. Die erstklassigen Produkte aus diesem internationalen Netzwerk können Genießer in der Landstraßer Hauptstraße nahe dem Rochusmarkt erstehen.

# Pula – der Geheimtipp



**Jetzt**  
Flug nach Pula ab  
St. Gallen-Altenrhein  
buchen

*Text: Denise Kleis*

**Die älteste und größte Stadt Istriens und eine ihrer wichtigsten Hafenstädte darf man keinesfalls unterschätzen. Hier gehen Sie auf Zeitreise, denn die ganze Stadt blickt auf eine lange Geschichte zurück. Überall entdecken Sie geschichtsträchtige Bauten aus der Zeit der Römer, Venezianer und Byzantiner, die Ihnen viel über sich und die Stadt erzählen. Die perfekte Mischung aus Kultur und Freizeit macht die Stadt Pula an der kroatischen Adria besonders attraktiv.**



▲ Sonne, Meer und Strand satt: Das ist Pula.

Pula wurde bereits während des römischen Reiches von 2. v. Chr. bis 14 n. Chr. errichtet und war 500 Jahre lang die bedeutendste römische Stadt in der Region. Aus dieser Zeit sind noch einige Bauwerke erhalten. Das alte Amphitheater beispielsweise, die zweitgrößte Arena des römischen Reiches, ist das sechstgrößte seiner Art weltweit. In der Römerzeit wurden hier Gladiatorenkämpfe ausgetragen, später, im Mittelalter, fanden Ritterturniere statt. Heute erleben Sie, hier in einzigartigem antikem Ambiente, eine breite Palette an kulturellen Veranstaltungen wie Musikkonzerte, Filmfestspiele und Kunstausstellungen, bei denen bis zu 5.000 Gäste Platz haben.

### DAS LEUCHTEN IN ALLEN FARBEN

Auch der Hafen von Pula wird Sie beeindruckern. War dieser einst zu Zeiten von Kaiser Franz Josef I. ein wichtiger Kriegshafen der österreichisch-ungarischen Monarchie, ist er heute eine Werft. Unser Tipp: Besuchen Sie den Hafen, sobald es dunkel wird. Denn dann werden die Kräne der Werft „Uljanik“ in vielen verschiedenen Farben erleuchtet.

### LEBEN UND TREIBEN DER STADT

Ein weiterer historischer Höhepunkt ist das Forum von Pula. Das Leben findet hier in der Altstadt statt, denn hier flanieren die Menschen gerne, beobachten in Cafés, Restaurants und Bars das Geschehen. Die vielen Veranstaltungen locken zahlreiche Besucher an.

Vor Ort empfehlen wir Ihnen ein besonderes Café: Im „Cvajner“ verweilen Sie unter Trendsettern, Künstlern und Kunstliebhabern. Die bekannteste Flaniermeile startet in der „Ulica Sergijeva“ mit spannender Architektur und kleinen Gassen. Wenn Sie Märkte lieben, dann schauen Sie sich einen der größten Istriens in der Markthalle in Jugendstilarchitektur an (Adresse: Narodne trg 9). Erleben Sie eine kulinarische Reise mit istrischem Trüffel, Olivenöl und Fisch von rund 60 Anbietern.

### EMPFEHLUNG VON MICHAEL NACHBAUR, GESCHÄFTSFÜHRER VON HIGH LIFE REISEN:

„Ich kenne Pula seit zehn Jahren und diese Region ist einzigartig. Es gibt auf kleinem Raum so viele Attraktionen, die man fußläufig erreichen kann: In einem Radius von drei Kilometern finden Sie mindestens ein Gourmetrestaurant, eine kroatische Taverne, einen prämierten Olivenölhersteller sowie ein schönes Weingut. Die Altstadt ist, so scheint es, vor 200 Jahren stehen geblieben. Die Küste ist abwechslungsreich, es gibt traumhaft schöne Buchten und die Wasserqualität ist sehr gut. Abseits der Standardreiseziele ist Pula ein guter Geheimtipp.“



▲ Pula ist auch das perfekte Ziel für alle Geschichtsinteressierten.

### SPORT UND SPASS

Wer gerne seinen Strandurlaub genießen möchte, findet in Pula eine breite Auswahl an schönen Kiesel- und Feinkieselstränden sowie Felsstränden. Sollten Sie dennoch einen Sandstrand vermissen, dann können Sie in den nur zehn Kilometer entfernten Ort Medulin fahren. In Pula kommen Wasserratten auf ihre Kosten: Von Jetski oder Treetboot fahren, Tauchen bis hin zu Windsurfing ist alles möglich. Außerdem gibt es in der Region aufregende Fahrradstrecken und schöne Wanderwege, die Sie entdecken können.

