

# Oberengadin: Konzentrat der fünf Sterne

*Auf engem Raum kann der Gast zwischen sechs Fünfsternehotels wählen, ein siebtes wird gerade umgebaut – von weiteren einzigartigen Häusern ganz zu schweigen. Alle blicken auf eine lange Tradition zurück und haben sich der Gastfreundschaft hoher Hotellerie verschrieben. Ihre Namen stehen für die berühmtesten Hotels der Welt.*

VON PETER WERNLI

■ Die Geburtsstunde des alpinen Wintersports schlug in St. Moritz. Johannes Badrutt, der das Hotel Engadiner Kulm (das heutige «Kulm Hotel») führte, ging 1864 mit seinen englischen Sommergästen die legendäre Wette ein, dass es ihnen auch im Winter im Oberengadin gut gefiele und die Sonne schiene – anderenfalls würde er ihnen den Winteraufenthalt schenken! Die Engländer kamen, die Sonne schien, es gefiel ihnen, Badrutt gewann die Wette – St. Moritz als erste alpine Winterdestination war geboren!

## Erster Alpenpalast

Der Name «Badrutt» ist heute allerdings eher mit einem anderen Hotel verbunden. Ungefähr zur Zeit der Wette mit den Engländern kaufte Caspar Badrutt (1819–1904) das Hotel Beau Rivage, welches zur Keimzelle des späteren «Badrutt's Palace Hotel» wurde. Am 29. Juli 1896 wurde der markante Neubau eröffnet – das erste Hotel in den Alpen, das den Beinamen «Palace» führte. Der eckige Turm mit dem



*Eleganter Marmor: Die Lobby der Hans-Badrutt-Suite des «Badrutt's Palace Hotel».*

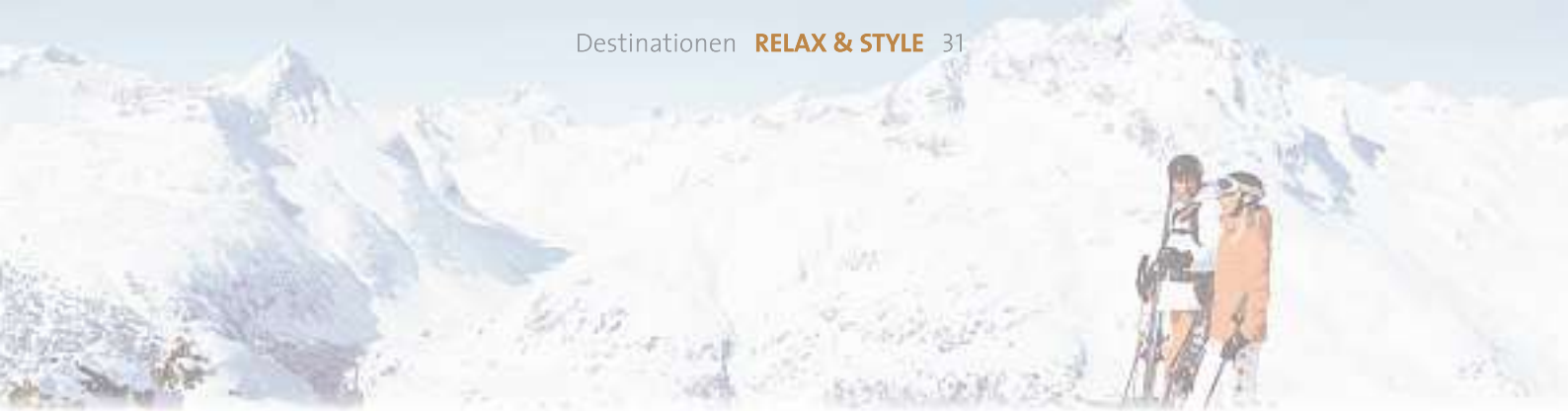
pyramidalen Dachaufsatz ist zum Wahrzeichen von St. Moritz geworden, das Hotel selbst möglicherweise die gesuchteste Lifestyle-Adresse der Welt.

