

# ST. MORITZ

MENSCHEN UND GESCHICHTEN VOM GIPFEL DER WELT

*Ausgabe Winter 2017/2018*

## GLANZVOLL

*Die zauberhafte Landschaft im Oberengadin  
wird im Winter zum Spiegel unserer Seele.*

*St. Moritz*

**ARIANE EHRAT**

Nach zehn erfolgreichen Jahren hat die Tourismusdirektorin von Engadin St. Moritz (M.) ihren Posten im Mai 2017 niedergelegt und die Projektleitung des St. Moritz Magazins an Roberto Rivola, Leiter Unternehmenskommunikation und Mitglied der Geschäftsleitung Engadin St. Moritz (3. v.l.), übergeben. Das Redaktionsteam bedankt sich für die vertrauensvolle und fruchtbare Zusammenarbeit.

**JON BOLLMANN**

Jon Bollmann ist Herausgeber des Schweizer Reisemagazins *Transhelvetica* und stürzt sich gerne mit Kopf und Fuss in kulturelle, gastronomische, körperliche und andere Abenteuer. Er liebt den Moment, wenn in einer weichen Kurve sein Schatten frischen Schnee aufspritzen lässt – ein Erlebnis, das er bei der Corvatsch Snow Night ebenfalls geniessen durfte.

**ANNA WACHOLDER**

Nach einem Industrial-Design-Studium in Linz sowie einem Abschluss in Visueller Kommunikation an der Bauhaus-Universität in Weimar arbeitet Anna Wacholder nun in Wien als Illustratorin – unter anderem für die *FAZ*, die Münchner Philharmoniker und *Red Bull*. Im aktuellen St. Moritz Magazin hat sie die Karte mit den Engadiner Winterwundern illustriert. Freie Tage verbringt sie am liebsten in den Bergen – im Rucksack nur Lebensnotwendiges und ein Skizzenbuch.

**CHRISTOPH NIEMANN**

Was haben *The New Yorker*, *Wired*, die *New York Times* und St. Moritz gemeinsam? Sie alle begeben sich nur zu gerne in die Hände des wohl begabtesten Illustrators unserer Zeit: Christoph Niemann. Wie er die Tradition der Tourismusplakate fortführt, lesen Sie ab Seite 32. Zudem finden Sie in diesem Heft Niemanns Wintermotive als Postkarten zum Heraustrennen, Sammeln und Verschicken.

**GIANCARLO CATTANEO**

Der Pressefotograf lebt und arbeitet in St. Moritz. Seine Fotos von Veranstaltungen und Menschen erscheinen in Zeitungen und Zeitschriften wie *Südostschweiz*, *Blick*, *20 Minuten*, *Engadiner Post*, *Corriere della Sera*, *Bunte* oder *ADAC Travel Magazine* – und immer wieder auch im St. Moritz Magazin.

## IMPRESSUM

*Herausgeber:* Tourismusorganisation Engadin St. Moritz, Via San Gian 30, CH-7500 St. Moritz

*Verlag:* C3 Creative Code and Content GmbH, Heiligegeistkirchplatz 1, 10178 Berlin, www.c3.co

Gesellschafter der C3 Creative Code and Content GmbH sind zu 85 % die Burda Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Offenburg, und zu 15 % die KB Holding GmbH, Berlin. Alleinige Gesellschafterin der Burda Gesellschaft mit beschränkter Haftung ist die Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft, Offenburg. Gesellschafter der KB Holding GmbH sind die Herren Lukas Kircher (Geschäftsführer, Berlin) und Rainer Burkhardt (Geschäftsführer, Berlin) zu je 50 %.

*Redaktion:* Yasmine Sailer (Leitung), Lisa Bierbauer, Yvonne Pölsterl. Freie Autoren: Jon Bollmann, Christian J. Goldsmith, Valentina Knapp Voith, Anina Rether, Stefan Skiera • *Artdirector:* Charlotte Bourdeix • *Grafik:* Regina Fichtner • *Bildredaktion:* Franziska Cruccolini  
*Titelbild:* Filip Zuan • *Lithografie:* Silvana Mayrthaler, Rüdiger Hergerdt • *Lektorat:* Dr. Michael Petrow, Jutta Schreiner • *Projektmanagement:*

Daniel Fink, Sara Austen-Schrick • *Druck:* Druckhaus Ernst Kaufmann GmbH & Co, KG, Raiffeisenstrasse 29, D-77933 Lahr

*Rechte:* Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz und unter Angabe der Quelle.

# EVENTKALENDER

Die Höhepunkte des Winters 2017/2018

## NOVEMBER

**26.11.** | PROLOG VISMA SKI CLASSICS  
Start der Langlauf-Wettkampfsreihe in Pontresina  
[www.vismaskiclassics.com](http://www.vismaskiclassics.com)

## DEZEMBER

**2./3.12.** | SNOWSPORTS OPENING  
Offizieller Auftakt zur Schneesportsaison  
[www.engadin.stmoritz.ch/snowsports-opening](http://www.engadin.stmoritz.ch/snowsports-opening)

**9./10.12.** | AUDI FIS SKI WORLD CUP ST. MORITZ  
Alpine Ski-Weltcuprennen der Damen  
[www.skiworldcup.stmoritz.ch](http://www.skiworldcup.stmoritz.ch)

**28.-30.12.** | SINFONIA ENGIADINA  
Klassikkonzerte zum Jahresende  
[www.sinfonia-engiadina.ch](http://www.sinfonia-engiadina.ch)

## JANUAR

**12.-20.1.** | 25. ST. MORITZ GOURMET FESTIVAL  
Spitzenköche zu Besuch in St. Moritz  
[www.stmoritz-gourmetfestival.ch](http://www.stmoritz-gourmetfestival.ch)

**14.-21.1.** | 60. WINTER CONCOURS HIPPIQUE  
Springreitturnier auf Schnee  
[www.stmoritz-concours.ch/winter](http://www.stmoritz-concours.ch/winter)

**17.-20.1.** | 15. WINTERRAID  
Oldtimerrallye von St. Moritz nach Arosa  
[www.raid.ch](http://www.raid.ch)

**19.-21.1.** | 13. OUT OF THE BLUE'S FESTIVAL  
Bluesfestival in Samedan  
[www.samedanblues.ch](http://www.samedanblues.ch)

**20.1.** | LA DIAGONELA  
Langlauf-Volkslauf über 65 Kilometer  
[www.ladiagonela.ch](http://www.ladiagonela.ch)

**26.-28.1.** | SNOW POLO WORLD CUP ST. MORITZ  
Schneepolo-Turnier auf dem St. Moritzersee  
[www.snowpolo-stmoritz.com](http://www.snowpolo-stmoritz.com)

**27./28.1.** | ENGADIN SNOW GOLF CUP BY MASERATI  
Golfturnier auf Schnee in Silvaplana  
[www.engadin-golf.ch](http://www.engadin-golf.ch)

## FEBRUAR

**1.-4.2.** | ENGADINSNOW  
Freeride-Wettbewerb auf dem Corvatsch  
[www.engadinsnow.com](http://www.engadinsnow.com)

**4./11./18.2.** | WHITE TURF ST. MORITZ  
Pferderennen auf dem St. Moritzersee  
[www.whiteturf.ch](http://www.whiteturf.ch)

**8./9.2.** | ST. MORITZ ICE CRICKET  
Cricket-Legenden spielen auf Eis  
[www.icecricket.ch](http://www.icecricket.ch)

**8.-10.2.** | CRICKET ON ICE  
Kampf um die Cricket Trophy auf dem See  
[www.cricket-on-ice.com](http://www.cricket-on-ice.com)

**16.2.** | 4. NIGHT TURF  
Pferderennen bei Nacht und auf Schnee  
[www.nightturf.com](http://www.nightturf.com)

**17.2.** | GRAND NATIONAL AUF DEM CRESTA RUN  
Saison-Höhepunkt der Cresta-Rennen  
[www.cresta-run.com](http://www.cresta-run.com)

## MÄRZ

**2./3.3.** | FREESKI WORLD CUP CORVATSCH  
Freeski-Weltcup im Corvatsch Park  
[www.corvatsch.ch](http://www.corvatsch.ch)

**4.3.** | 19. FRAUENLAUF  
Langlaufrennen über 17 Kilometer nur für Frauen  
[www.engadin-skimarathon.ch/frauenlauf.html](http://www.engadin-skimarathon.ch/frauenlauf.html)

**11.3.** | 50. ENGADIN SKIMARATHON  
Langlauf-Volkslauf über die Marathondistanz  
[www.engadin-skimarathon.ch](http://www.engadin-skimarathon.ch)

## APRIL

**4.-8.4.** | ST. MORITZ MUSIC SUMMIT  
Elektronisches Open-Air-Festival  
[www.musicsummit.ch](http://www.musicsummit.ch)

**5.-8.4.** | JÄGER SKI WM  
Kombination aus Skirennen und Jagdschiessen  
[www.jaeger-ski-wm.com](http://www.jaeger-ski-wm.com)

# GLANZVOLL

Was verbinden Sie mit dem Begriff „glanzvoll“? Ein luxuriöses Ambiente? Spitzengastronomie? Hochkarätige Events? Für uns ist es die Summe aller Teile, die St. Moritz ausmachen: das spiegelnde Schwarzsee, die festliche Weihnachtsbeleuchtung, hochklassige Silvestermenüs – und immer wieder die Menschen, die unseren Ort prägen. Lassen Sie sich von diesen Menschen und ihren Geschichten inspirieren.

50

## SKIFAHREN UNTER STERNEN

Bei der Snow Night am Corvatsch erleben Wintersportler jeden Freitag feinste Pisten und kulinarische Genüsse.

Fotos: PR/Gian Giovanoli, Filip Zuan, Alessandro Della Bella, Jason Larraman, DDP-images

# WINTER 2017/2018



10



28



40



60

- 02 MITWIRKENDE, IMPRESSUM  
03 EVENTKALENDER – WINTER 2017/2018
- 06 **EDITORIAL**  
HUGO WETZEL IM GESPRÄCH MIT HEINZ HUNKELER
- 08 **NATURSCHÖNHEIT**  
10 STILLE WASSER  
In den Wintermonaten lockt das Schwarzeis Jung und Alt ins Oberengadin  
14 ENGADINER WINTERWUNDER  
Eine Karte illustriert, wo der Engadiner Winter sein schönstes Gesicht zeigt
- 16 **KULINARIK**  
18 IN DER KÜCHE MIT ... ENRICO CERA  
Die Italiener Roberto und Enrico Cera servieren ihre Sterneküche im Carlton Hotel  
22 FEIERLICH SPEISEN  
Ob im Drei- oder Fünf-Sterne-Hotel: Silvester in St. Moritz ist ein unvergessliches Erlebnis
- 26 **MUSSE**  
28 ALLES IST ERLEUCHTET  
Von Strassenbeleuchtung bis Weihnachtsbaum: St. Moritz ist im Winter ein Lichterfest  
32 IKONEN DER WERBUNG  
Die Tourismusplakate von St. Moritz haben eine 122-jährige Tradition – und Sammlerwert
- 38 **SPORTERLEBNIS**  
40 GENTLEMEN IM EISKANAL  
Adrenalin pur: Cresta gehört zu den tollkühnsten Wintersportarten der Welt  
46 URLAUB IN BESTFORM  
Megatrend: mit Sport und gesunder Ernährung im Urlaub neue Energie tanken  
50 DER GOLDFLUSS  
Die beleuchtete Piste am Corvatsch gleicht nachts einem Band aus flüssigem Gold
- 54 **MANUFAKTUR**  
56 LASS BLUMEN SPRECHEN  
Floristin Irmi Torri schmückt Hotels und Privathaushalte mit kunstvollen Blumenbouquets  
60 CHIC IM SCHNEE  
Von Tweedhosen bis Hightech-Anorak: die Geschichte der Skimode
- 64 WAS WÄRE, WENN ... ST. MORITZ EIN ABENDKLEID WÄRE?  
Interview mit dem Engadiner Modedesigner Silvano Vitalini
- 66 VORSCHAU: DIE NÄCHSTE AUSGABE



Hotelier Heinz Hunkeler (l.), Direktor des Kulm Hotel, mit Hugo Wetzel, Präsident der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz

**D**as Kulm Hotel ist eines der traditionsreichsten und exklusivsten Grandhotels in St. Moritz. Wer anders als Hoteldirektor Heinz Hunkeler käme da für ein Gespräch zum Thema „glanzvoll“ besser infrage? Hugo Wetzel, Präsident der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz, hat ihn zum Interview getroffen.

