

Zeitschrift: Toggenburger Jahrbuch
Band: - (2012)

Artikel: Die Hosen auf halbmast, das Herz am rechten Fleck : 10 Jahre snowland.ch
Autor: Possa, Christian
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-882793>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 20.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Die Hosen auf halbmast, das Herz am rechten Fleck – 10 Jahre snowland.ch

Christian Possa

348 Augen sind auf einen Schneehügel vom Format eines mittelgrossen Lastwagens gerichtet. 74 Gespräche verstummen abrupt. 17 Getränkeflaschen werden auf hölzernen Festtischen zwischenparkiert. 7 Hälse strecken sich. Ein Snowboarder donnert über den Schnee. Er hält schnurgerade auf die Schanze zu, erreicht den Absprung und schiesst hoch hinaus in die Toggenburger Bergluft. Sein Körper dreht sich, einmal, zweimal, dreimal. Dann schlägt die Bombe im knöcheltiefen Frühlingssulz ein. Zwar landet der Fahrer auf dem Brett, doch die Rotationskraft packt ihn zugleich am Nacken und knallt ihn mit dem Gesicht in den Schnee. Entwarnung, nichts passiert. Die Menge rastet total aus. Alle klatschen, pfeifen und jubeln. Was rund 170

Ein spektakulärer Triple-Backflip im Funpark. Foto: snowland.ch.



Personen im Jahr 2004 an der Springsession im Funpark von snowland.ch live miterleben durften, werden sich im Laufe der nächsten sieben Jahre über 1,6 Millionen Menschen auf YouTube.com ansehen: den Triple-Backflip von Pascal PP Pfiffner.

Den Nerv der Zeit getroffen

Die Geschichte von snowland.ch ist reich geschmückt mit fesselnden Anekdoten. Und im Kern ähneln sie sich alle. Sie erzählen von gemeinsamer Begeisterung, berichten von geteilter Leidenschaft und dokumentieren pure Lebensfreude. Als sich 2001 die vier Freunde Andreas Roth, Marco Bleiker, Daniel Thum und Raphael Saxer an einen Tisch setzen und den Verein snowland.ch gründen, ahnen sie noch nicht, welche Tragweite ihre Vision eine Dekade später haben wird. Ihr primäres Ziel zum damaligen Zeitpunkt: ein breiteres Angebotsspektrum für die Toggenburger Jugend und «touristische Highlights für die Region Toggenburg». Beides gelingt, doch mehr dazu später.

Die mediale Aufmerksamkeit lässt nicht lange auf sich warten. Gleich im ersten Winter berichtet das Schweizer Fernsehen in «10 vor 10» über das Jugendprojekt und rückt snow-

Die vier Gründer von snowland.
Foto: snowland.ch.





land.ch damit schweizweit ins Rampenlicht. Eine erste schallende Ohrfeige für die zynischen Kritiker in den eigenen Dorfreiheiten. Nichtsdestotrotz braucht das heranwachsende Projekt intensive Zuwendung. Was für das Neugeborene die Muttermilch, ist für snowland.ch die Fronarbeit. Alleine im ersten Jahr leisten die vier Initianten 1500 ehrenamtliche Arbeitsstunden. Fast ihre ganze Freizeit investieren die Jungs in ihr Projekt. Doch statt zu jammern, packen sie eine ordentliche Portion Herzblut und Kreativität oben drauf. Das beeindruckt. Nicht nur die Bergbahnen Wildhaus AG, deren Geschäftsführer Urs Gantenbein den Wert des Jugendprojektes für die eigene Unternehmung und die Region Toggenburg früh erkennt, auch andere Dienstleister aus dem Tourismussektor stellen sich hinter snowland.ch.