Pula hat rund

**60.000**

Einwohner.

Im Amphitheater haben früher um die

**23.000**

Zuschauer die Gladiatorenkämpfe verfolgt, heute können bis zu

**5.000**

Zuschauer an Veranstaltungen teilnehmen.

# Die schönsten Hideaway-Hotels auf Sardinien

Mit High Life Reisen bequem ab Altenrhein auf die Trauminsel fliegen

Jetzt gibt es noch die besten Frühbucher-rabatte und die größte Auswahl.



Sardinien ist eine Insel, die viele Gegensätze in sich vereint. Nicht ohne Grund wird sie auch oft „der kleine Kontinent“ genannt, denn nirgendwo sonst findet man diese unglaubliche Kombination: feine Strände, glasklares, türkisblaues Meer wie in der Karibik, schroffe Berge und tiefe Schluchten wie in den Alpen, Granitfelsen wie auf den Seychellen, unberührte Landschaften und eine abwechslungsreiche Küste, gastfreundliche Menschen, Luxus und High Society. Und das alles ohne den üblichen Massenandrang. Und dazu gibt es viele kleine Charming-Hotels, die einen persönlichen und herzlichen Service bieten, dass man sich einfach wohlfühlt. Einfach ein einmaliges Urlaubserlebnis.

»Wer sich kleine private Hotels, Ruhe und unberührte Natur für seinen Urlaub wünscht, ist auf Sardinien genau richtig. Besonders in der Vorsaison sind die Strände menschenleer.«

Andrea Gussger, High Life Reisen

## DIE HIGH LIFE TOP HIDEAWAYS

**Grand Relais dei Nuraghi\*\*\*\*:** Das kleine Boutiquehotel ist ein ruhiger Platz in der Nähe der Costa Smeralda. Besonders schön ist der Blick von der Terrasse über die Granitfelsen und das Meer. Eine Woche inklusive Flug, Flughafenparkplatz, Doppelzimmer, Halbpension, z. B. am 23.5. ab EUR 1.385,- pro Person

**Capo d'Orso\*\*\*\*:** Ein erstklassiges und romantisches Hotel inmitten duftender Wachholder- und Olivenbäume. Es beherbergt zu dem eines der besten Restaurants in Nordsardinien. Eine Woche inklusive Flug, Flughafenparkplatz, Doppelzimmer, Halbpension, z. B. am 23.5. ab EUR 1.666,- pro Person

**Su Gologone\*\*\*\*:** wer etwas Einzigartiges sucht, ist hier richtig. Das kleine Landhotel liegt in den Bergen, ist mit viel Liebe zum Detail eingerichtet und hält viele versteckte Plätze bereit. Eine Woche inklusive Flug, Flughafenparkplatz, Doppelzimmer Classic, Frühstück, z. B. am 16.5. ab EUR 1.324,- pro Person

**Stella Maris\*\*\*\*:** der schönste Platz für Paare in Südsardinien. Das kleine, gediegene Hotel hat nicht nur eine wunderbare Strandlage sondern auch eine ausgezeichnete Küche. Eine Woche inklusive Flug, Flughafenparkplatz, Doppelzimmer, Halbpension, z. B. am 16.5 ab EUR 1.449,- pro Person

High Life Reisen bietet diese und viele weitere ausgesuchte Hotels für Paare und Familien mit Flügen ab Altenrhein jeden Samstag von 16.5. bis 17.10. an. Bei allen Pauschalreisen ist der Parkplatz am Flughafen Altenrhein und die persönliche Betreuung durch die High-Life-Reiseleitung vor Ort inklusive.

Am besten gleich die neuen Gratis-Kataloge abholen oder sich ein persönliches Angebot für sein Lieblingshotel zusammenstellen lassen.

**HIGH LIFE**  
REISEN

Buchung, Information und Katalogbestellung bei High Life Reisen

A-6840 Götzis, Im Buch 1, Am Garnmarkt, Tel +43/5523 649500, CH-9423 Altenrhein, Am Flughafen, Tel. +41/71 886 60 88  
info@highlife.at, www.highlife.at

# FUNKENFEUER IM BODENSEERAUM

Der sogenannte „Funken“ ist ein vermutlich heidnischer Feuerbrauch, der vor allem im ländlichen Raum auch heute noch weit verbreitet ist. Am Funkensonntag, dem ersten Sonntag nach Aschermittwoch, sollen die lodernden Flammen seit jeher den Winter vertreiben.