**Hugo Wetzel: Heinz, der Begriff „glanzvoll“ ist einer der Markennwerte von St. Moritz. Was verbindet du als Hotelier mit dem Ausdruck?** Heinz Hunkeler: Für mich steht der Begriff für eine Kombination aus ganz vielen Dingen, eine Kumulation von Details. Nimm beispielsweise das Hotelgewerbe: Ein toller Wellnessbereich, ein exzellentes Restaurant – das ist die Basis, die jeder Gast zu Recht erwarten darf. Das Tüpfelchen auf dem i aber sind die Mitarbeiter, die das

Ganze zum Brillieren bringen. Das ist die Software, die den Unterschied macht.

**In unserer neuen Ausgabe des Magazins interpretieren wir das Thema auf ganz unterschiedliche Weise: mit dem spiegelnden Schwarzeis, der festlichen Weihnachtsbeleuchtung oder den hochklassigen Silvestermenüs ... Was macht für dich St. Moritz so glanzvoll?** Ich sehe das wie du – der Kontrastreichtum unserer Destination macht den Glanz von St. Moritz aus. Und wieder: die Details. In einem Hotel sind das etwa der Portier mit seinem freundlichen Lächeln und der korrekten Uniform, die polierte Limousine, der saubere Skibus, die Floristin, die jeden Tag die Blumenbouquets neu herrichtet. Dass der Stuhl nicht wackelt, dass das Tischtuch exakt sitzt, dass die Gläser tiptopp sind. Es ist das ganze Ambiente, das wir täglich schaffen, damit der Gast sich bei uns rundum wohlfühlt.

# HUGO WETZEL IM GESPRÄCH MIT HEINZ HUNKELER



Blickt auf mehr als 160 Jahre  
exklusive Geschichte zurück:  
das Kulm Hotel St. Moritz

## ÜBER HEINZ E. HUNKELER

*Der Hotelier ist 1974 in St. Moritz geboren. Seine Eltern führten in seiner Kindheit das Kulm Hotel als Direktionspaar. Nach der Matura besuchte er die Hotelfachschule Lausanne, es folgten Stationen unter anderem im The Pierre (New York), Four Seasons (Paris und Prag), Mandarin Oriental (Genf), Vier Jahreszeiten (München) und Grand Hotel Kronenhof (Pontresina). Seit 2013 führen Heinz und seine Frau Jenny Hunkeler das Kulm Hotel St. Moritz.*

[www.kulm.com](http://www.kulm.com)

## ÜBER HUGO WETZEL

*Hugo Wetzel ist in St. Moritz geboren und aufgewachsen. Der gelernte Buchdrucker führte bis 2005 die Familien-druckerei und ist seit 2006 Präsident der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz. Der Name Hugo Wetzel ist eng mit dem Skisport in St. Moritz verbunden. Er war bei der Kandidatur und Organisation mehrerer Alpiner Ski-WMs engagiert.*

**Das Kulm Hotel hat St. Moritz mitgeprägt wie kaum ein anderes Hotel. Welche Rolle spielt eure Tradition heute?** Es ist wichtig, die Vergangenheit wertzuschätzen. Mit unseren Geschichten könnte man Bücher füllen, und ich habe grosse Ehrfurcht vor den Leistungen unserer Vorgänger. Hier im Kulm Hotel hat schliesslich alles begonnen – der Wintertourismus in den Alpen. Von daher haben wir sicherlich historische Vorteile, die uns von anderen Hotels differenzieren. Aber: Wir müssen den Spagat schaffen, nicht als verstaubtes Grandhotel wahrgenommen zu werden, sondern unsere Tradition zeitgemäss zu interpretieren. Weniger steif, weniger kompliziert, aber trotzdem unsere einmalige Historie zelebrierend. Denn sie ist für unsere Gäste bis heute erlebbar, etwa im Kulm Pavillon. Das Gebäude selbst und seine Ausstellungsstücke sind eine Sammlung überlieferter Emotionen.

**Was, denkst du, muss St. Moritz tun, um auch in Zukunft glanzvoll zu sein und verschiedene Gäste anzusprechen?** Natürlich müssen wir unsere Natur pflegen, die Berge, die Seen. Dazu kommt unsere Exklusivität, sie macht uns einzigartig. St. Moritz ist eine hochklassige Top-Destination, und ich finde es wichtig, das zu pflegen – unsere zeitlose Frische durch Investitionen zu bewahren und uns dadurch stets den Bedürfnissen der Gäste anzupassen.

**Auf welche glanzvollen Momente in diesem Winter freust du dich besonders?** Darauf, den Kulm Pavillon wieder so zu erleben, wie er früher war. Auf den Moment, wenn der erste Schnee fällt, das Telefon klingelt und die ersten Reservierungen reinkommen. Auf unsere Mitarbeiter, die wir aus den vorigen Wintern kennen. Und natürlich freue ich mich auf unsere Gäste – die neuen und die wiederkehrenden.

An aerial photograph of a snowy mountain slope. The snow is bright white and covers most of the terrain. Several dark, curved lines represent ski tracks. A cable car is visible on the right side of the frame, suspended from a cable. The overall scene is bright and clear, suggesting a sunny day in winter.

# *NATURSCHÖNHEIT*

Das Zusammenspiel von überdurchschnittlich vielen Sonnentagen, klarer Bergluft und Minusgraden lässt die Natur im Oberengadin im Winter besonders glänzen. Auf den Hängen glitzert der Schnee, und die zugefrorenen Seen spiegeln mit den leuchtenden Augen der Gäste um die Wette.



Foto: Filip Zuam



Kein Wind, kein Schnee – zwei der Voraussetzungen, damit das Wasser der Oberengadiner Seen zu Schwarzeis gefrieren kann

F

ür gewöhnlich ist Januar der kälteste Monat. Deshalb fiebern schon im Dezember viele Touristen und Einheimische darauf hin, dass möglichst bald die Seen zufrieren, die sich von St. Moritz aus Richtung Maloja erstrecken. Jeder will der Erste sein und mit Schlittschuhen seine Spuren auf dem Schwarzeis hinterlassen oder einfach einen Spaziergang auf der spiegelnden Oberfläche machen, umrahmt von schneebedeckten Bergen. Wer das Naturphänomen noch nie gesehen hat, fragt sich vielleicht, ob das Schwarzeis wirklich schwarz ist. „Nein, das stimmt nicht, stattdessen ist es ganz klar und gibt den Blick in die Tiefen des Sees frei, deshalb erscheint es sehr dunkel“, betont Ingenieur Markus Berweger. Wer durch die Eisdecke nach unten schaut, sieht aber nicht nur Schwärze, sondern auch Felsbrocken, Wasserpflanzen und mit etwas Glück sogar Fische, die quicklebendig durch

das kalte Wasser schwimmen. Markus Berweger ist CEO der See-Infra AG, die auf dem St. Moritzersee für den Aufbau und die Vermietung der Zelte während des Snow-Polo-Turniers und des White-Turf-Pferderennens zuständig ist. Der 49-jährige Diplom-Bauingenieur überprüft regelmässig die Tragfähigkeit des Eises auf dem St. Moritzersee.

In der Wintersaison 2016/17 war das Schwarzeis im Oberengadin viele Wochen lang zu bewundern. Das ist nicht immer so. Damit die Seen zufrieren und das magisch schimmernde Eis entsteht, müssen mehrere Voraussetzungen erfüllt sein: „Kein Wind, der Wellen schlägt, kein Schnee, der sich auf das Eis legt – und eine durchgängig niedrige Temperatur, damit das Wasser überhaupt gefrieren kann“, sagt Glaziologe Martin Funk von der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich. „Hat sich das Schwarzeis aber einmal gebildet“, so



NATURPHANOMEN

# STILLE WASSER

In den Wintermonaten lockt das Schwarzeis im Oberengadin viele Schlittschuhläufer und Naturliebhaber an – sie alle bewundern die geheimnisvolle Schönheit der gefrorenen Seen.

FOTOS: FILIP ZUAN





*„15 ZENTIMETER STÄRKE  
REICHEN, DAMIT  
MAN DAS SCHWARZEIS  
BETRETEN KANN.“*

Martin Funk, Glaziologe

So viel Ruhe das gefrorene Eis auch ausstrahlen mag, unter seiner Oberfläche geht das Leben weiter: Fische bahnen sich auch im Winter munter ihren Weg durch die Tiefen.

Funk, „dann reicht schon eine Stärke von rund 15 Zentimetern, um mehrere Personen zu tragen.“ Sobald diese Schwelle erreicht ist, wird der St. Moritzersee für Spaziergänger und Langläufer benutzbar.

Wer ganz am Anfang der Wintersaison aufs Eis will, hat meist Glück am Lago Bianco. Der See friert schnell zu, weil er am Bernina-Pass auf einer stattlichen Höhe von 2'234 Metern liegt. Manchmal sind auf dem Gewässer dann auch Eissegler zu sehen, die in ihren Schlitten so elegant wie Windsurfer über die spiegelnde Oberfläche gleiten. Unten im Tal bildet sich am ehesten auf dem Champfèrer See eine geschlossene Eisdecke, weil er verglichen mit seinen drei Nachbargewässern relativ klein ist. Hier treten jedes Jahr auch die Pond-Eishockeyteams gegeneinander an und tragen vier gegen vier die Schweizer Meisterschaften aus. Währenddessen staunen die Zuschauer am Rand immer wieder darüber, dass die Spieler überhaupt in die nur 20 Zentimeter hohen Tore treffen. Die ganz grossen Events – Snow Polo



Wenn sich das Schwarzeis erst einmal gebildet hat, ist es sehr stark, und man kann es bedenkenlos betreten – etwa zum Schlittschuhlaufen.



und White Turf – finden jedoch auf dem St. Moritzersee statt. Damit die Zelte mit ihren Lounges und Bars auf dem gefrorenen See so fest stehen wie an Land, prüft Markus Berweger die gesamte Wintersaison hindurch mit Bohrungen und Radarmessungen die Dicke des Eises. So haben Sport, Spass und Events immer eine sichere Grundlage.

Autor: Stefan Skiera



Über die aktuelle Eislage auf dem St. Moritzersee informiert die Tourismusorganisation T +41 81 830 00 01 [www.engadin.stmoritz.ch](http://www.engadin.stmoritz.ch)



## FASZINATION SCHWARZEIS

Die Fotos zu dieser Geschichte stammen aus dem Buch „NAIR“ des Fotografen Filip Zuan. Es beleuchtet die Leidenschaft der Menschen für das Naturphänomen Schwarzeis und die Tradition des Schlittschuhlaufens auf den Engadiner Seen.