Damit ist das Fundament für ein kontinuierliches Wachstum gelegt. Sponsoren aus der Freestyle-Szene strecken ihre Fühler aus und starten – von der Innovationskraft von snowland.ch beeindruckt – mehrjährige Engagements. Und am allerwichtigsten: Der Funpark trifft den Nerv der Zeit und die Herzen vieler Snowboarder und Freeskier aus der Region. Die familiäre Atmosphäre auf der Freienalp behagt, die Community wächst – von Jahr zu Jahr, von Buchs bis Ebnat Kappel, von Konstanz bis Rapperswil.

Die Community im Funpark wächst stetig. Foto: snowland.ch.

Identifikation mit dem Projekt

Was snowland.ch von anderen Projekten unterscheidet? Sein verspielter Charakter. Der Funpark ist trotz seiner limitierten Grösse in ständiger Bewegung. Er verändert seine Form, sein Erscheinungsbild und behält dadurch seine Anziehungskraft. Kicker kommen und gehen, aus Rails werden Boxen. Oder um es verbildlicht auszudrücken: snowland.ch ist zu einem aufgeweckten Teenager herangewachsen, der die Trends seiner Subkultur frühestmöglich zu erspüren und umzusetzen versuchte. Und wenn er übers Ziel hinauszuschiessen drohte, las ihm die Bergbahn mit einem Mix aus mütterlicher Fürsorge und betriebswirtschaftlicher Strenge die Leviten.

Matchentscheidend für den Erfolg des Projektes, welches 2006 für den Schweizer Tourismuspreis Milestone nominiert wurde, waren aber stets die Figuren dahinter. Und damit sind nicht nur Kreativkopf Andreas Roth, Querdenker Marco Bleiker, Zahlenjongleur Daniel Thum und Webgestalter Raphael Saxer gemeint. Hinter dem Kernteam formierte sich im Laufe der Jahre eine kleine, scheinbar unsichtbare, in Freestyle und Spass vernarrte Helfenden-Armee, die jeweils dort mitanpackte, wo es gerade etwas anzupacken galt. Und die Entlohnung für den Einsatz? Eine Bratwurst hier, ein Getränk dort und zwischendurch ein Sponsoren-Präsent. Dass dieses modifizierte Tom-Sawyer-Zaunstreich-Business-Modell funktioniert, liegt in erster Linie an der Unverbindlichkeit. Man kann helfen, man muss aber nicht. Dazu kommen die Verbundenheit, das Zugehörigkeitsgefühl und die starke Identifikation mit dem Projekt, welches die eigenen Interessen widerspiegelt. Trotzdem darf nicht vergessen werden: snowland.ch ist aus betriebswirtschaftlicher Sicht keine «Cashcow» und steht und fällt deshalb mit dem Engagement der freiwilligen Helfenden.

Raum zur Selbstinszenierung

Wenden wir uns nun von den Machern ab und dafür dem Gemachten zu. Zu seinen Anfängen setzte man snowland.ch mit dem Funpark auf der Freienalp gleich. In den darauffolgenden zehn Jahren veränderte sich vieles. Kreative Köpfe gebaren immer wieder neue Ideen und setzten diese in die Tat um. Heute vereint das Projekt Park, Events, Kurswesen und Partys unter einem Hut. Ein Kinderhort für die Ostschweizer Jugend sozusagen. Der Funpark mit seinen Sprüngen und Slide-Hindernissen, der schmucken Bauwagen-Bar und der Liegestuhl-bespickten Chillout-Zone ist aber nach wie vor das pulsierende Herz von



Ein kostümierter Fahrer an der
«Three Session».
Foto: snowland.ch.

snowland.ch. Ein Spielplatz, wo Freestyle-Träume wahr werden, wo man Siege bejubelt und wo Kreuzbänder reissen.

