

Philipp Johner hält ein leidenschaftliches Plädoyer für gelebte Gastfreundschaft, die aus dem innersten Herzen kommt. Der Gründer und Chef der Beratungsfirma Manres für ganzheitliche Unternehmensentwicklung ist überzeugt: Für echte Gastfreundschaft ist ein authentisches Interesse am Menschen selbst elementar.

Text: Christoph Siegert

Bild: Günther Bolzern

Herr Johner, was heisst für Sie Gastfreundschaft, was verbinden Sie damit?

Philipp Johner: Das Kernwort der Gastfreundschaft ist die Freundschaft. Freundschaft ist für mich das Immunsystem der Gesellschaft.

Inwiefern?

Freundschaft ist nicht das, was heute unter Social Media fällt, wo lediglich Informationen ausgetauscht werden. Im Unterschied dazu bedeutet Freundschaft im ursprünglichen Sinne, der Anwalt des Potentials, der Bestimmung des Freundes zu sein.

Als Freund glaube ich an den anderen.

Genau. Und dadurch entsteht ein dynamischer Prozess, jemand sieht in Ihnen mehr als das, was Sie heute können. Auf dieser Basis kann man sich streiten, einander ermahnen und gleichfalls ermutigen. Das Phänomen der Freundschaft beinhaltet beide Komponenten, sowohl das Kritik äussern als auch das Aufbauen. Dass man sich also ganz nackt zeigen kann, ohne dass man sich blossgestellt fühlt.

Wie können wir in diesem Zusammenhang den Gast betrachten?

Der Gast im Gastronomiebereich ist der positive Fremde. Obwohl er ein Unbekannter ist, gewähre ich ihm Eintritt in mein Haus. Wobei Gastfreundschaft etwas ist, das wir in unserer individualisierten Kultur sehr vernachlässigen, da wir es uns ökonomisch leisten können.

Eine reine Folge des Wohlstandes?

Nicht nur, aber auch. Wenn man sich Richtung Osten bewegt, ob nach Asien oder Osteuropa, dann spürt man, dass Gastfreundschaft dort noch immer zu den Anstandsregeln gehört.

Können Sie ein Beispiel nennen?

In Osteuropa ist man oft fast beschämt, wie gastfreundlich die Leute einen behandeln. Ich erinnere mich daran, als ich in den 80er Jahren als junger Athlet in einem Trainingslager war in Ungarn: Zu jedem Frühstück bekam ich viele nahrhafte Eierspeisen. Erst am Ende der Woche wurde mir bewusst, dass eigentlich pro Athlet immer nur ein Ei zur Verfügung stand. Aber weil ich ein Gast war, haben sie ihre Rationen für mich zusammgelegt, damit es mir vollumfänglich gut geht.

Und wie beurteilen Sie die Gastfreundschaft in der kapitalisierten Welt?

In unserer Kultur laufen wir Gefahr, Gastfreundschaft nur gegen Geld zu gewähren. Es ist bei uns ein Geschäft. Ich verbringe pro Jahr etwa 100 Nächte in einem Hotel, sowohl im Ausland als auch in der Schweiz. Aufgrund meiner langjährigen Erfahrungen wird mir das Gefühl vermittelt, dass je schneller ich als Gast mein Geld liegen lasse und je schneller ich wieder gehe, umso besser.

Ich sehe jedoch sehr viel Potential insbesondere in der Schweiz sich mit gelebter Gastfreundschaft vom Mainstream abzusetzen und einen essentiellen Unterschied zu schaffen.

Zurück zum Begriff der Freundschaft:

Ist dieser im Wort Gastfreundschaft eigentlich falsch oder ist er sehr wohl richtig, aber wir verstehen etwas falsch?

Ja, Gastfreundschaft ist richtig, wir verstehen das Wort «Freundschaft» oft nur falsch. Wir denken, Freundschaft ist ein Schwur für die Ewigkeit und da wir das nicht ohne weiteres zu leisten im Stande sind, lassen wir uns gar nicht erst darauf ein. Dies verkennet die Möglichkeiten, die uns der Herrgott ins Leben gelegt hat: Nämlich überall

schnell und durchaus tiefberührend Freundschaften bilden zu können, wenn wir das nur zulassen.

Wie kann das Verhältnis zwischen Dienstleistern im Tourismus und deren Gästen ideal gestaltet werden?

Kann ich einfach einmal von mir ausgehen?

Ja, bitte.