Im Fotoband „NAIR“ (rätoromanisch für schwarz) dokumentieren wunderschöne Aufnahmen das Schwarzeis, das Jung und Alt seit Generationen in seinen Bann zieht. Das Buch zeigt jedoch nicht nur faszinierende Fotos, sondern gibt vielmehr Einblicke in die Seele der Engadiner, die Jahr für Jahr darauf warten, dass die Seen zufrieren, damit sie vor der beeindruckenden Bergkulisse ihre Spuren auf der spiegelnden Oberfläche hinterlassen dürfen.

**Filip, du hast dem Thema Schwarzeis ein ganzes Fotobuch gewidmet, an dem du fünf Jahre lang gearbeitet hast. Was fasziniert dich am Schwarzeis so?** Filip Zuan: Schwarzeis ist eines der schönsten Naturphänomene, die ich kenne. Wenn es passiert, ist Magie in der Luft, denn es ist einfach unvorhersehbar.

**Wie erlebst du die Entstehung des Schwarzeises?** Es beginnt im Herbst, wenn die Nächte langsam kälter werden und der Winter Einzug hält. Die Temperatur der Seen sinkt, und das Wasser beginnt zu frieren. In diesen kalten Nächten wird man langsam nervös und denkt immer wieder an das Eis. Welche Seen sind wohl schon zugefroren? Wo kann ich als Erstes Schlittschuh laufen?

**Was hat diese Faszination in dir entfacht?** Mein Vater ist immer Schlittschuh gelaufen. Seit ich denken kann, war ich auf dem Eis, es ist eine Tradition hier oben. Ich erinnere mich noch gut, dass mein Vater mich zu sich gerufen hat: „Ich habe diesen oder jenen See beobachtet, lass uns hingehen.“ In manchen Jahren konnten wir das Eis richtig lange genießen, in anderen Jahren konnte man nur einen einzigen Tag aufs Eis. Das Eis braucht eine bestimmte Dicke, damit es dich hält. Es benötigt

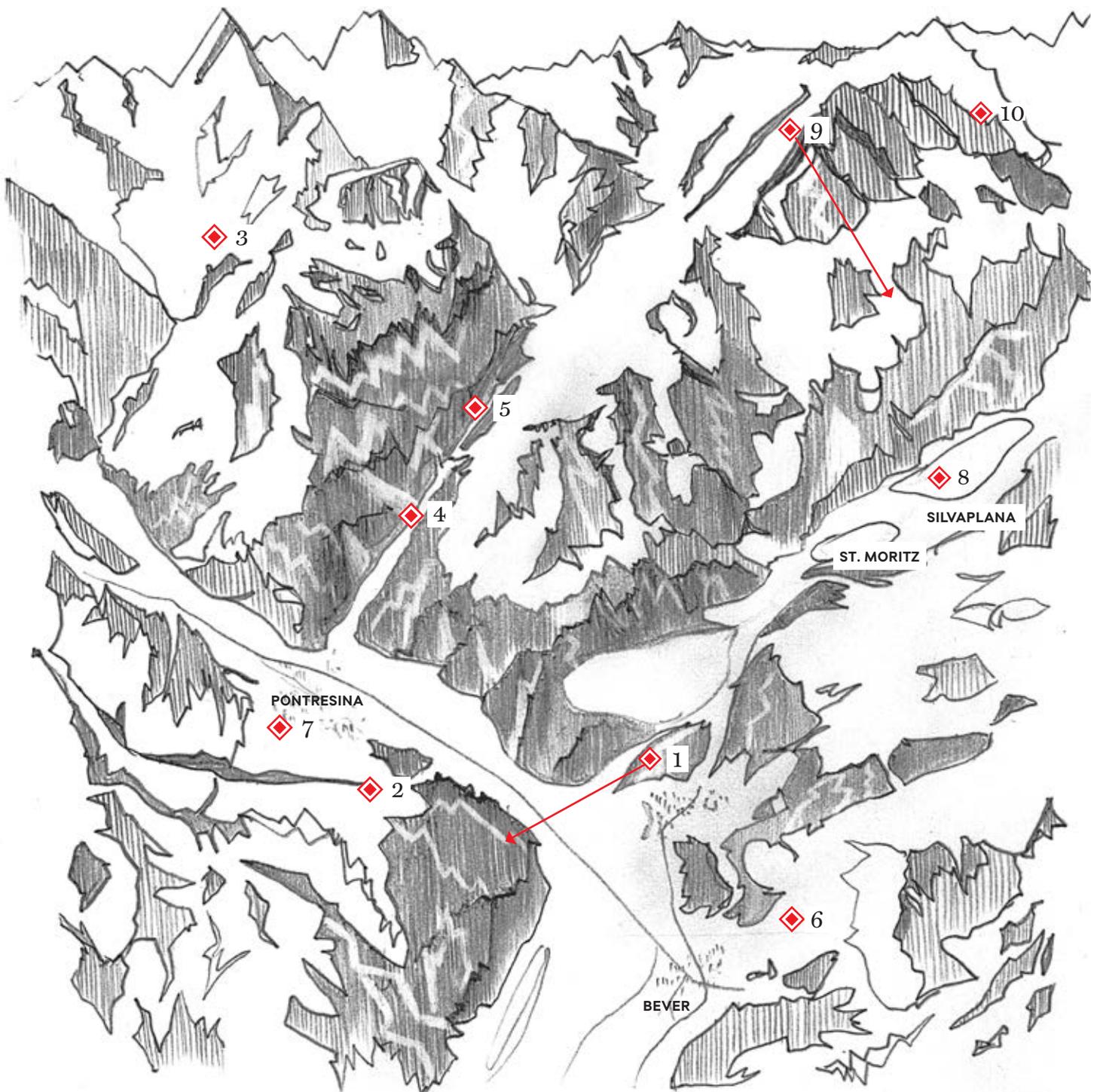
vier oder fünf klare, kalte Nächte dafür. Manchmal fährt man zum See, und das Eis ist nur vier Zentimeter dick – nicht genug. Und am nächsten Tag schneit es vielleicht – was bedeutet, dass man in diesem Jahr nicht auf diesem See Schlittschuh laufen wird. Die Natur diktiert, wann man eislaufen kann. Das ist es aber auch, was das Ganze so spannend macht.

**Wie bist du dazu gekommen, in deiner Fotografie einen Fokus auf das Schwarzeis zu legen?** Ich habe ein paar Jahre lang in Barcelona gelebt und war dort viel in der Skateboard-Fotografie unterwegs. Als ich zurück ins Engadin kam, ist es mir zuerst recht schwergefallen, neue Themen zu finden, die mich faszinierten. Dabei lag eines dieser Themen in Wahrheit direkt vor meiner Nase.

**Nämlich das Eislaufen auf den Engadiner Seen?** Ja, genau. Wenn das Eis friert, sind alle draussen. Und wenn sie auf dem Eis sind, sind alle glücklich. Für mich sind es diese Momente, die ich mit meinen Bildern einfrieren möchte. Die Gefühle festhalten, die das Schwarzeis hervorruft, und sie für die Zukunft dokumentieren.

[www.filipzuan.com](http://www.filipzuan.com)



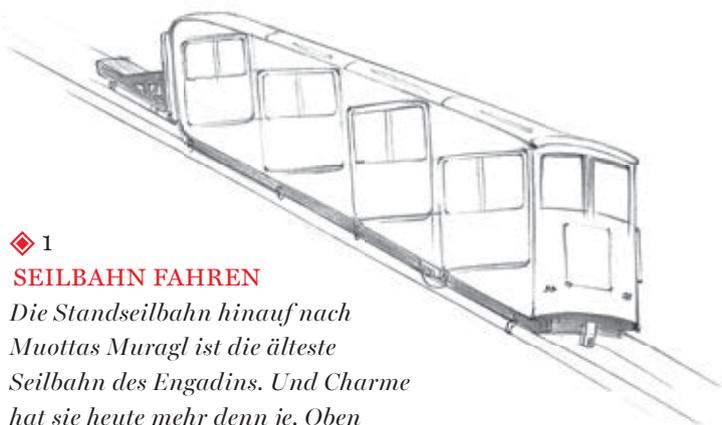


NATUR ERLEBEN

# ENGADINER WINTERWUNDER

Beim Anblick verschneiter Berge die Zeit vergessen, Hirsche bei der Futtersuche beobachten oder Kutsche fahren? Können Sie alles machen – der Winter im Oberengadin ist nämlich alles andere als eintönig.

Illustrationen: Anna Wacholder



◆ 1

**SEILBAHN FAHREN**

Die Standseilbahn hinauf nach Muottas Muragl ist die älteste Seilbahn des Engadins. Und Charme hat sie heute mehr denn je. Oben angekommen, kann man dann die grandiose Aussicht auf die verschneite Landschaft und die Engadiner Seen auf sich wirken lassen.

◆ 2

**AUF DEN SPUREN DER PHILOSOPHEN WANDELN**

Der Philosophenweg von Muottas Muragl wird im Winter täglich frisch präpariert. Drei unterschiedlich lange Streckenvarianten laden zum Spazieren und Sinnieren ein.

◆ 3

**ZUM GLETSCHER WANDERN**

Über einen geräumten Winterwanderweg gelangt man vom Bahnhof Morteratsch in gut einer Stunde zum Morteratschgletscher. Bei klarer Sicht hat man einen herrlichen Blick auf die umliegenden Berge.

◆ 4

**VÖGEL BEOBACHTEN**

Mit etwas Glück entdeckt man auf dem Weg ins Val Roseg am Bergbach Wasseramseln.



◆ 5

**HIRSCHE SEHEN**

Ganz in der Nähe des Restaurants Roseg Gletscher suchen Hirsche nach Futter – ideal, um sie heimlich zu beobachten.

◆ 6

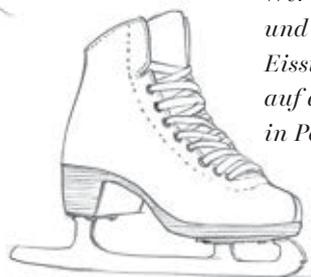
**DEN BACH ENTLANGSPAZIEREN**

Entlang des Beverinbaches führt ein Weg nach Spinaz. Man durchläuft unter anderem einen hübschen, verträumten Wald und sieht vielleicht sogar Wild.

◆ 7

**EISLAUFEN**

Wer Schlittschuh laufen, Curling und Hockey spielen oder Eisstock schießen möchte, ist auf dem Natureisplatz Roseg in Pontresina genau richtig.



◆ 8

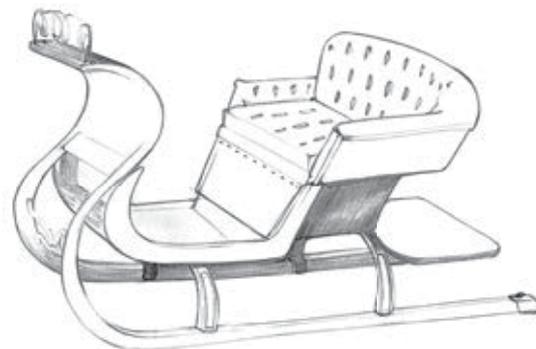
**SNOWKITEN**

Das windsichere Revier macht's möglich: Auf dem Silvaplannersee lässt es sich mit dem Kite genüsslich über die Eisfläche gleiten.

◆ 9

**NACHTS SKI FAHREN**

Sporteln unterm Sternenhimmel – jeden Freitag bis tief in die Nacht auf der längsten beleuchteten Piste der Schweiz am Corvatsch.