Ausstattung und Service des Hotels sind dementsprechend: Das Frühstück im eleganten «Le Restaurant» wird zu Harfenklängen eingenommen, und das andere Restaurant, «Nobu@Badrutt's Palace», ist das trendigste von ganz St. Moritz. Der weltberühmte Küchenchef Nobuyuki Matsuhisa verbindet traditionelle japanische Zutaten mit peruanischen Einflüssen.

*Das «Badrutt's Palace Hotel» im Winter in seiner ganzen Pracht.*







*Die glanzvoll wiederhergestellten Hallen und Säle zeigen warmes hölzernes Täfer.*

sen. Zum «Badrutt's Palace Hotel» gehört auch die Chesa Veglia aus dem Jahr 1658, eines der ältesten Häuser von St. Moritz, das drei Restaurants und zwei Bars enthält. Die 2003 neu eingerichteten Suiten Hans Badrutt und Helen Badrutt sind spektakulär: So enthält die 280 m<sup>2</sup> große Hans-Badrutt-Suite neben italienischem Marmor in den Badezimmern samt Sprudelbad auch einen Flügel im Wohnzimmer.

2006 erhielt «Badrutt's Palace Hotel» erneut den World Travel Award als bestes Ski-Hotel der Schweiz, Europas und der gesamten Welt. «Top of the World», würde man da sagen, passend zum Standort mit demselben Slogan.

### *Olympia im Garten*

Das «Kulm Hotel St. Moritz» liegt 1856 m ü. M. etwas erhöht vom Zentrum, und 1856 ist gleichzeitig auch das Jahr seiner Gründung. Auch es hat Geschichte geschrieben. In seinem Hotelgarten fanden Zeremonien der Olympischen Winterspiele 1928 und 1948 statt, der Start der Bob-Bahn und des Cresta-Run befinden sich ebenfalls auf seinem Grundstück.

Wie praktisch alle Grand Hotels der Schweiz, wurde auch das «Kulm Hotel St. Moritz» in den letzten Jahren für viel Geld

aufwändig erneuert, ohne seinen Charme aus alter Zeit zu verlieren. Warme Holztöne prägen das Innere. Dazu gesellt sich ein moderner, 1400 m<sup>2</sup> großer Spa, in dem natürliche Produkte, namhafte Marken von Weltformat und modernste Geräte ein hochwertiges und umfassendes Angebot garantieren.

Was für das «Badrutt's Palace Hotel» gilt, ist für das «Kulm Hotel» ebenso eine Tatsache: Die beneidenswerte Lage mit Panoramablick über die Oberengadiner Seenplatte mit den Bergketten zu beiden Seiten reizte zur Anlage von Hallenbädern

und Spas mit Fenstern, welche eine atemberaubende Aussicht garantieren. Da ist Wellness im wahrsten Sinne des Wortes visual.

### *Wünsch Dir was*

«Schöne Suiten, guten Service und Gourmet-Restaurants hat hier jedes Fünfster-Hotel», sagte man sich im «Kulm Hotel» anlässlich des vergangenen 150-Jahr-Jubiläums, «und da stehen wir nicht hinten an. Wir bieten deshalb unseren Gästen etwas Besonderes – die Erfüllung von Wünschen, die man nicht mit Geld kaufen kann.» Das besondere Gäste-

*Das Kulm Hotel St. Moritz ist das älteste als solches erbaute Wintersporthotel der Welt. Es wurde wiederholt erneuert und unter Wahrung seiner historischen Substanz modernisiert.*





# Oberengadin: Konzentrat der fünf Sterne



Das elegante sportliche Leben wird im «Suvretta House» in St. Moritz verkörpert.

programm hieß «Whatever you like», das Hotelgäste mit ihren prominenten Lieb-lingen in Kontakt brachte, außergewöhnliche sportliche Abenteuer erleben ließ oder an Orte brachte, die «Normalsterblichen» sonst unzugänglich sind. Damit unterstrich das Kulm Hotel die hohe Tradition der Gastfreundschaft der Oberengadiner Hotellerie.