Die Frage ist: «Wann fühle ich mich wohl?» Ich fühle mich dann wohl, wenn ich das Gefühl bekomme, dass es dem Gastgeber und seinen Bediensteten um mich geht, um mein Wohlbefinden, so lange ich in deren Hause zu Gast bin. Letztlich ist das ein Verständnis, das unter common sense fällt. Aber: Common sense ist leider häufig nicht gleich common practice.

Können Sie das erläutern?

Vonseiten des Gastgebers ist aufrichtiges Interesse am Gast als Mensch gefragt. Das Interesse soll für den Gast spürbar werden. Um sich wohl fühlen zu können, ist die Stimmung in einem Betrieb ausschlaggebend. Schwarz-Weiss gemalt: Herrscht in einem Betrieb entweder gute Stimmung oder schlechte Stimmung.

Die Stimmung hängt von ganz vielen Dingen ab.

Entscheidend ist: Welche Stimmung gewinnt die Oberhand? Gastgeber, die Heimvorteil haben, sollten mit spürbarer, sichtbarer, leicht offensiver und guter Stimmung vorangehen. Führungskräfte haben eine Vorbildfunktion und sollten diese positive Haltung vorleben und ihre Mitarbeitenden damit anstecken. Dadurch zeichnen sich gute Unternehmen insbesondere im Gastgewerbe aus.

Wie kann denn an der Stimmung in einem Betrieb gearbeitet werden?

Ich finde es wichtig, dass die Teams, die in einem Gastronomiebetrieb zusammenarbeiten, ganz ähnlich wie in einer guten Fussballmannschaft sich gegenseitig Mut machen und sich gegenseitig anspornen. In Japan hat mich immer Folgendes beeindruckt: Wenn ein neuer Gast in ein Restaurant eintritt, grüsst einer der Angestellten



Philipp Johner ist CEO & Founder der Manres AG-Beratungsfirma für ganzheitliche Unternehmensentwicklung durch Transformationskompetenz. Philipp Johner glaubt an die würdevolle, reich begabte und einzigartige Identität jedes Menschen, der dadurch Sinn erlebt, dass er Beiträge leistet zum Gelingen eines grösseren Ganzen. Als Psychologe und Leadership-Trainer begleitet er zusammen mit dem Manres-Team seit über 25 Jahren Entscheidungsträger führender nationaler und internationaler Unternehmen auf ihrem Weg, das innewohnende Potential von Individuen und Organisationen zu grösseren Leistungen zu entfalten.

ganz laut und dann folgen alle Mitarbeiter dem Beispiel und grüssen ebenfalls vernehmbar. Das ist für uns vielleicht ungewohnt, aber der Ursprungsgedanke dahinter wirkt auch bei uns Schweizern. Jeder Mensch fühlt sich gerne willkommen.

Sie haben eben schon die Führungsebene eines Betriebes angesprochen.

Können Sie näher darauf eingehen?

Welche Rolle spielt sie?

Die Führungsebene spielt eine ganz entscheidende Rolle. Ein Chef kann nicht einfach auf einen Knopf drücken und von seinen Mitarbeitern verlangen zu funktionieren. Er muss die positive Haltung des Betriebes vorleben und sich darum bemühen, Mitarbeiter zu finden, die motiviert sind. Wichtig: Training macht den Unterschied, wenn angestrebt wird, eine positive Haltung zu

entwickeln. Ein Beispiel, das dies veranschaulicht ist die Aufgabe eines Piloten. Flugzeuge befinden sich 90 Prozent des Fluges neben dem Kurs. Der Pilot ist immer wieder gefordert, es wieder auf Kurs zu bringen. Für den langfristigen Erfolg ist es wichtig, dass Entscheidungsträger ihren Mitarbeitern in diesem Lernprozess vorangehen, sie schätzen und positiv motivieren.

Wie tiefgehend kann überhaupt ein freundschaftliches Verhältnis zwischen einem professionellen Gastgeber und seinem Gast sein? Es ist ja stets eine recht kurze Begegnung.

Hier gibt es ein Missverständnis: Man ist der Annahme, eine tiefgehende Begegnung braucht viel Zeit und Glück, wir nennen das dann Chemie und Sympathie. Ohne diese beiden Komponenten gehen wir von einem

gespielten Interesse aus. Und darin gleicht glaube ich das Verhalten vieler dem schlauen Fuchs im Märchen, dem die Trauben zu hoch hängen. Als er dies sieht, äussert er, die Trauben seien wohl faul.

