

## 3 Fragen – 3 Antworten



**Vorname, Name** Ueli Hug  
**Unternehmen** Mounteco GmbH

**Spezialgebiet innerhalb Kronberg 2040**  
Gesamtprojektleitung

**Tätigkeit innerhalb Kronberg 2040**  
Gemeinsam mit Verwaltungsrat, CEO, GL-Mitgliedern und Fachspezialisten durfte ich dieses spannende Projekt gestalten und bin nun punktuell in der Umsetzung involviert.

**1 Du hast tiefen Einblick in unsere Prozesse erhalten: Wie würdest Du die Dynamik in der Projektgruppe 2040 und die Kultur bei der Kronberg AG beschreiben?**

Der Verwaltungsrat ist meiner Meinung nach sehr gut zusammengesetzt. Er vereint Know-How aus unterschiedlichen Bereichen, besteht aus Männern und Frauen, die sich ihrer Verantwortung bewusst sind und pflegt eine kritisch-konstruktive Diskussionskultur. In Ergänzung mit dem CEO, der sich mit Leib und Seele dem Unternehmen verschrieben hat, ist hier eine besonders glückliche Konstellation am Werk. Gratuliere!

**2 Was war für Dich der ‚Aha-Moment‘ im Projekt – etwas, das den Kronberg klar von anderen Destinationen unterscheidet?**

Das war bei einem (schon etwas länger dauernden) Arbeitsmeeting im Herbst 2024, als viele Themen irgendwann kompliziert und Umsetzungswege besonders lang schienen. Da drehte die Stimmung plötzlich wieder ins Positive und man besann sich seiner Stärken, glaubte an das Unternehmertum und war überzeugt von den Stärken vom gesamten Team-Kronberg. Diesen «guten Mut», den es braucht, um vorwärtszukommen, vermisse ich bei vielen anderen Tourismusunternehmen.

**3 Aus Sicht Deines Fachbereichs: Warum ist «Kronberg 2040» genau die richtige Antwort auf die Herausforderungen der kommenden Jahre?**

Der Erfolg der letzten Jahre zeigt, dass der Kronberg die Bedürfnisse seiner Gäste kennt und überragende Gästeerlebnisse liefert. Kronberg 2040 fundiert auf diesen Stärken und auf der Positionierung, die man sich damit erarbeitet hat. Und: Die Ziele von Kronberg 2040 sind gerade so hochgesteckt, dass sie erreicht werden können. Dies wird Motivation sein für alle, weiterhin ihr Bestes zu geben für «ihren» Kronberg - mindestens bis 2040 :-)



**Vorname, Name** Rafael Enzler  
**Unternehmen** gutundgut

**Spezialgebiet innerhalb Kronberg 2040**  
Strategische Planung, Nutzungskonzept, Tourismusentwicklung

**Tätigkeit innerhalb Kronberg 2040**  
Als langjähriger Touristiker habe ich die Strategie und das Gastronomie-Konzept im Tal so mitgestaltet, dass wir die Wünsche unserer Gäste perfekt erfüllen und gleichzeitig den wirtschaftlichen Erfolg der Kronberg AG sichern.

**1 Du hast tiefen Einblick in unsere Prozesse erhalten: Wie würdest Du die Dynamik in der Projektgruppe 2040 und die Kultur bei der Kronberg AG beschreiben?**

Was mich besonders beeindruckt hat, ist der echte Macher-Spirit: Hier wird nicht nur geredet, sondern mit angepackt. Es herrscht eine enorme Energie in der Gruppe, bei der alle an einem Strang ziehen, um das Beste für den Gast herauszuholen. Diese Mischung aus herzlicher Leidenschaft und dem Willen, Dinge sofort anzupacken, macht die Kultur der Kronberg AG einzigartig.