## Märchenschloss in Parklandschaft

St. Moritz rühmt sich dreier Leading Hotels of the World. Zu den oben genannten gesellt sich das «Suvretta House», dessen riesiger Bau etwas abseits in natürlicher Parklandschaft mit Blick gegen Maloja liegt. Das edle Hotel bietet den Gästen diese Wintersaison im Südwestflügel des 1912 erbauten Hauses 38 neue Zimmer



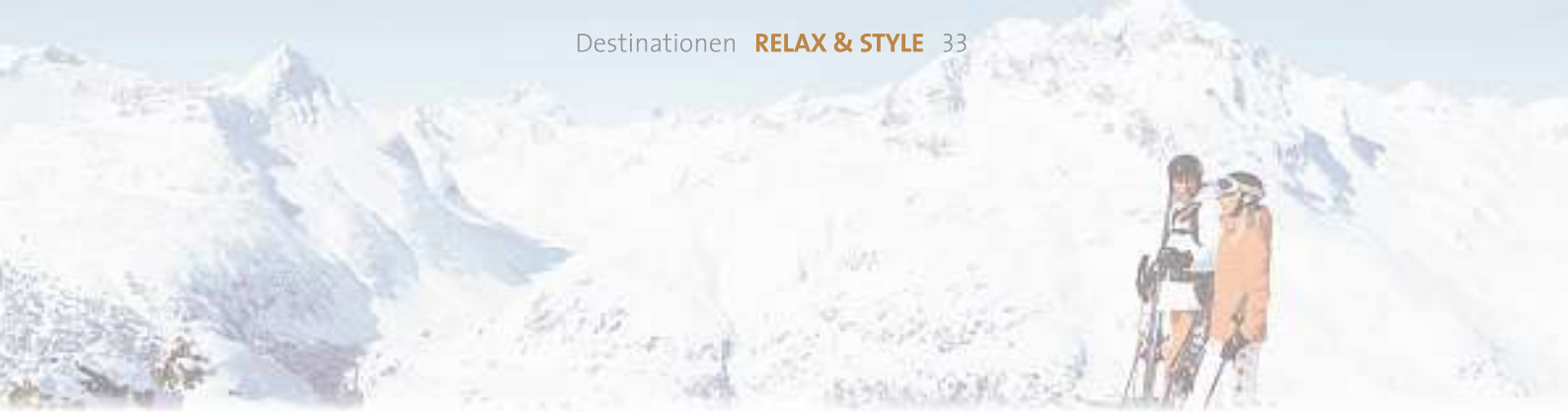
und 3 neue Suiten an – für über 20 Millionen Franken erstellt. Da gute Zimmer, Suiten und preisgekrönte Restaurants in Hotels auf diesem Niveau selbstverständlich werden, trumpft das «Suvretta House» natürlich auch mit einer ganzen Reihe von weiteren Annehmlichkeiten auf: Hallenschwimmbad, Außenschwimmbad, Jacuzzi, Fitnessraum, Sauna, Dampfbad, Massagen und Solarien, Eisfeld, Curling-Bahn, Drive Range, Tennisplätze, Boccia ...

## Einheimische Spa-Rituale

In St. Moritz Bad wurde 1864 das altehrwürdige Hotelgebäude des heutigen «Kempinski Grand Hotel des Bains» erbaut. 1874 mit Gas und bereits 1888 mit Elektrizität versorgt, lud dieses trutzig-imposante Großhotel der Luxusklasse schon zur Zeit der Belle Époque hohe und höchste Herrschaften, Fürsten, Politiker und Künstler aus aller Herren Länder ein. 184 luxuriöse Zimmer und Suiten gehören zum Angebot, darunter Spa-Suiten und mehrstöckige Tower-Suiten. Dieses Kempinski-Fünfsternhaus ist für seinen ausgezeichneten Spa bekannt, in dem auch lokale Produkte und traditionelle Anwendungen eingesetzt werden. Zum «Kempinski Grand Hotel des Bains» gehört ferner die Chesa Chantarella auf der Corviglia, dem St. Moritzer Hausberg, mit einmaliger Aussicht über St. Moritz und die Oberengadiner Seen- und Bergwelt. Nach einem romantischen Dinner bei Kaminfeuer kann man auch gleich in den Zimmern des Hauses nächtigen. Am nächsten Morgen befindet man sich sogleich inmitten des Skigebiets mit glitzerndem Schnee.

