

Von Lieblingsgeräuschen zum musikalischen Feuerwerk

Scuol, 26. Juli 2024 – Die Tourismusregion Engadin Samnaun Val Müstair veröffentlicht als eine der ersten Destinationen ihr eigenes Musikalbum «Nos Tact». Im Rahmen ihrer Sommerkampagne bat die Region Gäste, Ein- und Zweitheimische sowie Leistungspartner, ihre Lieblingsgeräusche mit der Tourismusorganisation zu teilen. Mehr als 2500 Einsendungen bildeten die Grundlage für dieses einzigartige Projekt. Das Album besteht aus fünf Songs, die sich alle einem spezifischen Thema widmen und damit die Vielfalt der Ferienregion widerspiegeln.

Der diesjährige Bergsommer im Unterengadin, Samnaun und Val Müstair steht ganz unter einer musikalischen Entdeckungsreise. In den vergangenen Wochen hat die Tourismusorganisation viele der über 2500 ihr zugesandten Lieblingsgeräusche auf drei Entdeckungstouren aufgenommen. All diese Geräusche hat Musikproduzent Dillon Rune in einem musikalischen Werk festgehalten. Die fünf verschiedenen Musikstücke widerspiegeln die einzigartige Vielfalt der Ferienregion. Zur Veröffentlichung des Albums gründete die Tourismusorganisation bei der Plattenfirma Kontor Records ihr eigenes Musiklabel. Schon im Juni erfuhr das Album seine Live-Uraufführung, und zwar auf 2500 Meter über Meer auf der Lischanahütte hoch über Scuol. An der Nationalfeier vom 1. August in Guarda werden lokale Musiker*innen die Songs erneut aufführen. Ehrengast der Feier ist Bundesrat Ignazio Cassis, der auch die 1.-August-Rede halten wird.

Ferienregion auf eine neue sensorische Art und Weise erleben

Der Direktor der Tourismusorganisation Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM), Bernhard Aeschbacher, freut sich sehr, dass die Kampagne bei Gästen, Leistungspartnern und Einheimischen auf grosse Resonanz stösst: «Mit unserem Album «Nos Tact» möchte die Region ihre besondere Geräusche-Vielfalt hervorheben, die dank der vorherrschenden Ruhe noch hörbar ist und in den Städten im Alltagslärm oft untergeht. Das Album «Nos Tact» bietet eine neue Möglichkeit, die Region mit allen Sinnen zu erleben und auch im Alltag in schönen Ferienerinnerungen zu schwelgen.»

Der Musikproduzent Dillon Rune erhielt bei diesem Projekt neue Einblicke in die Region, die er nie vergessen wird: «Die Idee der Tourismusorganisation, Lieblingsgeräusche in Musik zu verwandeln, faszinierte mich sehr. Die Arbeit am Album war eine intensive und emotionale Reise. Die Zusammenarbeit mit der Tourismusorganisation und insbesondere dem Kampagnenteam war grossartig.»

Von Lieblingsgeräuschen zu einzigartigen Songs

Nach den aufregenden Entdeckungsreisen der Lieblingsgeräusche begab sich der Musikproduzent Dillon Rune ins Studio, um die gesammelten Klänge zu verarbeiten. Der erste Schritt bestand darin, die Aufnahmen sorgfältig zu sortieren und weniger gelungene

Aufnahmen zu entfernen. Anschliessend wurden die besten Klänge arrangiert, um musikalische Geschichten zu erzählen – wie im Track «Funtana», der von einem leichten Tropfen zu einem kraftvollen Wasserrauschen des Inns übergeht.

Die Aufnahmen wurden gründlich bearbeitet, um Fremdgeräusche zu entfernen und die Klangqualität zu optimieren. Für den Track «Aventura» verwendete Rune zwei Steine, die er gegeneinanderschlug. Der Produzent machte die Aufnahme bewusst dumpf und versetzte sie auch in eine tiefere Tonlage, um einen einzigartigen Kick zu erzeugen. Auch für die Titel «Viva» und «La Not» hat er spezielle Geräusche kreativ eingesetzt. Diejenige im Song «Viva» stammen von Eiswürfeln im Glas und Nusstortenformen, während der Bass im Track «La Not» aus den Klängen einer Mühle in Val Müstair entstand. Mithilfe von Software-Plugins hat er sie in einen geeigneten Bass verwandeln können. Neben diesen Basisgeräuschen werden in den Musikstücken viele weitere Lieblingsgeräusche hörbar.