◆ 10

**KUTSCHE FAHREN**

Startpunkt ist der Dorfplatz von Sils Maria. Das Ziel: Val Fex – eines der höchstgelegenen ganzjährig bewohnten Täler der Schweiz.



# *KULINARIK*

Das belebende Reizklima des Oberengadins ist verantwortlich für das viel zitierte „Champagnerklima“ von St. Moritz. Dieses prickelnde Ambiente ist nicht nur bestens geeignet für sonnenverwöhnte Skitage, sondern auch, um Gaumenfreuden der Extraklasse zu geniessen – und sich dazu vielleicht auch das eine oder andere Glas echten Champagner zu genehmigen ...



Foto: istock

CHRISTIAN J. GOLDSMITH IN DER KÜCHE MIT ...

# ENRICO CEREÀ

Der Italiener Enrico Cerea gilt als einer der weltbesten Köche. Aktuell freut er sich auf die Wintersaison im Carlton Hotel St. Moritz – für ihn ist es ein „erhabenes Gefühl“, nach St. Moritz zu kommen. Im „Da Vittorio – St. Moritz“ serviert er seine unverwechselbare Cucina.

FOTOS: FILIP ZUAN



Wie sein Vater Vittorio liebt Enrico Cerea (r.) die Küche des Meeres – und serviert in den Bergen Wolfsbarsch, Scampi oder Miesmuscheln (o.).

Ihre Majestät hatten einen ganz besonderen Wunsch – und zwar ein Risotto milanese. Aber nicht irgendeines: Es sollte schon das von Enrico Cerea sein. Der Drei-Sterne-Koch aus Bergamo liess sich beim Staatsbesuch von Queen Elizabeth II. in Italien dann auch nicht lange bitten und festigte die guten Beziehungen zum britischen Hof mit einem norditalienischen Risotto „mantecato“ – was bedeutet, dass der edle Carnaroli-Reis aus dem Piemont (und nur den verwendet Cerea) seine einmalig cremige Konsistenz durch ständiges Rühren im Topf erhält. Nicht lange bitten liess sich der Starkoch dann auch 2012 in St. Moritz. Nachdem er während des Gourmetfestivals im Carlton Hotel gekocht hatte, bat ihn der damalige Hotelchef Dominic Bachofen zu bleiben, woraufhin Cerea eine Dependence seines Restaurants „Da Vittorio“ eröffnete. Weshalb auch in diesem Winter im Carlton Hotel St. Moritz jene unverwechselbare Cucina serviert wird, die

weltweit in dem ein oder anderen Gewand daherkommt, sich aber immer treu geblieben ist und ihre Wurzeln in einer Tradition hat, die Enrico Cerea verkörpert wie kaum ein Zweiter: die der gehobenen Küche des italienischen Bürgertums, zu der sich die Familie am Esstisch versammelt. Mit dieser Tradition ist Cerea gross geworden, und sie spielt noch heute eine wichtige Rolle in seinem Leben: „Schon als Junge war ich unterwegs in unserem Restaurant und der Küche meines Vaters, mir wurde das Kochen in die Wiege gelegt.“

Seit 50 Jahren existiert das „Da Vittorio“ in Bergamo und gilt vielen Gastrokritikern als eines der besten Restaurants der Welt. Doch es ist noch immer ein Familienbetrieb. Enrico und sein Bruder Roberto haben ihre Lehr- und Wanderjahre ausschliesslich an kulinarischen Top-Adressen absolviert, in Bergamo aber werden sie noch heute bei ihren Kosenamen „Chicco“ und „Bobo“ gerufen. Schwester Barbara leitet das „Café Cavour 1880“, in dem



Carico  
DAVITTORIO

## „MIR WURDE DAS KOCHEN IN DIE WIEGE GELEGT.“

Enrico Cerea, Sternekoch



Autor Christian J. Goldsmith (r.) traf Enrico Cerea im Carlton Hotel in St. Moritz.

die Cereas selbst gemachte süsse Sachen verkaufen. Schwester Rosella ist die Restaurantchefin und sorgt dafür, dass jedes Jahr Spezialitäten wie Panettone oder eingelegte Früchte in Weihnachtspakete gepackt werden, auf die eine internationale Klientel sehnsüchtig wartet – die Cereas haben Freunde in aller Welt.

Auch im „Da Vittorio – St. Moritz“ spielt die Familie eine wichtige Rolle. Wochenweise wechseln sich Chicco und Bobo in der mittlerweile mit einem Michelin-Stern dekorierten Küche ab, diskutieren Menüs, tüfteln an neuen Rezepten, überlegen, wie die weltweiten Trends der Küche in ihr Konzept passen. „Es ist wichtig, dass man sich nicht gegen Neuerungen stemmt, aber ich entscheide nur mit dem Herzen, um weiter aufrichtig und ehrlich kochen zu können“, sagt Cerea. So bemüht er sich, dem japanischen Brühkopf-Gericht Shabu-Shabu mit Scampi den besonderen „Da Vittorio“-Touch zu verleihen, bereitet aber auch Kaisergranat noch nach einem Rezept seines Vaters zu oder gibt den Scampi einfach eine Limonen-Granita bei. Oder kontrastiert ein asiatisch inspiriertes Dreierlei vom rohen Fisch als Vorspeise mit einem Kalbskotelett

zum berühmten sizilianischen Gemüseintopf, der Caponata, als Hauptspeise. Zum Dessert liesse sich ein Tiramisu mal auf andere Art geniessen: Cerea richtet die einzelnen Zutaten separat auf dem Teller an, der Gast kann sie sich nach eigenem Gusto mischen. Das Wichtigste aber ist für Chicco, dass er ein zweites Zuhause vorfindet, wenn er nach zweieinhalb Autostunden von Bergamo über den Malojapass in St. Moritz ankommt. „Ein erhabenes Gefühl“ empfindet der Starkoch dann schon kurz vor dem Ziel, „wie im Märchen: St. Moritz ist für diejenigen, die dieses Gefühl zu schätzen wissen.“ Und er freut sich auf den „perfekten Zustand im Carlton, die perfekten Vorbereitungen“, die dann bereits getroffen wurden für die Wintersaison. Nur das, was sonst jedermann nach St. Moritz zieht im Winter – der Prachtschnee, die schönsten Pisten der Welt –, das geht an Enrico Cerea vorbei: „Wenn man mich fragt, ob ich Ski laufen will oder lieber in die Küche gehen, würde ich mich immer fürs Kochen entscheiden, um etwas Tolles und Einfaches zu kochen.“ Wie wäre es zum Beispiel mit einem Risotto?

Autor: Christian J. Goldsmith

INFO

„Da Vittorio – St. Moritz“  
Carlton Hotel  
Via Johannes Badrutt 11  
7500 St. Moritz  
T +41 81 836 70 00  
www.carlton-stmoritz.ch



Scampi serviert der Starkoch mit Anklängen an die Molekularküche.

#### ÜBER ENRICO CERA

*Enrico „Chicco“ Cera wuchs zwischen den Kochtöpfen des elterlichen Restaurants „Da Vittorio“ in Brusaporto bei Bergamo auf. Dass sich sein Vater Vittorio als einer der Ersten auf Fisch spezialisiert hatte, merkt man der Küche Ceras noch heute an. Unter anderem lernte er bei Heinz Winkler in Aschau und beim Küchen-Revolutionär Ferran Adrià. Sein Bruder Roberto arbeitete etwa mit den Brüdern Troisgros und Roger Vergé, zwei der Pioniere der „Nouvelle Cuisine“.*



HAPPY NEW YEAR!

# FEIERLICH SPEISEN

Kaviar, Wienerli oder Fondue chinoise? Was essen (und trinken)  
Einheimische und Gäste in St. Moritz an Silvester? Wir haben  
die Manager und Köche des Badrutt's Palace Hotel und des Berghotel  
Randolins zu ihren Silvestermenüs befragt.

**M**anch einer assoziiert St. Moritz mit Schampus und Kaviar, aber der berühmte Kur- und Wintersport-Ort hat in jeder Hinsicht mehr zu bieten als das. Hier findet man in Sachen Genuss alles, was das Herz begehrt. Vor allem an Silvester geben die Hotels – ob drei oder fünf Sterne – ihr Bestes, um den feierlichen Abend auch kulinarisch zu etwas ganz Besonderem zu machen.

Im Badrutt's Palace Hotel findet jährlich – immer unter einem neuen spannenden Motto – ein gigantisches Spektakel statt. Die Vorbereitungen für die legendäre Silvesterparty beginnen bereits im Februar, also zehn Monate vorher. Yves Gardiol, CEO des Palace, erklärt: „Die grösste Herausforderung ist natürlich, alles rechtzeitig fertig zu bekommen, denn am letzten Tag hat man keine Zeit mehr, etwas zu verändern. Das gesamte Hotelpersonal – 500 Angestellte – muss eine Doppelschicht

einlegen.“ Für diesen Abend werden die Halle und alle drei Restaurants komplett umdekoriert – für sage und schreibe 500'000 Schweizer Franken. Es gibt drei Bands, zwei Menüs, zwei DJs. 350 Servicekräfte und 60 Köche sind zugange. Diese stellen sicher, dass die 850 Gäste den Kaviar kalt und das Filet warm serviert bekommen. „Jeder Teller spiegelt das Thema des Abends wider“, erklärt Gardiol. Das Silvestermotto am 31. Dezember 2016 war „Palace in Space“, und so genossen die Gäste ein galaktisches Menü mit einem mondformigen Püree aus Käse und Mais sowie mit Zucchini gefüllte Tomaten in Form eines Planeten. Jedes Gericht ist ein exklusives Kunstwerk der Küche. „Allzu experimentell darf es allerdings nicht sein, das kommt bei den Gästen nicht so gut an. Unsere Silvester-Stammgäste sind anspruchsvoll und lieben traditionelle Speisen wie Kaviar, Champagner, perfekt abgeschmeckte Trüffel



Fotos: © thephotographers



*„UNSERE SILVESTER-  
STAMMGÄSTE SIND SEHR  
ANSPRUCHSVOLL.“*

Yves Gardiol, CEO Badrutt's Palace Hotel

auf dem Filet sowie Lachs und Foie gras“, erzählt Yves Gardiol, der seit 15 Jahren im Badrutt's Palace Hotel arbeitet. Der Kaviar hat im Palace eine ganz besondere Tradition: Johannes Badrutt war es, der gemeinsam mit Feinkost Glattfelder vor 85 Jahren den Kaviar erstmals nach St. Moritz brachte. Auf Qualität wird grosser Wert gelegt, und so werden auch der schwarze Trüffel aus Alba und der weisse aus dem Périgord ohne Umwege direkt ins Hotel geliefert. 45 Kilogramm Kaviar werden verspeist, und 350 Champagnerkorken knallen hier am Silvesterabend.

Das Silvestermotto spiegelt sich nicht nur im Menü, sondern neben der Dekoration auch im Dresscode wider. Männer mit Black Tie und Damen in exklusivsten Roben mit kostbaren Preziosen geniessen das sprichwörtlich „abgehobene“ Menü. Um Mitternacht gibt es kein offizielles Feuerwerk, denn es würde die Feierstimmung unterbrechen, wenn die Gäste Punkt 24 Uhr nach draussen gingen. Stattdessen verteilt ein Kaminfeger Glück fürs neue Jahr, indem er als Talisman Ein-Rappen-Münzen an die Gäste ausgibt. Doch ganz verzichten muss man auf ein funkelnendes Feuerwerk dann doch nicht: Das wird am 1. Januar gebührend nachgeholt. „An Silvester wird gerne mal bis um sieben Uhr in der Früh getanzt, und so manch ein Gast geht direkt zum Frühstück“, so Gardiol. Natürlich hat das Spektakel einen stolzen Preis von 1'300 Schweizer Franken, für Hotelgäste 650 Schweizer Franken, aber es ist eben auch ein einmaliges Erlebnis.