Das «Kempinski Grand Hotel des Bains» liegt in St. Moritz Bad und zeichnet sich durch seinen High Alpine Spa aus.





### *Grand Hotel mit Gletscherblick*

Das «schönste Grand Hotel des Engadins» steht rund sechs Kilometer von St. Moritz entfernt in Pontresina. Von den nach Süden öffnenden Zimmern des zwischen 1848 und 1900 entstandenen Hotels blickt man auf den Roseg-Gletscher. Die Natur wirkt in Pontresina gewaltiger, urweltlicher als im Haupttal: Man befindet sich im Bannkreis der Bernina-Gruppe mit den höchsten, stark vergletscherten Gipfeln der Ostalpen. Vom Grand Hotel Kronenhof aus lässt sich zu Fuß die Zunge des Morteratschgletschers erreichen.

Das denkmalgeschützte Hotel gehört zu den architektonisch bedeutendsten Hotelbauten der Alpen. Mit seiner Abfolge von Hallen, Sälen und Räumen ist es ein Fest der Sinne: Stuckaturdecken, allego-

rische Gemälde, farblich sorgfältig abgestimmte Orientteppiche und erlesenes Mobiliar. Hier schwingt der Geist der Belle Époque. Die barockisierende, hufeisenförmige Dreiflügel-Hotelanlage mit einem Ehrenhof hat nicht mehr und nicht weniger als die europäischen königlichen Paläste als Vorbild. Selbstverständlich setzen auch moderne Errungenschaften dezente Akzente. Heute gehört das Grand Hotel Kronenhof dem Kulm Hotel in St. Moritz, welches es behutsam modernisiert.

### *Abseits des Jet-Set*

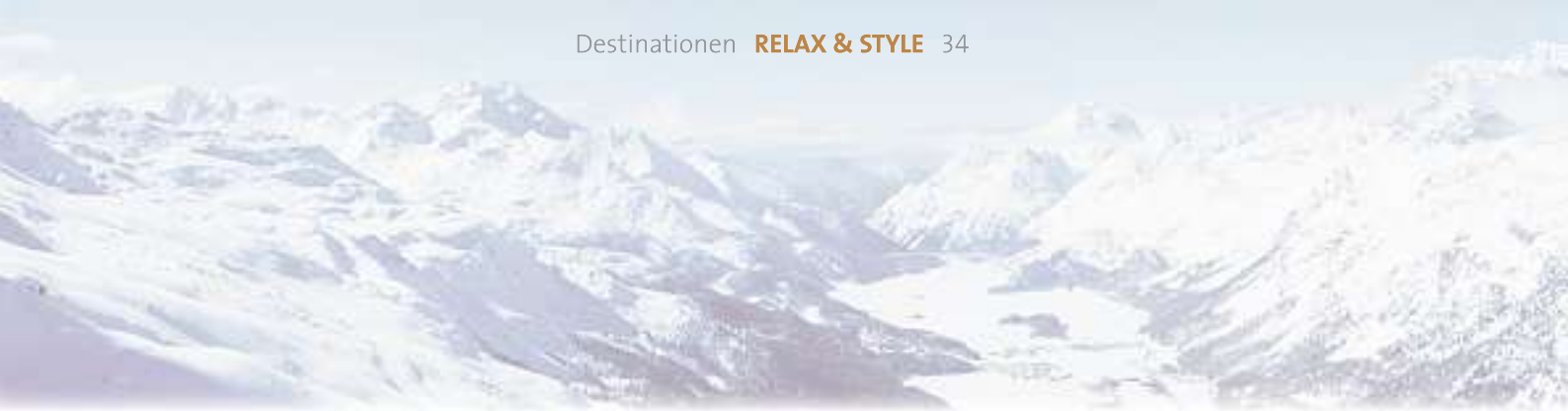
Pontresina mit seinem Grand Hotel stellt eine Art Gegenpol zu St. Moritz und seinem Jet-Set dar. Wer die klare Luft des Oberengadins mit der imposanten Bergwelt und dem schier unerschöpflichen sportlichen und kulturellen Angebot eher

in Ruhe und Beschaulichkeit genießen will, setzt sich nach Pontresina ab, wer eher auf Nightlife steht, fühlt sich besser in St. Moritz aufgehoben. Die stilvollen Unterkünfte gibt es an beiden Orten.

