

«Jetzt wird es dynamischer»

Schweiz-Durchschwimmer Ernst Bromeis zieht ein Zwischenfazit, erzählt von den Erfahrungen in den Hotels und verrät, worauf er sich in den restlichen Wochen freut.

MELANIE ROTH

Ernst Bromeis, Sie sind bereits wochenlang unterwegs. Wie lautet Ihr Zwischenfazit?

Was ich bisher erleben durfte, ist einfach genial, wirklich super. Ich verspüre eine grosse Genugtuung. Wir hatten extremes Glück mit dem Wetter und es gab keinen Unfall ... es könnte so vieles schief laufen. Da muss ich wirklich «Holz anlegen».

Ist alles so gelaufen, wie Sie sich das vorgestellt hatten?

Ich wusste, dass mein Team super ist und dass wir tolle Partner haben. Die ganze Organisation des Projekts ist wirklich eine Riesenkiste. Dass das Loge-

ment überall perfekt organisiert ist, dass die Begleitung der Rettungsboote so gut klappt, die komplizierte Logistik mit dem Container funktioniert ... das fasziniert mich. Auch dass wir einige Aufmerksamkeit von den Medien gekriegt haben, ist natürlich toll.

Und wie steht es mit Ihrer sportlichen Leistung?

Körperlich habe ich es mir weniger hart vorgestellt. Weil wir meistens vor Sonnenaufgang

losgehen, komme ich nicht zu viel Schlaf. Klar könnte ich auch jeweils erst um elf Uhr starten, aber das würde das gesamte Projekt gefährden. Das Schöne ist: Ich hatte eine Vorstellung vom Ganzen, und die konnte ich bisher umsetzen.

«Was ich bisher erleben durfte, ist einfach genial, wirklich super.»

Ernst Bromeis
Schweiz-Durchschwimmer

Sie haben praktisch jeden Tag in einem anderen Hotel über-

nachtet. Wie waren Ihre Eindrücke?
Grundsätzlich war alles super. Klar, erlebst du alles Mögliche,

aber schlecht war nichts davon. Hotels sind wie Menschen: Die einen empfangen dich mit offenen Armen, und die anderen geben dir einfach die Hand und sind nett.

Sie haben auch in einigen luxuriösen Hotels übernachtet. Hatten Sie

Zeit, das zu geniessen?

Nein. Aber ich bin ja nicht unterwegs, um Ferien machen. Das Essen habe ich genossen, und es gab schöne Momente, wenn ich in einem Hotel in Empfang genommen wurde. Aber von den Räumlichkeiten, nein, davon habe ich nicht viel mitgekriegt.

Blaues Wunder
www.htr.ch/wunder

gehen nach Bern, dann ins Engadin ... es wird jetzt dynamischer. Auch der Ablauf wird weniger streng, ich freue mich, dass die Schwimmstrecken etwas kürzer werden. Und ich bin gespannt, ob mich all die Leute

besuchen werden, die es versprochen haben. Dann freue ich mich auf all die Bilder des Projekts. Wenn weiterhin alles so gut geht, haben wir am Ende eine einzigartige Dokumentation über das Wasserland Schweiz.



Sie sagen, Sie haben nie viel geschlafen. Woher nehmen Sie all die Energie?

Ich habe mir noch kein einziges Mal überlegt, warum ich das hier eigentlich tue. Was ich mache, ist für mich absolut sinnvoll. Und jedesmal, wenn wieder etwas geklappt hat, gibt mir das neue Kraft. Der Wille weiterzumachen kommt vor allem auch daher, dass viele Leute Verständnis haben für das Projekt und mich unterstützen. Wie meine Frau Cornelia. Als ich meine grossen Krisen hatte, machte sie mir nie Vorwürfe oder sagte mir, ich sei selber schuld. Das ist sehr wertvoll.

Wenn Sie auf die nächsten Wochen blicken, worauf freuen Sie sich?

Darauf, die Schweiz zu durchqueren, weiterzu-

ZVG

ANZEIGE

Das Beste aus Benken.

«Schon als Kind habe ich das Brot von Romer's über alles. Brot von Romer's ist für mich ein Stück Heimat.»
Miss Schweiz 2009, Linda Föh.

ROMER'S HAUSBÄCKEREI AG

Convenience-Sortiment für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Grossabnehmer, Detailisten
Neubrückstrasse | Postfach 55 | 8717 Benken SG | Telefon 055 293 36 36 | Fax 055 293 36 37 | info@romers.ch | www.romers.ch

Die Konsumenten sehnen sich nach dem Ursprünglichen

Eine Studie zeigt: Fastfood-Ketten, Discounter und Fertigprodukte geraten immer mehr aus der Mode.

Neue Werte und Sehnsüchte bestimmten das Konsumentenverhalten, Fertigkost und Schnellimbis Ketten würden an Wertschätzung verlieren, die Zukunft gehöre der bewussten Ernährung: Zu diesen Ergebnissen kommt der soeben erschienene «Consumer Value Monitor» des Gottlieb Duttweiler Instituts (GDI).

Dank einer neuen Analyse-methode des Marktforschungsinstituts Nextpractice zeigt die Studie auf Basis von 613 Interviews auf, welche Werte den Nahrungsmittelkonsum bestimmen und welche Sehnsüchte die Konsumenten haben. Die Studie verdeutlicht, dass bezüglich Esskultur momentan ein Wandel stattfindet.

Auf eine Gesellschaft, die vom Konsum industriell gefertigter Massenware geprägt war, folge jetzt eine «Sehnsuchtskonsumgesellschaft» und die Abkehr von indus-

triell gefertigter Nahrung, so lautet die zentrale These. Den Konsumenten mangle es hinsichtlich Lebensmitteln an Übersicht und Vertrauen. Sie sehnten sich nach dem Ursprünglichen, einer anderen und besseren Ernährung. Der Wunsch



Fotolia

Fertigprodukte kommen aus der Mode.

nach «entindustrialisierter» Nahrung wachse, die paradoxe Herausforderung an die Branche laute, den Massen «nicht massenproduzierte» Produkte anzubieten. Dieser Anspruch werde von den Anbietern aber noch ungenügend erfüllt, so die Studie.

esp