Galaktische Dekoration: Den Jahreswechsel 2016 auf 2017 feierte man im Badrutt's Palace Hotel unter dem Motto „Palace in Space“.





Markus Inauen ist Chefkoch im Berghotel Randolins und kredenzt an Silvester ein köstliches bodenständiges Sechs-Gänge-Menü.

## „WIR BIETEN AUCH AN SILVESTER EIN BEZAHLBARES ST. MORITZ AN.“

Stephan Amsler, Direktor Berghotel Randolins

Während im Palace die sensationellste Party von St. Moritz stattfindet, sieht im Berghotel Randolins der Abend vergleichsweise beschaulich aus. In uriger familiärer Atmosphäre und mit entspanntem Dresscode wird hier um Mitternacht auf der Terrasse und am Lagerfeuer gefeiert. „Für die lauten Partys gibt es andere Orte“, sagt Isabella Scheuermann, die seit drei Jahren mit ihrem Mann Stephan Amsler das Berghotel am exklusiven Suvretta-Hügel leitet. Soeben hat das Hotel mit sechs Häusern seinen Familienbereich renoviert. „Viele haben Vorurteile gegenüber dem Luxusimage von St. Moritz, aber wir liegen genau zwischen den zwei Welten und bieten auch an Silvester ein bezahlbares St. Moritz an“, erklärt Stephan Amsler. An Silvester wird im gemütlichen Restaurant Stüvetta oder im Panorama-Speisesaal gespeist. Dresscode gibt es keinen, aber festlich angezogen sollte man schon sein. Man ist ringsum von Holz umgeben, dessen feiner Duft auch gut für den Gemütszustand sein soll. „Unsere Gäste mögen die Ruhe und genießen hier die wunderbare Aussicht. Bezüglich der Speisen muss es einfach köstlich und bodenständig sein“, so Amsler. So gibt es dann für 139 Schweizer Franken Jakobsmuscheln auf Linsen statt Trüffel. Bekocht werden die bis zu 130 Gäste von



Ob im Speisesaal mit spektakulärem Panoramablick (o.) oder im gemütlichen Restaurant Stüvetta: Das Essen spielt im Randolins eine Hauptrolle.





Direktionsfamilie: Isabella Scheuermann und Stephan Amsler leiten das Berghotel Randolins.

Markus Inauen mit seinem fünfköpfigen Team. „An Silvester helfen alle mit“, erzählt Isabella Scheuermann. Schon recht früh im Jahr beschäftigt sich Inauen mit der Frage: „Was kann ich den Gästen und den zahlreichen Stammgästen bieten, um sie jedes Jahr aufs Neue zu begeistern? Es geht eben auch ohne Kaviar, aber ein Rinderfilet oder Kalbskarree kommen immer gut an und sind Höhepunkte in unserem Sechs-Gänge-Menü. Der Silvesterabend ist immer ein Schlemmerabend, aber ich versuche trotzdem, nicht zu viele Komponenten und Geschmacksrichtungen zu integrieren“, so Inauen.

Im Randolins legt man grossen Wert auf Qualität und kulinarische Tradition. Hier werden Saucen, Marmeladen oder Nusstorten im Haus selbst gefertigt. Es gibt sogar eine eigene Randolins-Salsiz und einen Mutschli-Käse, der auf traditionellste Weise produziert wird. Die Produkte können die Gäste als Erinnerung

auch kaufen – einzeln oder im Geschenkkorb. Auch einheimische Nachbarn kommen für den Silvesterabend ins Randolins. „Jeder Gast spricht mit dem anderen, und auch mit den Mitarbeitern wird um Mitternacht angestossen“, erzählt Stephan Amsler. Single-Gäste werden – wenn sie möchten – zu Stammgästen an den Tisch gesetzt. „Bei uns bilden sich immer neue Freundschaften“, sagt Isabella Scheuermann. Wohl auch einer der Gründe, warum Gäste das Randolins oft nicht nur einmal besuchen. Das Hotel ist wie ein heimeliges Nest, in das man gerne zurückkommt.

Silvester in St. Moritz – das ist Kontrast und Vielfalt, auch kulinarisch. Ob urig und gemütlich oder Glanz und Glamour: Wer hier den Jahreswechsel feiert, fährt mit unvergesslichen Erinnerungen im Gepäck nach Hause zurück. Und kommt im nächsten Jahr sicher wieder.

Autorin: Valentina Knapp Voith

INFO

**Badrutt's Palace Hotel**  
Via Serlas 27  
7500 St. Moritz  
T +41 81 837 10 00  
www.badruttspalace.com

**Berghotel Randolins**  
Via Curtins 2  
7500 St. Moritz  
T +41 81 830 83 83  
www.randolins.ch





# MUSSE

Die Sonne ist seit Jahrzehnten das Markenzeichen von St. Moritz. Im Winter scheint sie sogar rund um die Uhr: Tagsüber lässt sie die Pisten erstrahlen, nachts erleuchtet ihr Motiv die Strassen. Und ausserhalb des Engadins lacht sie uns seit jeher von den Werbeplakaten entgegen.



Wenn in der  
Dämmerung die  
Lichter der Häuser  
angehen, legt sich  
eine zauberhafte  
Stimmung über das  
verschneite St. Moritz.

ST. MORITZ STRAHLT

# ALLES IST ERLEUCHTET

In der dunklen Jahreszeit ist es das Licht, das hier und da Glanzpunkte setzt und damit nicht nur Kinderaugen zum Leuchten bringt. Von der winterlichen Dekoration im Dorf bis zum Weihnachtsbaum des Badrutt's Palace Hotel: St. Moritz ist im Winter ein einziges Lichterfest.

# D

ie dunkle Winterzeit lässt die Juwelen bei Cartier und Co. in der Via Serlas mit den Weihnachtslichtern um die Wette funkeln. Hoch über der Luxusmeile von St. Moritz beleuchten geschwungene Tannenzweige die Strasse, auf der sich Gäste aus aller Welt in letzter Minute mit Weihnachtsgeschenken eindecken. In der Mitte der glitzernden Lichterketten prangt das legendäre Wahrzeichen des Badrutt's Palace Hotel: die Turmspitze. Der Rest der Fussgängerzone und Teile von St. Moritz Bad werden dagegen von Dezember bis März mit freundlich leuchtenden Sonnen dekoriert. Das Motiv der Sonne ist seit über 80 Jahren das Markenzeichen von St. Moritz und gilt als ältestes noch verwendetes touristisches Markenzeichen überhaupt.

Einer jedoch stiehlt Jahr für Jahr auch den üppig dekorierten Schaufenstern mühelos die Show: der riesige Weihnachtsbaum vor dem Ein-

gangsbereich des Luxushotels Badrutt's Palace. CEO Yves Gardiol sorgt dafür, dass diese schöne Tradition, die auf die Familie Badrutt zurückgeht, auch in Zukunft weitergepflegt wird.

**Herr Gardiol, jede Tradition hat bekanntlich einen Anfang. Wann stand der erste Weihnachtsbaum im Badrutt's Palace Hotel?** Yves Gardiol: Bereits in den Kindertagen von Hansjürg Badrutt in den 1940er-Jahren. Es existieren noch Fotos aus dieser Zeit. Sie zeigen den festlich geschmückten Baum im Embassy Ballroom sowie einen Weihnachtsmann – oder „Samichlaus“, wie er in der Schweiz heisst –, der Geschenke an Hansjürg, seine Freunde und die Kinder der Palace-Gäste verteilt.

**Und seit wann steht der Baum draussen, vor dem Hoteleingang?** Genau ist das nicht belegt, vermutlich seit der Saison 1947/48. Ein guter Standort, denn er wurde im Laufe der Jahre



Im Winter sind auch Chauffeur und Chasseur des Badrutt's Palace Hotel dick eingepackt. Sie erwarten die Gäste am Eingang, vor dem traditionell ein imposanter Weihnachtsbaum steht (o.). Das restliche St. Moritz erstrahlt charakteristisch dank leuchtender Sonnen (r.).



Fotos: Alessandro Della Bella (3), PR/[www.pillmann.com](http://www.pillmann.com) (1)



Yves Gardiol ist  
CEO des Badrutt's  
Palace Hotel, das  
in der luxuriösen  
Via Serlas liegt.

## „WENN DIE LICHTER AM BAUM ANGEHEN, STARTET DIE WINTERSAISON.“

Yves Gardiol, CEO des Badrutt's Palace Hotel

immer grösser, letzten Winter mass er 13 Meter. Zudem haben so nun auch Passanten ihre Freude an dem Weihnachtsbaum.

**Es hängen unzählige Kugeln dran. Ist bekannt, wie viele es sind?** Wir haben sie tatsächlich noch nie gezählt. Vielleicht zwischen 1'000 und 1'200 Stück? Das liebevolle Schmücken des Baumes mit den roten und goldenen Weihnachtskugeln übernehmen die Damen der Inhouse-Floristik. Die Lichterkette wird von einer externen Firma beim Aufstellen des Baumes angebracht.

**Am 6. Dezember um 18 Uhr lädt das Palace zum „Christmas Tree Lighting“. Was erwartet die Besucher?** Es ist für uns der Start in die Wintersaison, den wir zusammen mit Gästen und der einheimischen Bevölkerung bei Musik, Glühwein und Weihnachtsgebäck feiern. Ein Countdown markiert den Moment, in dem die Lichterkette des Weihnachtsbaumes erstmals angeschaltet wird, zeitgleich mit der festlichen Beleuchtung der Via Serlas. Die Kinder erwarten immer mit grossen Augen den Samichlaus, der die Geschenke verteilt. Ein tolles Erlebnis

für die ganze Familie, welches bei Gästen sowie bei den Einheimischen sehr gut ankommt. Ein gemütliches „Get-together“ zur Einstimmung auf die Advents- und Weihnachtszeit.

**Die Weihnachtsbeleuchtung der Via Serlas unterstreicht zusätzlich die feierliche Stimmung. Ihr Hauptmotiv ist der Turm des Badrutt Palace Hotel. Wie kam es dazu?** Zum ersten Mal wurde die Strasse im Winter 1999 mit einer Weihnachtsbeleuchtung geschmückt. Damals war noch die Sonne das Hauptmotiv, die ja seit den 1930er-Jahren das weltweit bekannte Markenzeichen von St. Moritz ist. Vor der Wintersaison 2016/2017 wurde das Motiv der Beleuchtung überarbeitet. Unter den vielen Vorschlägen wurde schliesslich der Turm, das ikonische Wahrzeichen des Badrutt Palace Hotel, ausgewählt.

**Was hat sich im Laufe der Jahre an den Weihnachtsbräuchen sonst noch verändert?** Nicht viel – wie es sich für eine Tradition gehört. Die Tanne ist natürlich naturgegeben jedes Jahr eine andere (*lacht*).

Autorin: Anina Rether

## TOURISMUSPLAKATE

# IKONEN DER WERBUNG

Vor 122 Jahren waren sie es, die das Bild von St. Moritz und des Engadins zum ersten Mal in die Welt hinausstrugen: aufwendig gestaltete Plakate. Bis heute prägen sie das Image einer ganzen Region – und regen uns zum Träumen an.