1908 wurde in Sils Maria, ebenfalls in traumhafter Lage zwischen St. Moritz und Maloja das Waldhaus Sils eröffnet, ein weiteres Fünfsternhaus mit monumentalen Ausmaßen. Hier setzt man weniger auf internationale Hotelketten als vielmehr private Eigenständigkeit und persönlichen Service. Die Hälfte der Hotelgäste sind Schweizer. Zahlreiche Räume zum Zurückziehen und für die Ruhe erlauben ein stilvolles Relaxen, und keine zwei Zimmer sind identisch eingerichtet – auch dies ein Zeichen von Individualität und gewachsener Historie. □



Das Grand Restaurant des Grand Hotels Kronenhof in Pontresina ist ein opulentes, festliches Gesamtkunstwerk.



© gmct@gmx.ch

Mit 2500 Sorten die größte Whiskybar der Welt: Hotel Waldhaus, Sils-Maria.

### Relax-FACTS

#### BADRUTT'S PALACE HOTEL

Via Serlas 27  
7500 St. Moritz  
Tel. 0041 81 837 10 00  
Fax 0041 81 837 29 99  
www.badruttpalace.com

- Weltberühmtes Haus der Extraklasse im Zentrum von St. Moritz
- 165 Zimmer und Suiten
- «Le Restaurant», «Le Bistro» und «Nobu@Badrutt's Palace», «Le Relais», 3 Restaurants in der Chesa Veglia, Renaissance Bar und King's Club Disco
- Privates Eisfeld, Skischule, Hallenbad, Außenschwimmbad, Tennis, Sauna, Massage, Sprudel- und Dampfbad
- Daniela Steiner Beauty Spa und Health Club

#### KULM HOTEL ST. MORITZ

Via Veglia 18  
7500 St. Moritz  
Tel. 0041 81 836 80 00  
Fax 0041 81 836 80 01  
www.kulmhotel-stmoritz.ch

- Weltbekanntes Grand Hotel an erhöhter Aussichtslage in historischem Garten
- 141 Zimmer und 32 Junior-Suiten, restauriert und mit allem Komfort
- «Rotisserie des Chevaliers», italienisches Restaurant und «Chesa al Parc»
- Panorama Spa & Helath Club, Fitnessraum (mit Power-Plate)
- 3 Tennisplätze, Eisfeld, privater 9-Loch-Golfplatz auf Grundstück

#### SUVRETTA HOUSE

Via Chasellas 1  
7500 St. Moritz  
Tel. 0041 81 836 36 36  
Fax 0041 81 836 37 37  
www.suvrettahouse.ch

- Sehr elegantes Haus 2 km westlich von St. Moritz in parkähnlicher Landschaft
- 184 Zimmer und 9 Suiten
- «Grand Restaurant», «Suvretta-Stube», «Suvretta Club», Bergrestaurants Chasellas, Trutz und Chamanna
- Hallen- und Außenbad und zus. Infrastruktur für Sommer- und Wintersport
- Beauty- und Wellness-Behandlungen möglich
- Skischule, Skiverleih, Tennis Pro und Fitnessinstructor

#### KEMPINSKI GRAND HOTEL DES BAINS ST. MORITZ

Via Mezdi 27  
7500 St. Moritz  
Tel. 0041 81 838 38 38  
Fax 0041 81 838 30 00  
www.kempinski-st.moritz.ch