Dabei ist er eigentlich im anderen Sinne des Wortes selbst zu faul.

Er will sich nicht die Mühe machen, sich zu strecken.

Genau. Ich denke, dass echter Tiefgang viel mehr von dem authentischen Interesse abhängig ist, als von der Zeit, die man miteinander verbringt. Man kann ganz viel Zeit mit Leuten verbringen und hat überhaupt keinen Tiefgang. Fest steht: Wenn der Fokus darauf liegt, wie viel Umsatz ich mache, was der Gast jetzt bestellt und wie lange er da sitzen bleibt, dann ist die Stimmung von vornherein vergiftet, auch wenn sich



Versteht sich und seine Wildmannli nicht als Mahner oder Nörgler, sondern als kritisch Hinterfragende. Rat- und Ideengeber sein mit dem Anspruch, über Jahre vorausschauend zu denken und auf Missstände hinzuweisen und anzuregen. «Nicht zum individuellen Eigeninteresse, sondern für das Gemeinwohl aller, für unsere Heimat», so Patrik Wagner (links im Bild).

Text: artikuliert.ch

Bild: Manuel Kurth

Die Wildmannli Tafel uf Tafaas will anregen und zusammen mit den örtlichen Branchenvertretern aus Davos und Klosters auf die Gastfreundschaft als zentraler touristischer Lebensnerv hinweisen. Die Wildmannli Tafel uf Tafaas initiiert diesen Themenzyklus und tritt dabei als Sponsor auf. Die Gastgeber sind die örtlichen Hotelier-, Gastro- und Gewerbevereine aus Davos und Klosters und verdeutlichen damit die Wichtigkeit des Themas.

SNOWTIMES stellt sich auf den Standpunkt, dass es in der Destination Davos Klosters unzählige hervorragende Gastgeber gibt, die mit Herzblut und viel Engagement täglich die Wünsche der Gäste ins Zentrum stellen. Eine abschliessende Aufzählung ist an dieser Stelle nicht möglich, dennoch hier einige Statements von exzellenten Gastgebern in der Destination. Weitere folgen im nächsten Heft, wurden in früheren Ausgaben vorgestellt oder auf anderen Seiten dieser Ausgabe.

Toni Morosani, dem Präsidenten von Hotel-Gastro Davos, gehört das erste Wort: «Seit mehr als 100 Jahren ist die Familie Morosani in der Davoser Hotellerie engagiert und führt ihre Hotels mit echter Gastfreundschaft. Jedes Hotel hat seinen eige-

nen Stil und seine eigene Atmosphäre. Drei Hotels, eine Seele.»

Auch Christian Erpenbeck, Präsident Hotelierverein Klosters, engagiert sich am Vortragszyklus zum Thema Gastfreundschaft. In seinem Betrieb gilt: «Silvretta Parkhotel Klosters – seit 145 Jahren ein Haus zum Wohlfühlen. Erleben. Geniessen.»

Ebenso Urs Wiprächtiger, Inhaber des Café Schneider, Davos: «Vieles hat sich in den letzten fünfzig Jahren in Davos verändert. Das Schneider's ist geblieben, was es schon seit 1915 ist: Die Grande Dame der Davoser Kaffeehäuser. Ein echter Klassiker eben, dem man beim Eintreten augenblicklich seine Historie anmerkt.»

Maurice Parrée, Direktor des Hotel GRISCHA sagt auf Anfrage: «Echte Gastfreundschaft spürt man, wenn bei der Begegnung von beiden Seiten das Interesse da ist. Ich weiss aus Erfahrung, dass es in Davos Klosters viele Menschen gibt, die stolz auf die Destination sind – und denen es grosse Freude macht, diesen Stolz mit den Gästen zu teilen. Tourismus ist Begegnung. Man spürt die Gastfreundschaft in den Restaurants. Auf dem Berg. Beim Wandern und Biken. Hier ist es üblich, dass man einander grüsst und Rücksicht nimmt. Behilflich sein, auf den Gast zugehen, echtes

Interesse zeigen – Höflichkeit bei der Begegnung. Auch bei uns im Hotel wird Gastfreundschaft sehr gross geschrieben und von allen von Herzen gelebt. Für uns ist ein wichtiger Teil bei der Mitarbeiter-Rekrutierung: Darauf zu achten, ob ein potentieller Mitarbeiter eine echte Liebe für die Destination hat und dies auch mit den Gästen teilen will und kann.»