**2 Was war für Dich der «Aha-Moment» im Projekt – etwas, das den Kronberg klar von anderen Destinationen unterscheidet?**

Der entscheidende ‚Aha-Moment‘ war die Erkenntnis, dass der Kronberg die klassische Logik einer Bergbahn umkehrt: Die Talstation ist hier kein blosser Durchgangsort, sondern ein eigenständiges, hochfrequentiertes Basecamp-Reiseziel. Diese bewusste Inszenierung des Tals als Erlebniszentrum schafft eine Strahlkraft, die den Kronberg klar vom Wettbewerb differenziert und die Wertschöpfung bereits vor der ersten Gondelfahrt maximiert.

**3 Aus Sicht Deines Fachbereichs: Warum ist ‚Kronberg 2040‘ genau die richtige Antwort auf die Herausforderungen der kommenden Jahre?**

Der Kronberg nutzt seine exzellente Erreichbarkeit und klare Zielgruppenfokussierung, um sich als resilienter Akteur im voralpinen Tourismus zu positionieren. Durch die gezielte Weiterentwicklung zur ganzjährigen Erlebniswelt antwortet ‚Kronberg 2040‘ proaktiv auf den Klimawandel und den Trend zur voralpinen Sommerfrische. Getragen wird diese Vision von einem Team, das operative Exzellenz mit echter Leidenschaft verbindet und so die Identität des Berges nachhaltig sichert.



**Vorname, Name**

Thomas  
Camenzind

**Unternehmen**

foodroots. AG

**Spezialgebiet innerhalb Kronberg 2040**

Entwicklung und Unterstützung des neuen  
Gastrokonzepts

**Tätigkeit innerhalb Kronberg 2040**

Zusammen mit der Geschäftsleitung und dem  
Verwaltungsratsausschuss durfte ich Talgastronomie  
von einer neuen, modernen Seite entwickeln,  
damit sie einen integrierenden Teil des Kronberg-  
Gesamterlebnisse wird.

**1 Du hast tiefen Einblick in unsere Prozesse erhalten: Wie würdest Du die Dynamik in der Projektgruppe 2040 und die Kultur bei der Kronberg AG beschreiben?**

Ich bin immer noch beeindruckt über die interdisziplinären Teamplayer innerhalb der beiden Gremien Verwaltungsrates und Geschäftsleitung. Der heterogene Personen-Mix erlaubt eine sehr offene und direkte Gesprächs- und Diskussionskultur. Der interne Spirit beider Gremium, den «Kronberg» zukunftsfähig zu machen, ist vorbildlich. Die Energie zu haben, die Gegenwart im Tagesgeschäft umsichtig zu meistern und gleichzeitig die Zukunft zu antizipieren und dies in einem ständig wandelnden Marktumfeld, ist eine Stärke der führenden Köpfe der Kronberg AG.

**2 Was war für Dich der ‚Aha-Moment‘ im Projekt – etwas, das den Kronberg klar von anderen Destinationen unterscheidet?**

Keine Pommes-frites mehr anzubieten! Es ist eigentlich ein simpler und trotzdem sehr mutiger Entscheidung! Wissen wir doch alle, dass Pommes bei Kindern das «Auswärtsgericht Nr. 1» ist. Die Kronberg-Führung will mit innovativen Alternativen der nächsten Generation zeigen, dass es durchaus andere coole Gerichte gibt. Diese Herausforderung wurde vom Gastronomie-Team aufgenommen und ein neues Angebot wurde entwickelt.

**3 Aus Sicht Deines Fachbereichs: Warum ist «Kronberg 2040» genau die richtige Antwort auf die Herausforderungen der kommenden Jahre?**

Die Verpflegung vor Ort wird in einem touristischen Entertainmentbetrieb wie dem Kronberg zukünftig von den Besuchern als noch wichtiger bewertet als heute. Die Kronberg Führung hat klar verstanden, dass die Gastronomie in einer 2040-Strategie ein integrierter Bestandteil des Gesamterlebnisses sein muss. So wie eine Top Infrastruktur, saubere WCs, genügend Parkplätze, E-Tankstelle, öV-Anschluss etc. Der Kronberg wird als Destination seiner Zeit vor aus sein und kommt dank «Kronberg 2040» in einen immerwährenden Erneuerungszyklus rein der dann Kronberg 2050, 2060, 2070 heisst.



Bild:  
Frühstücksbuffet im  
Berggasthaus.