- Mehrfach ausgezeichnetes Spa-Hotel in St. Moritz Bad
- 184 luxuriöse Zimmer und Suiten
- Restaurants Les Saisons, Cà d'Oro; Enoteca; Chesa Chantarella auf der Corviglia
- Indoor-Pool (32 °C)
- High Alpine Spa auf 2500 m<sup>2</sup> mit Saunalandschaft, Pool und Fitness
- Alpine-Naturprodukte, Ligne St. Barth

#### GRAND HOTEL KRONENHOF

Via Maistra  
7504 Pontresina  
Tel. 0041 81 830 30 30  
Fax 0041 81 830 30 31  
www.kronenhof.com

- Denkmalschutztes Hotel der Belle Époque in eigenem Garten mit Blick auf Berninagruppe
- 77 Zimmer und Suiten
- Grand Restaurant, Gourmet-Restaurant Kronenstübli, Outdoor-Restaurant Le Pavillon, Kronenhof-Bar
- Kegelbahn
- Hallenbad (auch Außenbad im Sommer), Wellness-Bereich mit Sauna, Dampfbad und Solarium, Fitnesszone, Massageraum, Eisfeld
- Hochzeits-, Konferenzräume bis zu 250 Pers.

#### HOTEL WALDHAUS

7514 Sils-Maria  
Tel. 0041 81 838 51 00  
Fax 0041 838 51 98  
www.waldhaus-sils.ch

- Großes, geschichtsreiches Haus 10 km südwestlich von St. Moritz auf kleinem Hügel mit Panorama-Rundblick
- 150 individuelle Zimmer
- Helle, hohe Speisesäle (rauchfrei), kleines Restaurant Arvenstube, mächtige Bar mit 2500 Whisky-Sorten
- Hallenbad, Saunas, Dampfbad, kleiner Fitnessraum
- Massage-, Sport- (z. B. Aqua-Jogging) und Therapieangebote



# Meister des Mythos und der Marken im Milliarden-Mekka

Hinter dem Ruhm von St. Moritz steht auch eine professionelle Vermarktung. Der Aufbau der globalen «Marke» St. Moritz ist weitgehend das Verdienst des langjährigen Kurdirektors von St. Moritz, Dr. Hanspeter Danuser. In diesem Interview blickt er auch in die nahe Zukunft der Marketinganstrengungen von St. Moritz und Oberengadin.



© gmct@gmx.ch

---

INTERVIEW  
MIT DR. HANSPETER DANUSER,  
KURDIREKTOR VON ST. MORITZ.  
Interviewer: Gerd Müller

---

■ **RELAX & STYLE:** Es gibt einige St. Moritz auf der Welt und nun auch eines in China, aber bisher noch keines, das Ihrem Engadiner Kurort die Stirn bietet. Wie sehr haben Sie neue Konkurrenz zu fürchten?

Hanspeter Danuser: Kaum. Wir sind in einer Situation wie Porsche oder Rolex. St. Moritz ist kaum einholbar. Zwar ist der Jet-Set ein Auslaufmodell, aber Schickmicki wird es immer geben. Zudem, was wir besonders schätzen, kommen immer mehr Powerleute hierher.

Im «Palace» fließen allein in der Silvesternacht an die zwei Millionen Franken. Das «Kulm» soll innerhalb von siebeneinhalb Monaten einen Cash-Flow von 12 Millionen Franken generieren. Wie kommen die Einwohner und Mitarbeiter damit zurecht?

H.D.: Klar ist es erschreckend zu sehen, wie die Finanzkluft zwischen Gast und Normalos immer größer wird, doch für St. Moritz ist der gegenwärtige Sog ein wirtschaftlicher Segen. Und die Kluft besteht ja auch anderswo. Wer hätte vor zehn Jah-

ren damit gerechnet, dass es im Januar gut 50 private Direktflüge zwischen Moskau und Samedan gibt und die Russen in diesem Monat auf Platz vier des Ranking stehen? Aber auch mit dieser Klientel kommen wir gut zurecht. Und gerade hat die erste Chinesin eine Residenz für fünf Millionen gekauft.

Wie sieht es im Immobilien- und Zweitwohnungsmarkt aus?

