



Die schönste «Kurve» weit und breit



Beat Spiess, Matthias Luginbühl, Rainer Wittich, Peter Augsburger, Oliver Künzi, Joel Blunier, Christoph Burn, Thomas Burn und Aaron Zurbrügg (v.l.)

BILD: THOMAS FEUZ

ADELBODEN Mit der Eröffnung der «Kurve» Apartments & Lounge fand ein mehrjähriger Planungs- und Bauprozess seinen würdigen Abschluss. Das «Leuchtturmprojekt» am Dorfeingang vereinigt hohe Handwerkskunst und zeitgemässe Dienstleistungen unter einem Dach.

THOMAS FEUZ

«Es ist nicht nur gross und gut gebaut, sondern sieht auch sensationell gut aus!» Christoph Burn, Verwaltungsratspräsident der Schöneegg AG, brachte als Vertreter der Bauherrschaft zum Ausdruck, was jeder anwesende Handwerker empfunden haben dürfte: Freude, Genugtuung und Stolz über das gemeinsam Erreichte. Das mit vereinten (Fach-)Kräften realisierte «Leuchtturmprojekt» ersetzt die jahrelang vor sich hindösende Bau- ruine des ehemaligen Hotels Schöneegg, hat elf Stockwerke und 113 Treppenstu-

fen und einen acht Tonnen schweren Granitisch in der Lounge. Integriert sind ein Coop-Supermarkt, ausreichend Einstell- hallenplätze, vielseitige Nebenräume – und natürlich die 38 Appartements, wel- che Wohlfühlatmosphäre vermitteln und das touristische Angebot der Destination Adelboden bereichern. Die Inneneinrich- tung des von «Happy Day» her bekann- ten Architekten Andrin Schweizer dürfte zu glücklichen Ferientagen in Adelboden beitragen.

Die Kurve noch gekriegt

Nicht weniger als 124 Bausitzungen waren nötig, um die gefällige «Kurve» auf die Zielgerade zu bringen. Nach dem Erwerb des Schöneegg-Areals im Jahr 2003 (siehe Kasten) startete eine intensive Planungsphase. «Dabei kamen die unterschiedlichsten Varianten zur Spra- che, inklusive ein grosses Kongresszen- trum mit mehreren Hundert Plätzen

oder ein Turmprojekt mit Personalwoh- nungen», sagte Projektleiter und Archi- tekt Thomas Burn gegenüber dieser Zei- tung. «Bis ein Konsens erreicht wurde, dauerte es lange. Doch es war eine sehr gut investierte Zeit.» Die gefällige Archi- tektur mit eindrücklichen Fassaden, ge- rundeten Elementen, multifunktionalen Terrassen sowie die Lounge mit boden- tiefen Fenstern und Prachtss Aussicht auf das Bergpanorama geben ihm recht.

Das zwei Jahre nach dem Erwerb prä- sentierte Projekt beinhaltete einen Hotel- betrieb, Verkaufsflächen sowie Zweit- wohnungen. Die beiden ersten Standbeine blieben Programm, während nachfol- gende Überarbeitungen zum Konzept von bewirtschafteten Wohnungen führten. Nach einer mehrjährigen Feinabstim- mung zwischen Bauherrschaft, Investo- rin und Behörden wurde das Projekt 2021 bewilligt. «Der Spatenstich erfolgte im Herbst 2022. Wenn's passt, geht's

schnell», sagte ein sichtlich erfreuter Christoph Burn anlässlich der Eröff- nungsfeier.

«Wir passen gut zusammen»

«Mit Kosten von rund 30 Millionen ist die «Kurve» unser grösstes Einzelanla- genprojekt», betonte Peter Augsburger, Präsident der Prosperita, Stiftung für die berufliche Vorsorge. «Wir sind von christlich-ethischen Grundsätzen moti- viert und investieren vor allem im Be- reich des Mehrgenerationenwohnens. Hotelprojekten in den Bergen stehen wir eher skeptisch gegenüber.» Überzeugt hatte schlussendlich die Gewichtung ökologischer Akzente seitens der Bau- herrschaft. «Das Resultat gibt uns recht», freute sich Augsburger.

«Ich habe mich sofort in dieses Ge- bäude verliebt, das viele Holz gefällt. Wir passen gut zusammen», erklärte Oliver Hasler, Verkaufschef von Coop. Das grosszügige Konzept der «Kurve» und vor allem auch die Parkplatzsituation stiessen bei Coop von Anfang an auf grosse Akzeptanz. Die neue Verkaufs- stelle mit 900 Quadratmetern Fläche und rund 13000 Produkten will mit neuem Verkaufskonzept, dem Bekennt- nis zu Frische und Regionalität sowie einer Warmhaltestation für Speisen und Coffee to go «ein echtes Einkaufserleb- nis» bieten. Eine kleine Mall im Ein- gangsbereich lädt zu Begegnungen und zu einem kleinen Schwatz ein.

Nach 38 Jahren am bisherigen Stand- ort freut sich Geschäftsführer Thomas Burn auf den neuen Wirkungsort. «Im neuen Supermarkt wollen wir auf die unterschiedlichsten Bedürfnisse von Einheimischen, Gästen und Tagestouris- ten eingehen», so Burn, der seit 40 Jah- ren für Coop tätig ist.