Punkto Events verkörpert die «Three Session» die Philosophie von snowland.ch wahrscheinlich am besten. Drei Fahrer – passend zum Tagesmotto verkleidet – zeigen als Team eine Granaten-Show. Für das Publikum schlicht unvergesslich: Jungs, die ihre Körper mit neckischen Bikinis verhüllen, sich gegenseitig verarztende Mediziner, wild um sich schiessende Cowboys, Baywatch-Legenden, die mit Rettungsbojen über den Kicker segeln, oder Breaveheart-Doubles, die im Schottenrock über Boxen sliden. Ganz zentral an diesem Contest-Format ist neben dem Spass auch die fahrerische Komponente. Sonst wäre es lediglich Fasnacht im Schnee. Wenn aber kostümierte Top-Freeskier wie Nils Lauper oder Tim Rieder gigantische 900-Grad-Drehungen zeigen, dann ist der Event-Gedanke in sich schlüssig. Die Idee,

den Begriff Freestyle so weitgehend zu interpretieren, dass er sich nicht nur auf die fahrerische Ausdrucksweise beschränkt, sondern auch die Selbstdarstellung und die Selbstinszenierung umfasst, hat funktioniert.

Andere Ideen, wie die des «Warmtobel Jam Toggenburg», mussten lange in den Köpfen der snowland.ch-Gründer reifen. Sehr lange. Wie es scheint, hat sich das jahrelange Ausbrüten gelohnt. Der Warmtobel Jam Toggenburg ist zum tragenden Event von snowland.ch geworden. Dies nicht zuletzt dank der zuträglichen Zusammenarbeit von Gemeindebehörden, Grundstücksbesitzern, Bergbahnen, Revierförster, Wildhüter, Jagdgesellschaft und snowland.ch. Der Warmtobel Jam Toggenburg schlug als grösster natürlicher Funpark der Schweiz hohe Wellen in der Freestyle-Szene. Gleichzeitig gelang es snowland.ch, ein sehr breites Wintersportpublikum anzusprechen. Vom Grabser Primarschüler über den ambitionierten Pistencarver bis hin zum Bergbahnen-Geschäftsführer liess es sich niemand nehmen, mindestens einmal durch die Warmtobel-Piste zu donnern. 30 Hindernisse auf 1,7 Kilometern Länge – das weckt die Lebensfreude.





Snowboarder am Warmtobel
Jam. Fotos: snowland.ch.

Ein Park für jedermann

Seit der Geburtsstunde des Funparks und spätestens seit der Integration in die Bergbahnen Wildhaus AG ist die Beziehung zwischen snowland.ch und Bergbahnen von einem gegenseitigen Mehrwert immaterieller Natur geprägt. Das Jugendprojekt verpasst dem als Familien-Resort ausgerichteten Wintersportgebiet einen Klatscher jugendliche Frische und Frechheit, profitiert im Gegenzug von der professionellen Arbeitsweise und -haltung der Unternehmung. Mit dem Warmtobel Jam Toggenburg ist es snowland.ch erstmals gelungen, einen Event ins Leben zu rufen, welcher Wertschöpfung für die Unternehmung und die Tourismusregion Toggenburg generiert.



Der Toggenburger Jan Scherrer in der Halfpipe. Foto: snowland.ch.

Im direkten Vergleich mit anderen Funparks ist snowland.ch an den Punkt gekommen, wo flächenmässiges Wachstum nicht mehr oder nur bedingt möglich ist, jedoch wünschenswert wäre. Der Ruf nach mehreren hintereinander positionierten Kickern wird laut. «State of the Art», um gute Fahrer bei der Stange halten zu können. Muss snowland.ch dieser Spagat zwischen Trainingsplatz für Topfahrer und Jedermanns-Park überhaupt gelingen? Nicht wenige Freestyler wie Jan Scherrer, Lucien Koch oder Joel Gisler, die in ihren jeweiligen Disziplinen mittlerweile bei der Weltelite mitmischen, haben im Funpark auf der Freienalp ihre Hörner abgestossen. Zurückkommen, zumindest von Zeit zu Zeit, werden sie alle gerne wieder, vorausgesetzt, snowland.ch verliert seine jugendliche Frische nicht. Das anfänglich definierte Ziel der vier Gründer hat auch nach zehn Jahren noch seine Gültigkeit: ein breites Angebotsspektrum für die Jugend und touristische Highlights für die Region Toggenburg. Ihr Wort in Gottes Ohr.