H.D.: Da haben wir keine besonders hohe Produktivität. Von den etwa 70 000 Gästebetten werden nur rund 40 000 vermietet. Zu viele Zweitwohnungen stehen leer. Wir

erzielen die hohe Wertschöpfung in St. Moritz primär über die Luxus- und Erstklasshotellerie,

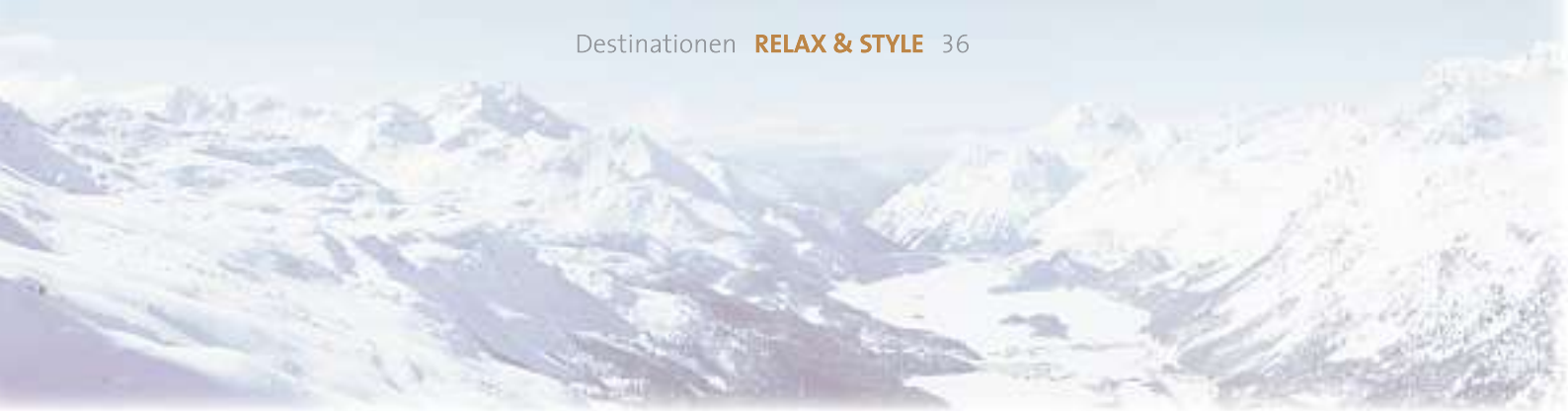
die 60 Prozent unserer Hotelbetten ausmacht. Auch das ist einmalig auf der Welt. Fünf Fünfsterlhäuser und zahlreiche Vierster-Hotels in so engem Umkreis.

Das Oberengadin ist daran, die Tourismuslandschaft der Verkehrsvereine zu straffen und eine Destination Management Orga-

---

**«St. Moritz ist wie Porsche oder Rolex – kaum einholbar»**

---



nisation (DMO) zu bilden. Was bedeutet diese Konzentration für St. Moritz?

H.D.: Nun, wir befürworten diese Strukturreform und die damit gebündelten Kräfte. Der neuen Organisation werden jährlich 16 Millionen Franken zur Verfügung stehen. Davon werden etwa acht Millionen in den Markt investiert. Vier Millionen stehen als Transformationsbudget für die Umstrukturierung und Neuausrichtung zur Verfügung. Auch der Kanton beteiligt sich mit 1,8 Millionen Franken daran.

Diese Situation ist in der Schweizer Tourismuslandschaft recht neu. Welche Rolle spielt St. Moritz dabei?

H.D.: Keine unbedeutende Rolle. Mit einem geschätzten Ortsumsatz von jährlich etwa 750 Millionen Franken und der höchsten Steuerleistung pro Kopf im ganzen Kanton, sind St. Moritz und die vier umliegenden Gemeinden (Fr. 7486.– in St. Moritz, Fr. 6329.– in Celerina, Fr. 6203.– in Silvaplana und Fr. 5652.– in Sils/Segl gegenüber Fr. 3432.– in Davos und nur Fr. 3079.– in Chur) auch wirtschaftlich

top. Zudem wurde um die Ski-WM herum über eine Milliarde Franken investiert. Etwa 350 Millionen davon entfielen auf die Bergbahnen, Schneeanlagen und Restaurants. Deren Dichte und Modernität suchen heute ihresgleichen. Dank den einzigen Olympischen Spielen der Schweiz und vier alpinen Ski-Weltmeisterschaften sowie weiteren Tagesevents ist St. Moritz heute die klare Nummer eins in den Bergen.