# F

ür Dora Filli ist die Dokumentationsbibliothek am Schulhausplatz das „Gedächtnis von St. Moritz“. Die Kulturarchivarin und ihre Kollegen sammeln dort alle historischen Dokumente über die Alpendestination und ihre Bewohner, die von Bedeutung sind oder es jemals sein könnten: Bücher und Zeitungen, Fotos und Gemälde, Filme und Kassetten. Zu den wertvollsten Schätzen des Archivs gehören die Tourismusplakate, mit denen seit dem späten 19. Jahrhundert im In- und Ausland für St. Moritz als Reisedestination geworben wurde. Denn mit dem aufstrebenden Tourismus wurde auch dessen Vermarktung immer wichtiger.

Über 2'500 Plakate aus 122 Jahren Tourismusgeschichte hat die Dokumentationsbibliothek alarmgesichert in feuerfesten und säurefreien Mappen und Planschränken archiviert. „Das älteste bekannte Plakat ist von 1895 und wirbt mit dem Sommertourismus im Oberengadin“, erklärt Dora Filli. „Man darf ja

nicht vergessen, dass St. Moritz, lange bevor es zur beliebten Winterdestination wurde, wegen seiner Heilbäder eine Bedeutung als Kurort hatte.“ Die frühen Plakate hingen in den Reisebüros und warben mit ikonischen Bildern und der einfachen Anbindung durch die Eisenbahn um die Gunst der Reisenden. Auch in Zeitungsannoncen wurden die Sehnsuchtsorte gezeigt. „Stilistisch spiegelten die Motive immer auch den Geist der Zeit wider – sei es die Aufbruchstimmung ab 1910 oder der Bauhausstil der frühen 1920er-Jahre“, erklärt Dora Filli. Das verbindende Element dabei: Alle guten Plakate zeigten und zeigen immer nur einen einzigen Aspekt des Ortes oder der Region, ein plakatives Symbolbild mit einer klaren Aussage.

In den 1930er-Jahren begann die grosse Zeit der Tourismusplakate. Namhafte Künstler wurden engagiert, die das Image von St. Moritz mit ihren Werken prägten. In dieser Zeit entstanden auch die Sonne und der



**Nachdrucke zum Bestellen:**

Dokumentationsbibliothek St. Moritz  
Plazza da Scoula  
7500 St. Moritz  
design-gallery.ch

**Nachdrucke zum Kauf:**

St. Moritz Tourist Information  
Via Maistra 12  
7500 St. Moritz  
shop.stmoritz.ch

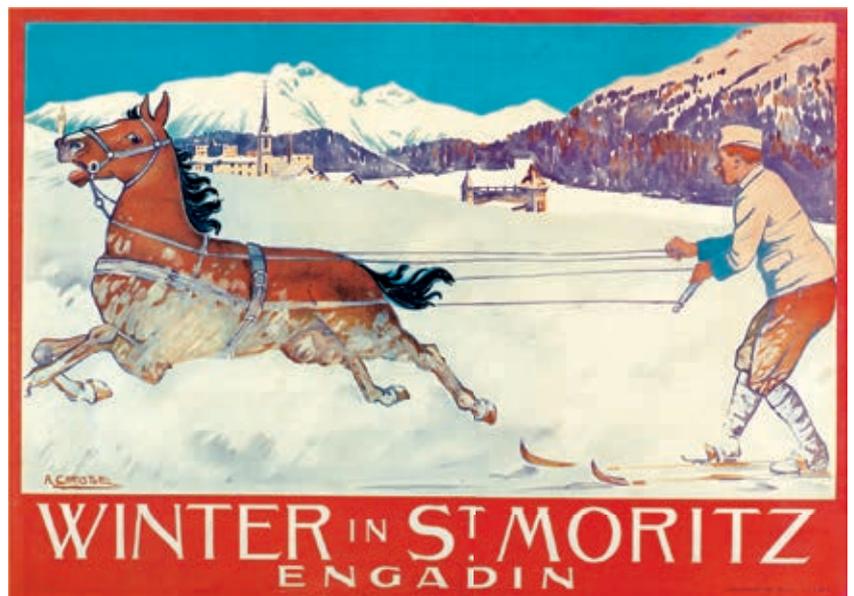


# 1895

Hugo d'Alési entwarf das erste bekannte Tourismusplakat für St. Moritz – ein Sommermotiv, das mit der einfachen Anbindung durch die Eisenbahn (französisch: „Chemins de Fer“) warb.

# 1907

Eines der ersten Plakate mit Wintermotiv stammt vom Künstler Christoffel und zeigt die traditionelle Sportart Skikjöring.

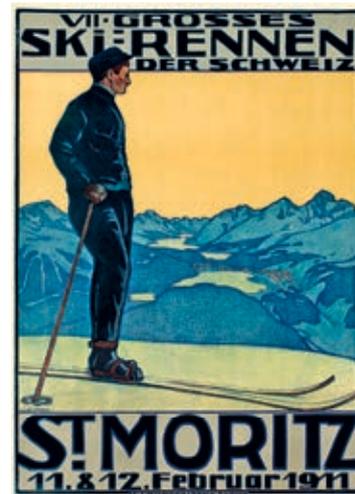


„DIE TOURISMUS-  
PLAKATE  
SPIEGELTEN  
IMMER AUCH DEN  
GEIST DER  
ZEIT WIDER.“

Dora Filli, Kulturarchivarin  
Dokumentationsbibliothek St. Moritz

# 1911

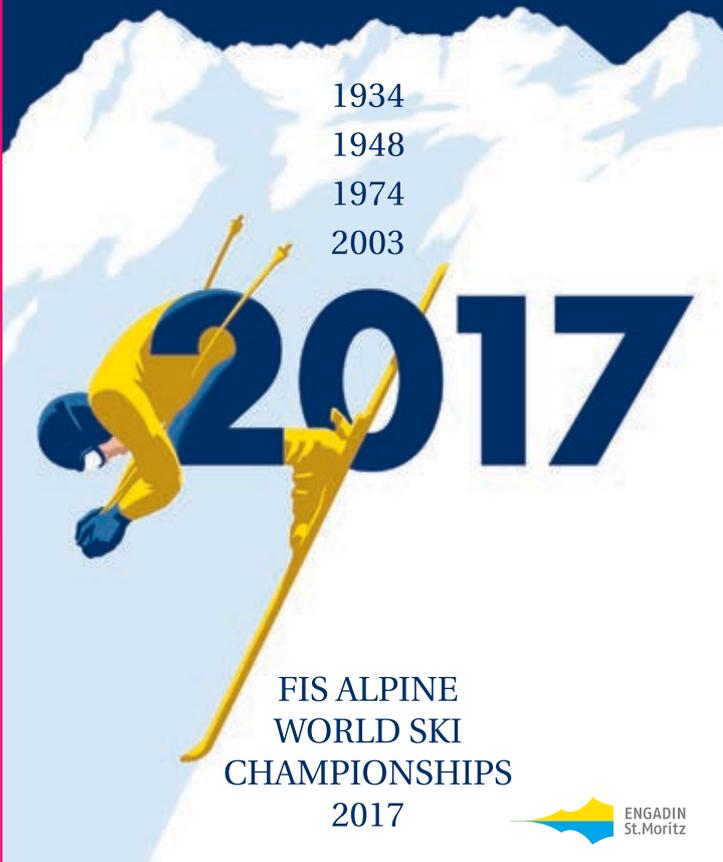
Im frühen 20. Jahrhundert  
dominierte ein sachlicher Stil, der  
heute wieder sehr modern wirkt.



THE ORIGINAL  
IN WINTER  
TOURISM  
SINCE 1864



THE ORIGINAL IN  
WINTER TOURISM  
SINCE 1864

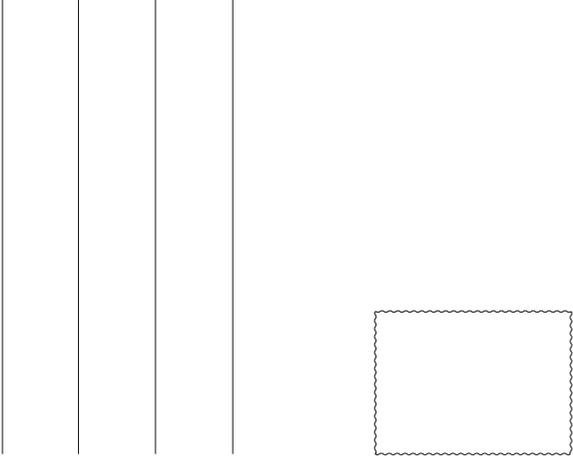


1934  
1948  
1974  
2003

FIS ALPINE  
WORLD SKI  
CHAMPIONSHIPS  
2017

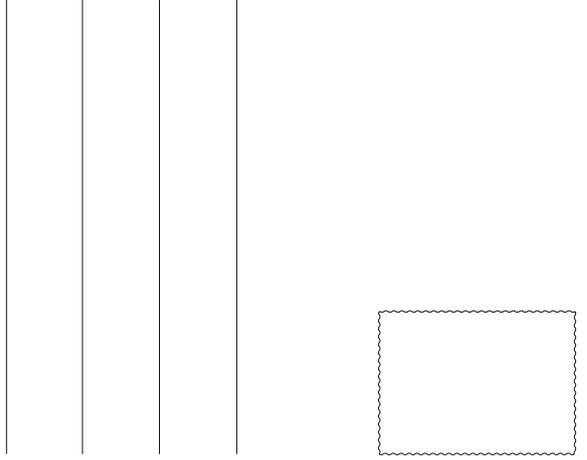
*Tourism Organisation Engadin St. Moritz, www.engadin.stmoritz.ch  
Illustration by Christoph Niemann*

---



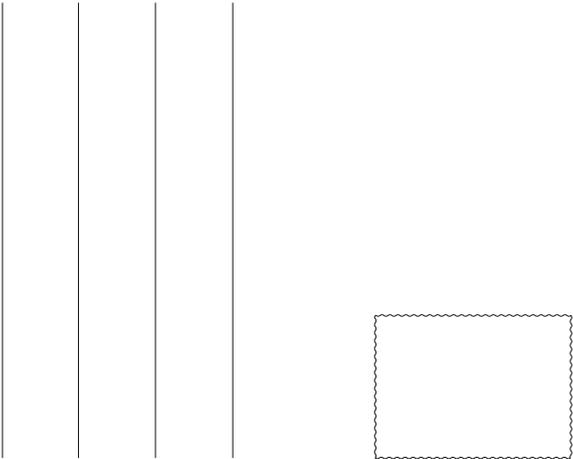
*Tourism Organisation Engadin St. Moritz, www.engadin.stmoritz.ch  
Illustration by Christoph Niemann*

---



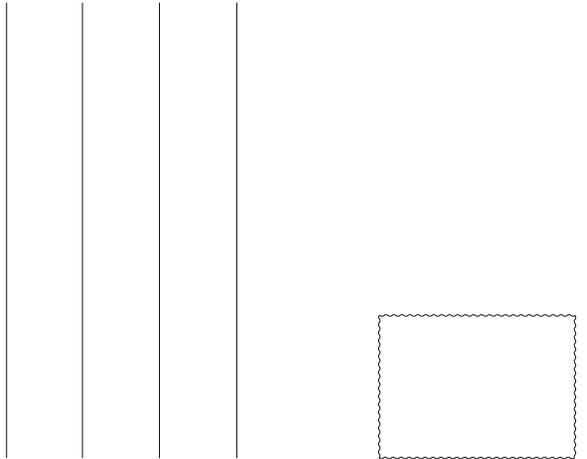
*Tourism Organisation Engadin St. Moritz, www.engadin.stmoritz.ch  
Illustration by Christoph Niemann*