In Davos Dorf sagt Fiona Jungi vom Hotel Seehof: «Wie pflegen wir immer so schön zu sagen: Eine der schönsten Freundschaften ist die Gastfreundschaft. Es liegt uns am Herzen, dass die Gäste sich rundum wohlfühlen und ihre Wünsche erfüllt werden. Wenn Gäste anreisen, die schon einmal bei uns waren, wissen wir vorher genau, auf was diese Gäste speziell Wert legen oder welche Wünsche sie haben. Ein sehr bekanntes Gesicht für unsere Gäste ist unser Concierge Bruno Haag. Auch in ihm haben sie natürlich einen kompetenten Ansprechpartner, wenn es darum geht, den Tag zu planen oder spezielle Wünsche zu äussern. Die Gäste sollen einfach das Gefühl haben, wenn sie bei uns anreisen oder von ihrem Tag auf der Skipiste zurückkehren, dass sie nach Hause kommen.»

Auch Patrik Wagner, der Initiant vom Zyklus Gastgeber-Excellence ist sich sicher, dass die Destination Davos Klosters immer wieder in höchstem Masse mit Gastfreundschaft lockt: «Davos Klosters ist Stadt und Land zugleich. Keine Ferienregion der Alpen bietet diesen Kontrast von Metropole und Natur pur. Die Vielfalt und die gute Erreichbarkeit und Nähe zur Agglomeration Zürich, sowie die Schneesicherheit sind einzigartig. Unterschätzt wird der Sommer und Herbst, die für den Gast bald mehr zu bieten haben als der Winter.» Seiner Meinung nach müsse die Gastfreundschaft im Tourismus trotzdem weiter gesteigert werden, um die Konkurrenz im Ausland hinter sich zu lassen. Aber vieles sei in der Destination Davos Klosters bereits sehr gastfreundlich: «Alle Betriebe, die es mit ihrem Chef und ihren Angestellten schaffen, in ihr Hotel, ihr Restaurant und ihren Laden, Wärme, Atmosphäre und persönliche Dienstbereitschaft zu bringen. Denn: Der Gast ersehnt sich Geborgenheit und persönliche Nähe.» ♦

das noch nicht sofort bemerkbar macht. **Für die Betreiber ist Tourismus doch reines Business, ein kalkuliertes Geschäft. Denn: Letztlich verbringt der Gast nur kurze Zeit am Urlaubsort, ein paar Tage, dann geht man wieder auseinander. Lohnt es sich da, in Gastfreundschaft zu investieren?**

Gegen diese Kurzsichtigkeit des «lohnt sich das, der geht ja auch wieder und vielleicht sehe ich ihn gar nicht wieder» gibt es Einiges zu sagen: Ein Mensch spricht über eine gute Erfahrung nach einem Kauf im

die Menschen als Mittel zum Zweck sehe, ist es ein Rohrkrepierer. Es ist wichtig, die eigene Motivation zu prüfen, ob man wirklich ins Gastgewerbe möchte. Die Voraussetzungen sind diese vier «M»: Man muss Menschen mögen.

Für diejenigen, die sich in dieser Hinsicht verbessern wollen – wie kann denn ein Investment in Gastfreundschaft aussehen? Was für Massnahmen können getroffen werden?

Es kommt darauf an, wo die Person steht. Ratsam ist, sich in Empathie zu üben, sich

Das Geheimrezept ist die Wertschätzung des Menschen. Wobei kein wirtschaftliches Ziel im Vordergrund steht, sondern der Mensch als Individuum erkannt und wertgeschätzt wird. Das mag anfänglich etwas kontraintuitiv scheinen, denn natürlich ist eine unternehmerische Haltung unabdingbar. Wenn ich aber den Menschen ins Zentrum rücke, dann wird er mir das durch Treue verdanken und auch eine positive Wirkung auf mich ausüben. Wer den Menschen als Mittel zum Zweck sieht, verkürzt seine eigenen Möglichkeiten. **21**

Freundschaft ist für mich das Immunsystem der Gesellschaft

Durchschnitt zu vier Personen, nach einer schlechten Erfahrung aber im Durchschnitt zu sieben Personen. Das Verhältnis wird noch viel fataler, wenn man Folgendes weiss: Von den sieben Personen, die eine negative Information erhalten haben, verbreiten vier die Nachricht noch einmal weiter. Also: Jeder Gast ist eine Litfasssäule und wird nach aussen tragen, was er erlebt hat.

Der Gast ist eigentlich ein Teil des Marketing?