Die **Funkenhexe** symbolisiert den verhassten Winter. Mancherorts ist sie mit Schießpulver gefüllt, sodass sie mit lautem Knall explodiert. Als schlechtes Omen gilt es allerdings noch heute, wenn der Funken zusammenfällt, ehe es brennt.



Das **Entzünden** des Funkenfeuers wird meist feierlich zelebriert. Zum Teil zieht die Dorfgemeinschaft bei Einbruch der Dunkelheit mit einem Fackelzug zur Feuerstelle.



Um den Aufbau kümmernte sich früher die **Dorfjugend**.

Heute gibt es zum Teil eigene Funkenzünfte – oder der ansässige Narrenverein legt nach Aschermittwoch persönlich Feuer!



In der Nacht vor dem Feuer bewacht die **Funkenwache** den Aufbau – damit nicht die Burschen aus dem Nachbarort den Funken vorzeitig abbrennen!



30 Meter hohe Funkenaufbauten sind keine Seltenheit. Ein neuer **Weltrekord** wurde 2019 in Lustenau aufgestellt: **60,64 Meter** hoch wurde der Funken aufgeschichtet, ehe er den Flammen überlassen wurde.



Früher wurde der Funken nicht zuletzt dazu genutzt, allerlei **Unrat** zu verbrennen und damit – ganz „weltlich“ gedacht – zum Frühjahr hin ordentlich auszumisten.



In Vorarlberg und im Allgäu besteht der Funken meist aus aufwendigen **Holzkonstruktionen**, sonst zum Teil aus Stroh oder Schnittholz.



Heute stellen strengere **Umwelt- und Sicherheitsauflagen** die Funkenfeuer vielerorts infrage. Das Verbrennen von Holz unter freiem Himmel setzt zahlreiche Schadstoffe frei und ist nicht umsonst häufig untersagt.

## Impressum

### Herausgeber:

Altenrhein Luftfahrt GmbH,  
Office Park 3, Top 312,  
1300 Flughafen Wien I Österreich

### Umsetzung:

Silberball Bregenz, Strategische  
Markenberatung & Kreation,  
www.silberball.com

CONTUR GmbH & Co. KG,  
www.agentur-contur.com

### Konzept:

CONTUR | Michael Dünser

### Projektleitung:

CONTUR | Ann-Kathrin Ritzler

### Redaktion:

CONTUR | Philipp J. Schmidt,  
Peter Meisterhans, Denise Kleis,  
Thomas Wunderlich

### Gestaltung:

Silberball Bregenz | Sabine Blaser

### Fotos:

People's: S. 3  
Skinfit: S. 4–9  
Lisa Dünser: S. 9–14, 16–18,  
28–33, 37–41  
High Life Reisen: S. 16–19  
Skisport- und Veranstaltungs GmbH  
Fotograf Dominik Berchthold: S. 24  
Marina Maiser: S. 34  
Anna-Tina Eberhard: S. 34  
Udo Mittelberger: S. 34  
MTK Dagmar Schwelle: S. 35  
IBO Friedrichshafen: S. 35  
Bodyguard Das-Muscial Wien 2018  
VBW Deen van Meer, Hans-Jörg  
Haas: S. 36  
Internationales Bankhaus Bodensee:  
S. 37  
Thomas Wunderlich: S. 42–43  
Shutterstock: S. 1, 22, 44–45

### Druck:

Holzer Druck und Medien, Weiler im  
Allgäu. Gedruckt auf Designoffset  
brillantweiß.

### Anzeigen Österreich:

Silberball Bregenz  
bregenz@silberball.com

### Anzeigen Schweiz/Liechtenstein:

Creative Service  
kunde@creativeservice.li

PAUSE ist das Bordmagazin der  
People's Air Group.

Die nächste Ausgabe erscheint am  
1. April 2020.



 vorarlberg museum, Bregenz

**HYPO**  
VORARLBERG

# LÄNDLE. KLINGT NIEDLICH, WENN MAN NICHT DIE KONKURRENZ IST.

## WER VIEL VORHAT, KOMMT ZU UNS.

Viele regionale Unternehmen schätzen die Hypo Vorarlberg für ihre Finanzexpertise. Und für die Menschen, die sie täglich unter Beweis stellen: Exzellente Berater, die die internationalen Märkte genauso gut kennen wie Ihre Nachbarschaft. Bleibt eigentlich nur noch die Frage: Was planen Sie Großes?

Hypo Vorarlberg – Ihre persönliche Beratung in Vorarlberg, Wien, Graz, Wels und St. Gallen (CH).  
[www.hypovbg.at](http://www.hypovbg.at)