Musikalische Einstimmung in die Ferienregion

Die Musikstücke werden in den kommenden Saisons mit neuen Elementen weiterentwickelt und schliesslich in einer Vereina-Playlist zusammengefasst. «Damit werden unsere Gäste auf dem Weg in unsere Ferienregion auch musikalisch auf ihre Ferien eingestimmt.», erklärt Kampagnen-Leiterin Sarah Bünter und nimmt Bezug auf den gleichnamigen Tunnel, durch den der Hauptanteil der Gäste anreist.

Die Ferienregion durfte mit der Sommerkampagne bereits erste Erfolge verzeichnen. Mit dem Plakat «Pachific isch z'neua Namasté» hat sie im Mai den Publikumsaward der APG | SGA gewonnen. Die Verantwortlichen bei der Tourismusregion sind nun gespannt, wie das Album «Nos Tact» ankommt und freuen sich darauf, den Sommer gemeinsam mit Gästen und diesem einzigartigen musikalischen Projekt zu geniessen.

Weitere Informationen zur Sommerkampagne sowie sämtliche Entdeckungsreisen und Songs finden Sie unter www.engadin.com/unsertakt.

Medienkontakte:

Bernhard Aeschbacher; Direktor
TESSVM
Tel. +41 81 861 88 32
b.aeschbacher@engadin.com

Sarah Bünter; Digital-Marketing-Managerin
TESSVM
Tel. +41 81 861 88 21
s.buenter@engadin.com

Dillon Rätz (Dillon Rune); Musikproduzent
Tel. +4178 725 52 81
dillonraetz@outlook.com

Weiterführende Links:

Album «Nos Tact»: [NOS TACT \(imusician.pro\)](https://www.imusician.pro)

Visuals Sommerkampagne: <https://platform.crowdriff.com/m/s-P2PTKsCeLwiVSRAU>

Teaser Songs: <https://platform.crowdriff.com/m/s-r5PNBRSFuOalWAdr>

Erste musikalische Entdeckungsreise: [Musikalische Entdeckungsreise Teil 1 | Val Müstair](#)

Zweite musikalische Entdeckungsreise: [Musikalische Entdeckungsreise Teil 2 – Unterengadin | Engadin Scuol Zernez](#)

Dritte musikalische Entdeckungsreise: [Musikalische Entdeckungsreise Teil 3 | Samnaun](#)

Performance auf der Lischanahütte: [Live-Performance «Nos Tact» auf der Lischanahütte | Engadin Samnaun Val Müstair](#)

Sommerkampagne in Engadin Scuol Zernez: [Engadin: Unser Takt – nos tact](#)

Sommerkampagne in Samnaun: [Samnaun: Unser Takt](#)

Sommerkampagne im Val Müstair: [Val Müstair: Unser Takt – nos tact](#)

Über die TESSVM

Die TESSVM ist die touristische Marketing-Organisation für das Unterengadin, Samnaun und Val Müstair. Im Auftrag der Aktionäre fördert die TESSVM primär national sowie international die Nachfrage nach touristischen Angeboten und Leistungen. Vor Ort ist die TESSVM zusammen mit allen Akteuren für die Angebotskommunikation und Gästebetreuung in fünf politischen Gemeinden mit über 20 Ferienorten zuständig. Die Organisation mit Hauptsitz in Scuol lanciert und koordiniert gemeinsame Projekte mit regionalen Partnern und Leistungsträgern und stellt die Abstimmung mit Graubünden Ferien und Schweiz Tourismus sicher. Das Unternehmen mit einem Budget von zirka 5.5 Millionen Schweizer Franken beschäftigt rund 40 Mitarbeitende in Voll- und Teilzeit, davon ein*e Praktikant*in und drei Lernende. Die Ferienregion Engadin Samnaun Val Müstair steuert mit rund 1 Million Logiernächten knapp 10 Prozent zum Bündner Logiernächtetotal bei.

Verantwortung übernehmen: CSR und dreidimensionale Nachhaltigkeit

Corporate Social Responsibility (CSR) ist der freiwillige Beitrag von Unternehmen für eine nachhaltige Entwicklung, wobei die freiwillige Selbstverpflichtung im Zentrum steht. Dabei handelt die TESSVM nach dem Prinzip der dreidimensionalen Nachhaltigkeit: Wirtschaft, Soziales und Umwelt. Die TESSVM misst sämtliche von ihr verursachten CO₂-Emissionen und bemüht sich, diese zu reduzieren. Die unvermeidbaren Emissionen werden durch Klimaschutzprojekte von myclimate kompensiert. Die Einkäufe werden möglichst in der Region getätigt und Aufträge an lokale Partner vergeben. Im Unternehmen selbst fördert die TESSVM den Nachwuchs mit Lehrstellen und Praktika.