---

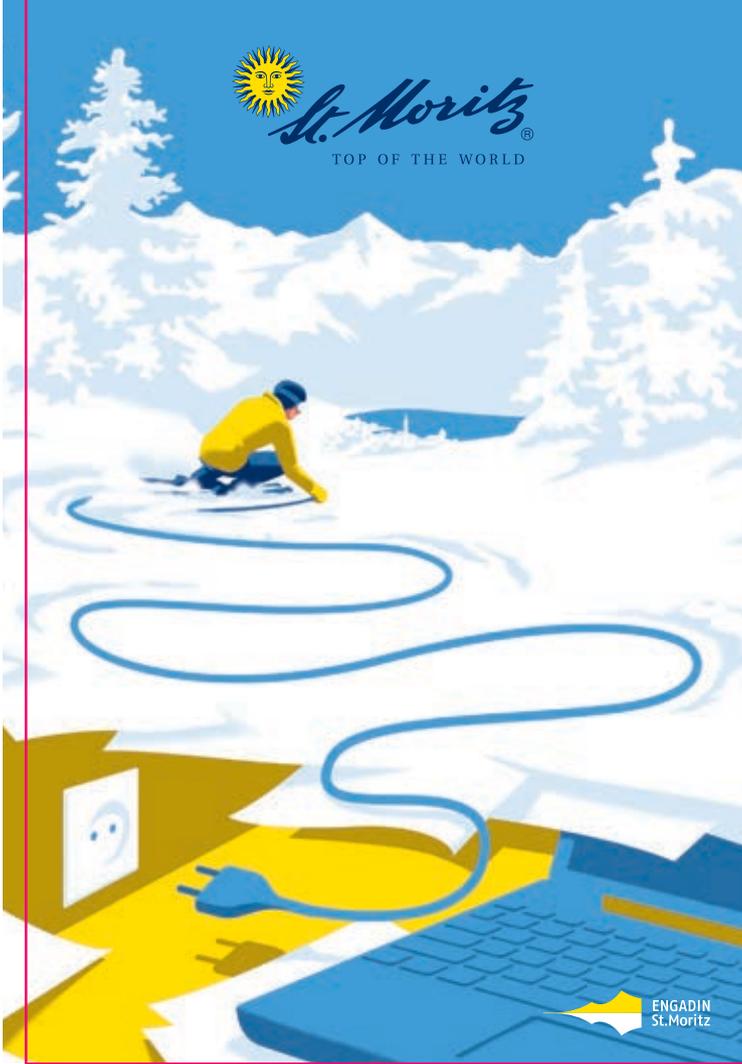


*Tourism Organisation Engadin St. Moritz, www.engadin.stmoritz.ch  
Illustration by Christoph Niemann*

---



 *St. Moritz*<sup>®</sup>  
TOP OF THE WORLD



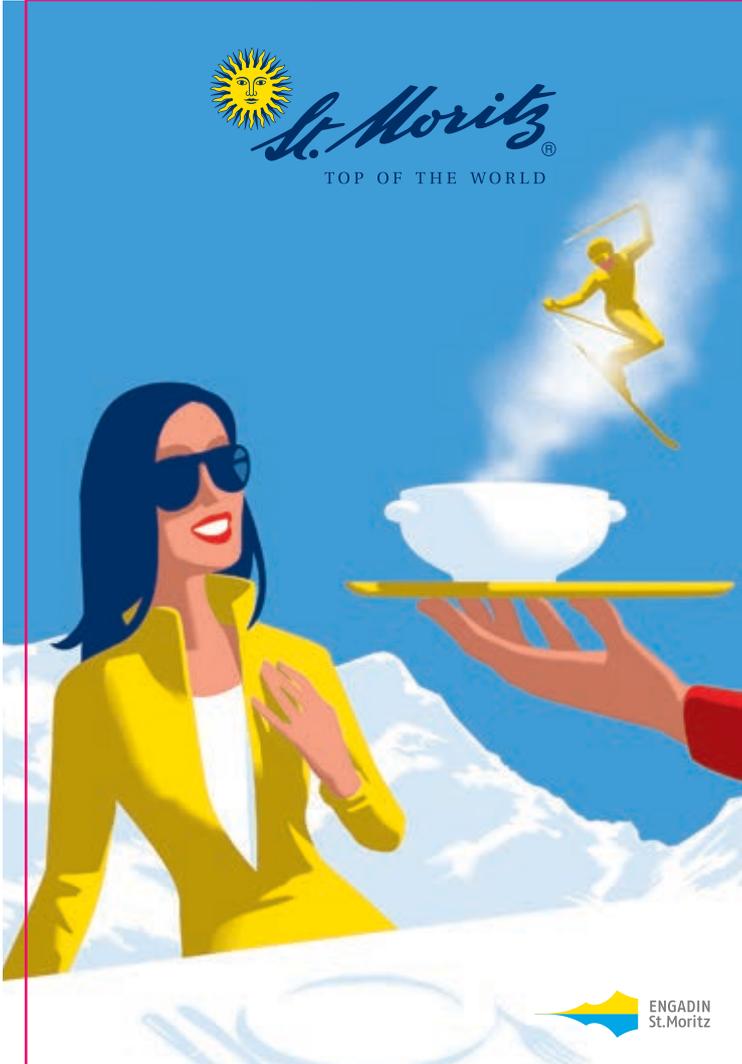
ENGADIN  
St. Moritz

 *St. Moritz*<sup>®</sup>  
TOP OF THE WORLD



ENGADIN  
St. Moritz

 *St. Moritz*<sup>®</sup>  
TOP OF THE WORLD



ENGADIN  
St. Moritz

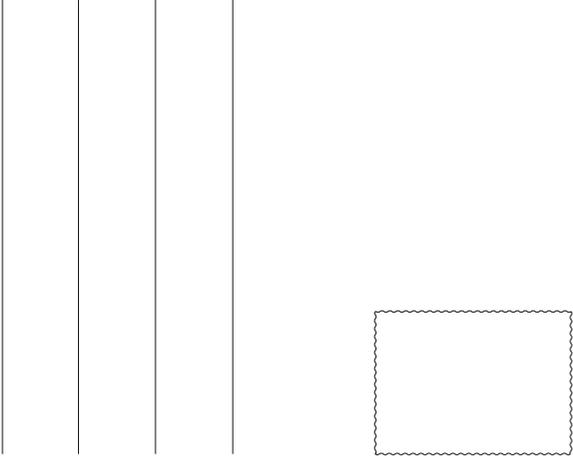
 *St. Moritz*<sup>®</sup>  
TOP OF THE WORLD



ENGADIN  
St. Moritz

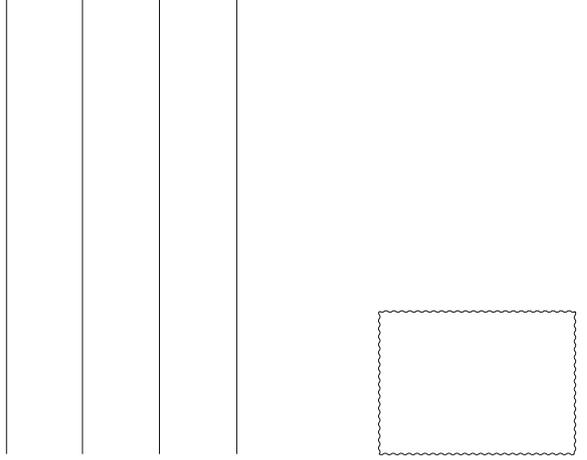
*Tourism Organisation Engadin St. Moritz, www.engadin.stmoritz.ch  
Illustration by Christoph Niemann*

---



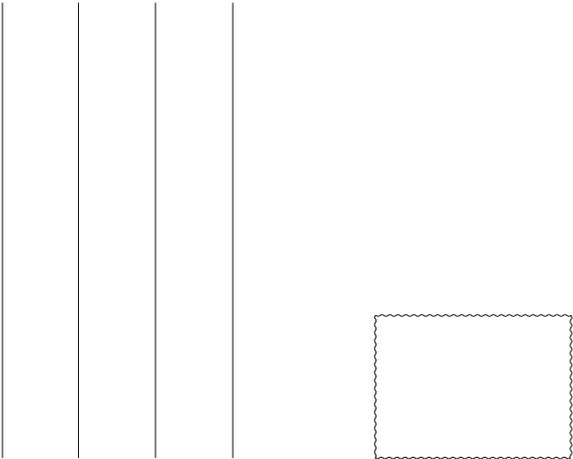
*Tourism Organisation Engadin St. Moritz, www.engadin.stmoritz.ch  
Illustration by Christoph Niemann*

---



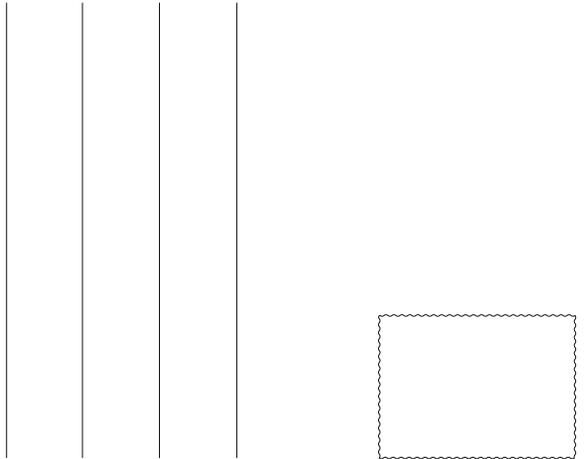
*Tourism Organisation Engadin St. Moritz, www.engadin.stmoritz.ch  
Illustration by Christoph Niemann*

---



*Tourism Organisation Engadin St. Moritz, www.engadin.stmoritz.ch  
Illustration by Christoph Niemann*

---



# 1935

Neuerungen wie die Eröffnung des Suvretta-Skilifts wurden häufig auf den Plakaten thematisiert.



# 1925

Die Dame mit dem roten Cape ist wegen der Farben und Formgebungen eines von Dora Fillis Lieblingsmotiven.

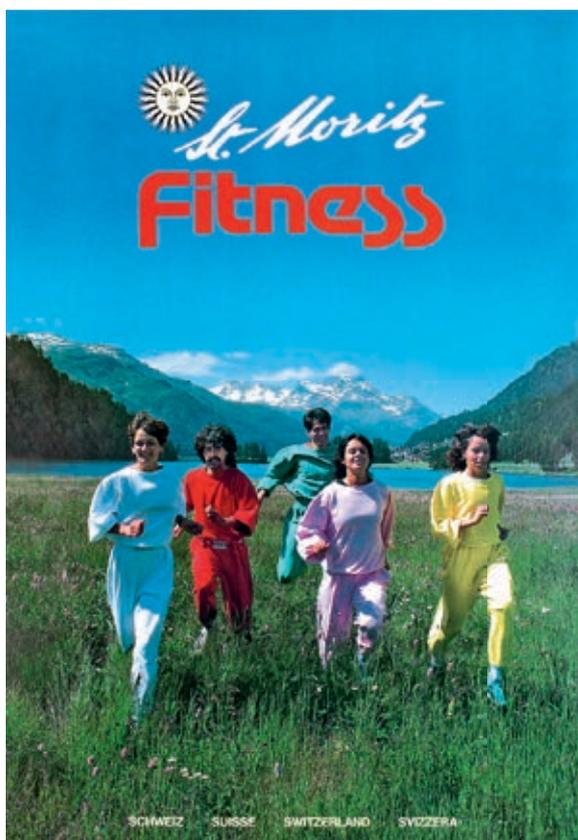
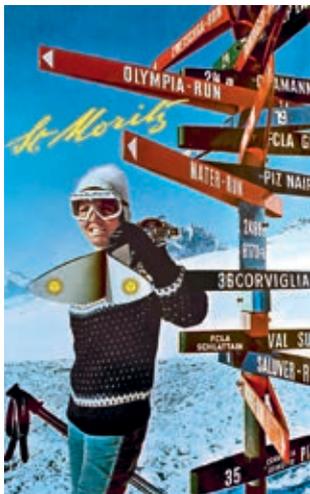


# 1960

Das vielfältige Sportangebot von St. Moritz im Winter war schon früher einer der wichtigsten Reiseanreize.