Welches sind die Grundsätze des neu gewählten Vorstandes für die Umstrukturierung?

H.D.: Erstens: Wichtigstes Kriterium ist die Marktrelevanz aller Strategien und Maßnahmen. Es sollen in den Stamm-, Aufbau- und Zukunftsmärkten nur Namen zum Einsatz gelangen, die dort bereits bekannt und zugkräftig sind.



© gme@gmx.ch

### «St. Moritz ist die klare Nummer eins in den Bergen»

Zweitens: Gäste- und Kundensicht: Alle Angebote und Maßnahmen sollen aus Sicht des Gastes Sinn ergeben. Er muss die ganze Destination als organischen, kompakten, Erlebnisraum empfinden, ohne Lücken in den Dienstleistungsketten, ohne Gemeindegrenzen und andere Einschränkungen.

Drittens: Die gesamte Umsetzung inklusive Produkt- und Kommunikationsmix muss professionell und nachhaltig erfolgen.

Viertens: Der Gast darf nichts von der Restrukturierung mitkriegen, es darf nicht zu Leistungslücken und Abbau kommen – im Gegenteil: Die Dienstleistungsqualität muss in der ganzen Destination erhöht werden.

Welche Märkte steuern Sie konkret an?

H.P.: Neben den Stammmärkten Schweiz, Deutschland und Italien liegt die Priorität bei England, Russland, Nordamerika und Asien in Zusammenarbeit mit Graubünden, der Rhätischen Bahn und allen-

falls Davos. Wir prüfen, in den Büros von Schweiz Tourismus lokale Außendienstmitarbeiter/innen einzusetzen, etwa in Frankfurt, München, Mailand, London und Moskau sowie in New York und Tokio.

Das ruft nach einer intensiveren und mit Schweiz Tourismus abgestimmten Strategie. Gibt es schon konkrete Pläne?

H.D.: Die Zusammenarbeit der Organisationen Schweiz Tourismus und Ferien Graubünden ist gut, kann nun aber noch viel effizienter genutzt werden. Auch darum wird sich die neue Tourismus-Organisation in nächster Zeit kümmern müssen, doch vorerst sind wir noch in der Phase der Übergabe. Nun wird der exakte Fahrplan für den Transfer der bisherigen Organisationen erstellt. Bis zum 1. Juli 2007 wird die Übergabe vollzogen sein.

Werden Sie dann noch im Amt sein oder Ihren Job als bekannter Tourismusdirektor von St. Moritz verlieren?

H.D.: Tatsächlich musste ich das erste Mal nach 30 Jahren wieder eine Bewerbung einreichen. Eigentlich rechne ich mir gute Chancen aus, da es in einer so großen Phase der Restrukturierung auch einen Stabilisationsfaktor braucht, der seinen Erfolg und sein weltweites Netzwerk einbringt. □

#### DR. HANSPETER DANUSER

ist seit fast 30 Jahren Verkehrsdirektor von St. Moritz und gilt als Marken- und Marketing-Guru. Als erstes führte er den Markenbegriff im Destinationsmanagement ein, ließ vor 20 Jahren den Ortsnamen «St. Moritz – Top of the World» markenrechtlich schützen und vergab diesen Namen an strategische Partner in Lizenz weiter. Danuser ist Schöpfer des Begriffs «Heidiland» und war maßgeblich am Relaunch des Glacier Express beteiligt. Er war «Bündner des Jahres» und sogar «Kopf des Jahrhunderts» («Sonntags-Zeitung»), erhielt den Marketingpreis der Schweizerischen Gesellschaft für Marketing und wurde von der «Absatzwirtschaft» in einer aktuellen Titelstory mit dem Gipfelstürmer Luis Trenker verglichen.