Zusammen mit ihrem Team bilden Martin Brühlmann von der FEWO Adel- boden AG und seine Stellvertreterin Nadja Dubach das «Herzstück» des Hotel- und Gastronomiebereichs. «Mit rund 18 Jahren Erfahrung im Vermieten von Ferienwohnungen freuen wir uns auf die neue Herausforderung», so der enga-

gierte Gastgeber. Das Gebäude mit elf Ge- schossen sei mit grossem Engagement und viel Herzblut erstellt worden, lobte Thomas Burn die beteiligten Partner. «Oberländer Handwerkskunst, wie wir es uns gewohnt sind», ergänzte Christoph Burn. «Alle haben zum Resultat beigetra- gen: Planer, Handwerker, Investor, Betrei- ber», doppelte Oliver Künzi nach. «Wir haben fünf spannende Jahre hinter uns und dürfen stolz sein, dass Adelboden nun einen würdigen Dorfeingang hat.»

Am Donnerstag wurde das Projekt den Medien und eingeladenen Gästen vorgestellt, am Freitag und Samstag war die Öffentlichkeit zum Tag der offenen Tür eingeladen. Interessierte konnten den grosszügigen Lounge-Bereich, ei- nige Ferienappartements, die multifunk- tionell nutzbaren Terrassen sowie di- verse Nebenräume besichtigen. Der Trechlerclub Edelwiis trug mit seiner schwung- und klangvollen Darbietung zum stimmigen Gesamterlebnis bei.

HINTERGRUND

	Das Aushubvolumen betrug 22 000 m ³ und wurde mit 1400 Lastwagenfahrten abtrans- portiert. Verbaut wurden unter anderem 5500 m ³ Beton, 560 Tonnen Eisen, 270 m ³ einheimisches Holz und Leitungen von rund 25 Kilometern Länge.
2003	Kauf Schöneegg durch W. Spiess AG und Burn & Künzi AG
2004	erster Kontakt mit Coop
2007	Künzi + Knutti AG und Holzbau Burn AG steigen bei der Schön- egg AG als Partner ein
2013	Verzicht auf Turmprojekt
2015	Planungsauftrag Überbauungs- ordnung «Schöneegg»
2017	erste Vorprüfung der UeO beim AGR
2020	erste Gespräche mit der FEWO Adelboden AG (Betrieb bewirt- schaftete Wohnungen, Hotellerie)
2021	Mietvertrag mit Coop
23.9.22	Kauf- und Werkvertrag mit In- vestorin
11.10.22	Spatenstich
5.–7.6.25	Einweihung des «Leuchtturm- projekts» mit 38 bewirtschafte- ten Wohnungen sowie Coop-Su- permarkt mit rund 900 m ² und 13 000 Artikeln

TOURISMUS IM FOKUS

Thun weit vorn

Der Bahnhof Thun hat im Rahmen der kürzlichen HolidayCheck-Untersuchung der 29 meistfrequentierten Schweizer Bahnhöfen nach Anbindung, Komfort, Konsumangebot und Kundenechos sehr gute Resultate erreicht.

Dass der Zürcher Hauptbahnhof mit Höchstwerten bei Komfort und Konsum an der Spitze liegt, ist keine Überraschung. Jedoch punkten auch kleinere Bahnhöfe wie Thun bei den Reisenden. In der Gesamtbewertung liegt er auf Rang 14, bei der Anbindung an den öf- fentlichen Verkehr an 11. Stelle, die Kon-

summöglichkeiten ergeben Platz 15 und die Nutzerinnen und Nutzer bewerten ihn unter den zehn Besten mit Rang 7. *Zu den ausführlichen Resultaten führt: <https://tinyurl.com/yc3tpd3f>*

Neuer Land-Beizli-Führer

Die neue Ausgabe des Original-Land- Beizli-Guide 2025/26 enthält 1149 sorg- fältig ausgewählte Betriebe und darun- ter 86 neue Entdeckungen – gleichzeitg entfielen 131 Beizli. Charmante und ab- gelegene Gasthäuser, Weinschenken, Grotti, Métairies und Besenbeizen vereint der knapp 450 Seiten dicke und mittlerweile über ein Pfund schwere

Führer. Obwohl der geografische Schwerpunkt auf dem Mittelland und Jura liegt, finden auch Gaststätten aus den Voralpen- und Alpengebieten – da- runter auch aus dem Frutigland und sei- ner Nachbarschaft – Aufnahme: Adelbo- den (5 Betriebe), Aeschiried (1), Blausee (1), Diemtigtal (3), Kandersteg (1), Kien- tal (3) und Reichenbach im Kandertal (2). Zu jedem Lokal gibt es alle wichti- gen Informationen auf einen Blick: Ad- resse, Öffnungszeiten, Erreichbarkeit, Spezialitäten aus der Küche sowie auch Kinderspielplätze, Ladestationen für E- Bikes und Übernachtungsmöglichkei- ten.