Ja. Aus der Haltung des Gastgebers entsteht eine Stimmung, die anziehend, abstossend oder neutral wirkt. Das hat Auswirkungen darauf, was der Gast weitererzählt und ob er wiederkommt. Es ist zudem wichtig, sich als Mitarbeitender im Gastgewerbe immer wieder selbst mit Energie aufzutanken, um überhaupt mit einer authentisch positiven Einstellung arbeiten zu können.

Ist der Geschäftsgedanke im Tourismus dabei zerstörerisch oder positiv?

Ein Geschäftsgedanke ist immer positiv, wenn er den Menschen dient. Wenn der Erfolg dem Dienen folgt, ist es perfekt. In dem Moment, wo ich Erfolg haben will und

in Ausstrahlung zu üben. Rein physisch zum Beispiel – aufrecht zu stehen, zu lächeln, einander in die Augen zu sehen. Darüber hinaus gut zuhören zu lernen. Und wenn der Gesprächspartner mit seiner Aussage fertig ist, noch zwei Sekunden zu warten, um sicher zu gehen, dass er sich aussprechen konnte. So spüren die Leute: «Mein Gegenüber interessiert sich offensichtlich wirklich für mich.»

Also ganz und gar bereit sein, für den Gast da zu sein.

Ja, jeder Angestellte sollte immer Gelegenheiten suchen, dem Gast Wertschätzung entgegenzubringen. Die einzige Voraussetzung dafür ist, dass es sich um echte, wirklich empfundene Wertschätzung handelt. Eine aktive Suche nach Lobenswertem ist gefragt. Wenn man seinen Fokus auf das Positive ausrichtet, hat das den Nebeneffekt, dass man sich eine positive Wahrnehmung antrainiert.

Können Sie die Verknüpfung zwischen einer freundschaftlichen Kultur im Tourismus und der Gastbindung näher ausführen?

Wenn ich Sie richtig verstehe, dann lässt sich gar nicht davon sprechen, dass bestimmte Eigenschaften und Werte dafür sorgen, dass jemand herzlich und wertschätzend sein kann. Das ist noch viel zu rational. Die Fähigkeit zu freundschaftlichem Verhalten steckt viel tiefer in einem drin, ist intuitiver.

Ja, es gibt körperliche Elemente wie eben bereits erwähnt – zum Beispiel die aufrechte Haltung, Blickkontakt und Lächeln – und es gibt psychologische Elemente wie Empathie, Wertschätzung und Echtheit. Aber dann existiert wirklich auch eine spirituelle Ebene, die überall zu finden ist, wo man wahrhaftig auf der Suche nach ihr und sensibel genug ist, sie aufzunehmen.

Können Sie diese Ebene näher beschreiben?

Die spirituelle Ebene lässt sich auf einen Nenner bringen: Kann ich, noch bevor mir mein Gegenüber den Beweis dafür angetreten hat, bei ihm etwas Gutes vermuten? Kann ich eine positive Begegnung vorwegnehmen und für möglich halten? Das ist das Leib-Seele-Geist-Konzept des Menschen

22 und hat mit den Grundbedingungen des Menschseins überhaupt zu tun – der *Conditio Humana*. Bei der Arbeit wirkt der ganze Mensch, das heisst seine physische, emotionale und spirituelle Ebene sind gefragt. Wird ein gezieltes Training auf allen drei Ebenen geübt, steigt automatisch der Motivationspegel an und eine positivere Ausstrahlung entsteht.

Also geht es darum, weniger von dem abhängig sein, was einem entgegentritt und mehr aus sich selbst heraus eine Energie zu übertragen, eine Begegnung selbst zu steuern?

Genau. Eigentlich lautet die Hauptfrage: Wer beeinflusst wen.

Was Sie beschreiben klingt nach dem Gegenteil einer Optimierung,

Ja. Das ist wie bei der Telefonnummer: Es reicht nicht, die Zahlen zu kennen, man muss auch noch die Reihenfolge haben.

Um noch einmal den Tourismus einzu-beziehen, wie lässt sich schlussendlich Erfolg im Tourismus beschreiben?

Erfolg ist, wenn die Gäste gerne wiederkommen. Wenn die Gäste mit ein bisschen mehr Energie aus meinem Gasthaus heraus-

Ein Geschäftsgedanke ist immer positiv, wenn er den Menschen dient

Und dann ist eine ganz andere Stimmung greifbar.

Ja, das ist so. Es gibt ganz tolle Leute im Service, die sich einen Sport daraus machen: «Ich möchte heute möglichst vielen Menschen, die eine schlechte Laune mitbringen, ein Lächeln aufs Gesicht zaubern. Mal gucken, wo es mir gelingt.» Freilich mit einer sportlichen Note, aber durchaus gespeist von einer tieferen Sorge um das Gute im Menschlichen und im Zwischenmenschlichen.

Und wenn die Person eine stark negative Ausstrahlung hat und mich das zu beeinflussen droht?

Wenn mir jetzt wirklich ein ganz schlecht gelaunter Mensch begegnet – so etwas müssen zum Beispiel auch Polizisten üben – kann ich mit mir so proaktiv umgehen, dass ich sage: «Nun, der wird wohl einen schweren Tag gehabt haben. Na, immerhin hat er es bis zu mir geschafft.» Etwas in dieser Art, damit ich mich nicht innerlich verkrampe und das Gefühl bekomme, dass dessen schlechte Laune wohl ein Angriff auf meine Person sei. Denn dann laufen wir in einen Teufelskreis rein und ich bekomme das Gefühl, ich müsste mich verteidigen.

die auf einen Zweck ausgerichtet ist.

Wie definieren Sie dann Erfolg?

Erfolg lässt sich grundsätzlich auf zwei Arten definieren: Zum einen objektiv durch Zielerreichung und zum anderen subjektiv durch den Grad an Erfüllung, den ich erfahre. Da sind sich alle Menschen einig. Jetzt kommt der grosse Unterschied. Häufig wird gepredigt: Erst musst du dein Ziel erreichen und dann wirst du Erfüllung erleben. Meine Lebenserfahrung, meine Arbeit als Psychologin und Coach zeigt mir: Es stimmt nicht. Man kann höchste, ehrgeizigste Ziele erreichen und erfährt keine Erfüllung. Man wird sozusagen süchtig und muss die Dosis des Erfolges steigern, um immer wieder den gleichen Effekt für eine kurze Zeit zu erzielen. Es sollte umgekehrt sein: Ich sollte mir angewöhnen, einen erfüllenden Lebensstil zu pflegen, dessen abfallendes Nebenprodukt Erfolg ist. Das hat mit den Grundbedingungen des Menschseins zu tun. In einem erfüllenden Lebensstil werden die berühmten vier «L» umgesetzt: Leben, lieben, lernen und gute Spuren hinterlassen.

Also sollten wir umdenken.

treten als bei ihrer Ankunft. Erfolg ist, wenn sie positiv darüber berichten. Erfolg ist, wenn die Leute sich angenommen und aufgenommen fühlen.

Wenn nicht alle über einen Kamm geschoren werden.

Ja genau. Es ist nicht einfach eine Schachfigur, die ich bewege. Sondern es handelt sich um einen ganzen Menschen, der seine Geschichte hat, seine Hoffnungen, seine Träume, seine Enttäuschungen, seine Ängste. Ich kann natürlich nicht auf alles eingehen, aber vielleicht kann ich mich vom Leben überraschen lassen. Man weiss nicht, was möglich ist, wenn man gute Absichten hat.

Haben Sie eigentlich eine persönliche Verbindung zu Graubünden?

Ja, ich bin mal Mitglied des Cristallclubs des HC Davos gewesen und bin mit Landammann Tarzsius Caviezel seit gut zwanzig Jahren befreundet. Zudem bin ich Patenonkel seiner Tochter Luna. Seit 1937 besitzt meine Familie ein Chalet in Obersaxen, welches mein Grossvater gebaut hat. Dort habe ich schon von Kindesbeinen an Zeit verbracht, genauso wie dann später meine Kinder. ♦

Wildmannli Tafel



wiitblick davos klosters

soziales und kulturelles Engagement sowie Visionen

www.wildmannlitafel.ch

Die Wildmannli Tafel uf Tafaas ist eine Denkfabrik für Davos Klosters und versteht sich als Impulsgeber für die Weiterentwicklung der Destination.

Die Wildmannli sind bereit, Geld und Zeit zur Verfügung zu stellen, um für die Region und ihre Einwohnerinnen und Einwohner sowie deren Gäste etwas zu bewegen, gleichzeitig aber auch benachteiligte Menschen und Familien zu unterstützen.

Wildmannli Tafel uf Tafaas
Rosenhügelweg 6
CH-7270 Davos Platz
Telefon +41 81 413 50 15
info@wildmannlitafel.ch
wildmannlitafel.ch