Zur Website mit den Bezugsquellen: www.landbeizli.ch

Bundesrat vernachlässigt Nachhaltigkeit

Enttäuscht vom Bundesrat ist die Tou- rismusbranche. Er geht nicht auf die parlamentarischen Forderungen nach einer Öffnung des Förderperimeters für die Hotellerie und einem Impulspro- gramm für nachhaltige Sanierungen von Betrieben im alpinen Raum ein.

Beide Vorstösse sind von ihm ausge- blendet worden. Bauliche Sanierungen sind für viele Betriebe in den Bergen je- doch überlebenswichtig – aber rund 30 Prozent teurer als im Flachland. Daher

warnt HotellerieSuisse: Ohne gezielte Unterstützung bei energetischen Sanie- rungen ländlicher Betriebe droht eine Blockade beim Beitrag der Branche zum Netto-Null-Ziel der Schweiz. Laut Voran- schlag liessen sich für die betroffenen Betriebe durch das Impulsprogramm während zehn Jahren rund 200 Millio- nen Franken einsparen. Das Parlament berät voraussichtlich in der Sommerses- sion über die beiden Geschäfte.

Details zu den beiden Forderungen: <https://tinyurl.com/247c7c5j>

AUSGEWÄHLT/ZUSAMMENGEFASST: KURT METZ

KOLUMNE – DER WEG INS KLASSENZIMMER

Medien und Informatik im Kindergarten?

Den einen macht sie Angst, den anderen gefällt sie: die Digitalisierung. Heute will ich euch mal zeigen, was die Digitalisie- rung, insbesondere das Fach «Medien und Informatik», in der Schule bewirkt, so viel ich bis jetzt dazu weiss. Und das geht am besten mit einem kleinen Rätsel, das überraschend viel mit dem Fach «Medien und Informatik» zu tun hat:

Der verschwundene Schatten

Beginnen wir mit diesem kleinen Rätsel: «Am Mittag stand Mia draussen – doch plötzlich hatte sie keinen Schatten mehr. Warum?» – Zack, und schon befinden wir uns mitten im Fach «Medien und Informa- tik».

Hier muss man herausfinden, was pas- siert ist – aber nur durch Ja-/Nein-Fra- gen. So entsteht eine binäre Entschei- dungsstruktur. Das bedeutet: Mit jeder Frage, die nur zwei mögliche Antworten zulässt (ja oder nein), grenzt man die Möglichkeiten weiter ein, bis man schliesslich zur Lösung kommt: Es war bewölkt. Die Sonne war hinter den Wol- ken versteckt – deshalb konnte Mia kei- nen Schatten mehr sehen.

Solche Black Storys sind eine spielerische Art, binäre Entscheidungsstrukturen auf- zuzeigen, ohne dass man an digitalen Ge- räten sitzt, sondern einfach durch logi- sches Denken. Auch andere spielerische Zugänge zeigen, dass M&I mehr als nur Bildschirmzeit bedeutet.

Nach dem Lehrplan, an den sich Lehrper- sonen halten müssen, beginnt das Schul- fach «Medien und Informatik» bereits im Kindergarten. Das bedeutet jedoch nicht, dass Kinder einfach vor ein digitales Gerät gesetzt werden und damit arbeiten sol- len.

Es beginnt mit grundlegenden Aufgaben, zum Beispiel, wie man nach einer Anlei- tung einen Kuchen backt oder etwas bas- telt. Das sind die ersten Schritte Richtung Programmieren und zum Verständnis, wie ein Computer funktioniert. Denn auch Computer arbeiten streng nach einer prä- zisen Anleitung, einer sogenannten binä- ren Entscheidungsstruktur: Der Computer prüft Schritt für Schritt, ob eine Bedingung erfüllt ist und wählt dann

genau einen von zwei möglichen Wegen. Ein weiteres Beispiel ist das Bügelperlen- bild. Ein Bild aus Bügelperlen zeigt genau, wie ein Bild aus Pixeln aufgebaut ist, ge- nau wie digitale Bilder auf dem Bild- schirm: nämlich aus ganz vielen kleinen Pixeln. Wie am Bildschirm wird auch hier das Bild Stück für Stück zusammenge- setzt.

Die Gefahr aufzeigen

Es geht aber nicht nur darum, spielerisch etwas zu erlernen, sondern auch, Kinder auf die Gefahren im Internet aufmerksam zu machen. Zum Beispiel mit Bilderbü- chern oder durch altersgerechte Online- Angebote. Es geht also darum, Kinder auf die digitale Welt vorzubereiten, sie zu



sensibilisieren. Was kann mit einem ver- öffentlichten Foto passieren? Wie erkennt man, ob etwas gefälscht ist, zum Beispiel durch künstliche Intelligenz? Die sozialen Medien sind voll von falschen Angaben und irreführenden Inhalten. Wir bewegen uns immer mehr in die Richtung der digitalen Realität und die Kinder müs- sen und sollen darauf vorbereitet sein.

RONJA DÄPP
DIE AUTORIN ERREICHEN SIE UNTER
REDAKTION@FRUTIGLAENDER.CH