# 1974

In den 1970er-Jahren hielten vermehrt fotografische Elemente auf den Plakaten Einzug.



# 1984

Fitness, ein Trend aus den USA, der in den 1980er-Jahren mehr und mehr an Popularität gewann – auch im Oberengadin



# 2000

Auch aktuelle Veranstaltungen wie die White-Turf-Pferderennen waren ein beliebtes Plakatsmotiv.

St. Moritz-Schriftzug, die auch heute noch verwendet werden und zu den ältesten touristischen Markenzeichen überhaupt zählen. Und die Erfolgsgeschichte der Plakate riss nicht ab: Bis heute entstanden mehr als 900 verschiedene Motive, die zum Teil in der Bilddatenbank der Dokumentationsbibliothek online angesehen werden können ([biblio-stmoritz.ch](http://biblio-stmoritz.ch)). Die Originale werden mittlerweile sogar als Kunstwerke mit einem Wert von bis zu 30'000 Schweizer Franken gehandelt. Regelmässig wird eine Auswahl – immer unter einem bestimmten Motto – in der St. Moritz Design Gallery, der Fussgängerpassage im Parkhaus Serletta zwischen Via Serlas und St. Moritzersee, ausgestellt.

Die Tradition in allen Ehren, doch hat das Plakat im Jahr 2017 als Medium nicht ausgedient? Mitnichten. Welchen Stellenwert die Plakate heute noch haben, zeigt die seit 2012 bestehende Kooperation der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz mit dem weltbekannten Illustrator Christoph Niemann. „Man merkt, dass er sich sehr stark mit der langen Geschichte der Tourismusplakate beschäftigt hat“, so Dora Filli. „Seine Arbeiten sind eine wunderbare Fortführung dieser Tradition und interpretieren diese auf eine zeitgemässe, moderne Art und Weise.“

Autorin: Yasmine Sailer

## DIE KUNST DER VEREINFACHUNG

Seit 2012 gestaltet der bekannte Illustrator Christoph Niemann die Werbeplakate für die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz. Ein Gespräch über Ideenfindung, Abstraktion und künstlerische Freiheit.



Christoph Niemann, geboren 1970 in Waiblingen, Deutschland, ist Illustrator, Künstler und Autor. Er studierte an der Kunstakademie Stuttgart, arbeitete elf Jahre in den USA und lebt heute mit seiner Frau, Kunsthistorikerin Lisa Zeitz, und den drei Söhnen in Berlin.

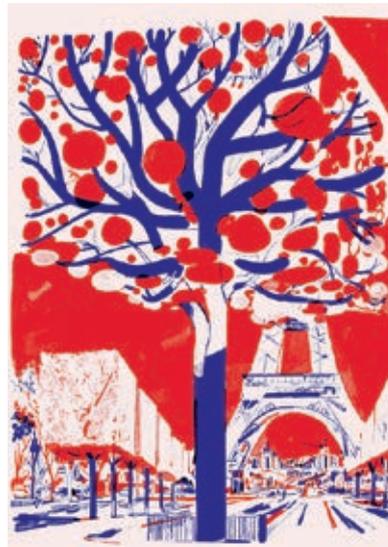
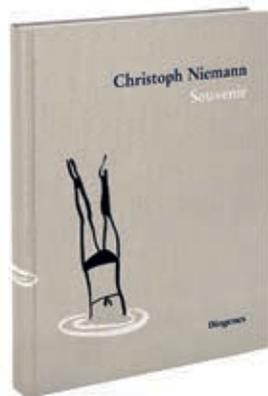
**Herr Niemann, Sie sind ein preisgekrönter Illustrator, haben Cover für Magazine wie Wired oder The New Yorker gestaltet. Was reizt Sie an Arbeiten für Marken wie St. Moritz?** Christoph Niemann: Natürlich verfolgt bei einer Auftragsarbeit der Kunde eigene Ziele. Aber das Schöne ist, dass zwischen der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz und mir so viel Vertrauen herrscht, dass ich nicht haargenau jeden Strich diktiert kriege. Ich bekomme ein Briefing, aber darf dann frei an den Entwurf herangehen.

**Sie gestalten bereits seit 2012 für St. Moritz. Was verbindet Sie mit dem Ort?** Ich habe ein Problem: Ich wohne in Berlin. Eine fantastische Stadt, aber wahnsinnig weit weg von St. Moritz. Meine Kinder sind noch relativ klein, daher ist es für uns nicht ganz so leicht, für ein Wochenende hinzufahren. Ich wäre gern noch öfter dort. Mittlerweile habe ich eine persönliche Bindung zu dem Ort.

**Wofür steht für Sie St. Moritz?** St. Moritz war für mich immer eine Skifahr-Ikone. Aber der Ort ist natürlich viel mehr. Die Kombination mit den Bergen und dem See ist für mich ziemlich einzigartig, und die kenne ich von anderen Orten so nicht.

**Ihre St. Moritz-Illustrationen umfassen 14 Motive – wie entstanden diese?** Wir unterhalten uns über das Thema, darüber, welche Seite, welcher Aspekt von St. Moritz gezeigt werden soll. Dann beginnt bei mir im Kopf der Prozess des Vereinfachens. Eine Idee entsteht nie hoppla unter der Dusche oder beim Kaffeetrinken. Am Schluss meines Denk- und Reduzierprozesses bleibt dann der eine Gedanke übrig, der die ganzen anderen 99 beinhaltet.

**Welches ist Ihr Lieblingsmotiv? Und warum?** Wenn ich eines wählen müsste, wäre es wahrscheinlich das rote Hotelzimmer; in der Entfernung sieht man einen Mann und ein Kind beim Skifahren, und im Vordergrund liegt das Smartphone auf dem Tisch. Mir gefällt dieses Motiv nicht nur, weil ich selbst Söhne habe und mit ihnen gern Ski fahre, sondern weil die Komposition sehr gewagt ist – die Helden so weit weg zu zeigen und nur von hinten – und weil der Betrachter da richtig gefordert wird. Es geht um den ultimativen Luxus, etwas zurückzulassen. Das Hotelzimmer bleibt zurück,



Christoph Niemann hat einmal während des Laufens den New York City Marathon illustriert. Nicht weniger spannend sind seine anderen Projekte, etwa sein erstes grosses Buch „Souvenir“, das dieses Jahr bei Diogenes erschienen ist und Niemanns Reisezeichnungen zeigt.

## „ILLUSTRATIONEN SIND PROJEKTIONS- FLÄCHEN FÜR DEN BETRACHTER.“

Christoph Niemann, Illustrator

das Smartphone bleibt zurück, und man geht einfach raus in die Natur. Das ist ja schon ein relativ komplexer Gedanke, und dass ich den auf so abstrakte Weise erzählen darf, finde ich einfach toll.

**Welche Gefühle sollen beim Betrachter Ihrer Arbeiten entstehen?** Es gibt eine grosse Stärke

der Illustration: Sie fungiert als Projektionsfläche für den Betrachter. Auf einem Foto sehe ich eine ganz spezifische Situation, einen bestimmten Moment. Bei einer Illustration ist der Betrachter gleichzeitig der Protagonist, der sich vorstellen kann, wie seine Erlebnisse, Träume, Urlaubswünsche erfüllt werden. Mir ist wichtig, dass ich dem Betrachter nicht erzähle „So sieht es hier aus!“, sondern das, was beim Betrachter im Kopf schon existiert, freilege. In der Illustration treffen sich seine Vorstellungen und die Realität des Ortes.

**Kommt daher auch Ihre reduziert-plakative Darstellung, damit der Betrachter die Möglichkeit hat, etwas hineinzudeuteln?** Absolut. Detail ist nicht prinzipiell schlecht, und nicht jedes Bild muss per se abstrakt sein, aber gerade bei den Dingen, für die St. Moritz steht,

bei dieser Art von Urlaub, geht es ja darum, eine leere Leinwand für den Geist zu haben.

**Wo finden Sie die Inspiration für Ihre Arbeiten? Muss man die gezeichneten Situationen schon mal selbst erlebt haben?** Man muss das schon selbst erlebt haben. Und ich glaube auch bei allen meinen Arbeiten fest daran, dass die Recherche schon vor dem Auftrag geschehen sein muss. Wenn ich mich hinsetze, um zu zeichnen, muss ich mich unterbewusst an meinem ganzen Erfahrungsschatz nähren und schauen, wo die eine Idee ist, die jetzt greift und den Inhalt gut transportiert. Ich kann nicht in die Berge gehen und auf eine prägnante Situation warten, sondern diese muss in meinem geistigen Vokabular schon vorhanden sein.

**St. Moritz hat eine lange Tradition, was die Werbeplakate des Ortes betrifft. Wie ist es für Sie, diese fortzuschreiben?** Das ist natürlich fantastisch! Die ganze Schweizer Designgeschichte ist faszinierend, ebenso wie die Bildsprache, die einerseits abstrakt und grafisch ist, andererseits einen grossen Charme hat. Es geht dort nicht nur um die wohldesignte Komposition, sondern es gibt immer ein Element, das sie humoristisch bricht und eine gewisse Lebenslust hineinbringt.

Interview: Yasmine Sailer



# *SPORT*

# ERLEBNIS

Stellen Sie sich vor: Alpensonne, Bergpanorama – und Sie rasen kopfvoran mit 130 Sachen einen Eiskanal hinunter. So ergeht es den wagemutigen Athleten, die den Cresta Run hinabsausen. Adrenalin pur – auch für die Zuschauer. Wer es beschaulicher mag, verbringt seinen Urlaub mit Yoga oder einem Skiausflug unter Sternen.

Foto: Jason Larraman



Zwei, die das Tempo nicht scheuen: James Sunley mit Sohn Casper. Die Briten sind leidenschaftliche Cresta-Fahrer.



„Toboggan“ – so heisst der Schlitten, auf dem die Athleten den Eiskanal bezwingen. Das Ziel: Cresta, der namensgebende Ortsteil der Sportart in Celerina.

SPORT FÜR STARKE NERVEN

# GENTLEMEN IM EISKANAL

Die Wintersportart Cresta haben einst vier Briten in St. Moritz erfunden. Die Athleten rasen dabei die eisige Rennstrecke in waghalsigem Tempo kopfüber hinunter. Wir haben zwei der furchtlosen Fahrer vor einem Wettkampf getroffen.

FOTOS: JASON LARRAMAN

**A**m Cresta Run herrscht Hochbetrieb. Es ist Ende Februar, und heute findet der Claude Cartier Challenge Cup statt. Auf dem Bauch, mit dem Kopf voran, rasen die Teilnehmer mit einer Geschwindigkeit von maximal 138 Stundenkilometern auf einem 35 Kilo schweren „Toboggan“ genannten Schlitten durch den Eiskanal Richtung Ziel in Celerina. Adrenalin pur. Aber wer in aller Welt stürzt sich freiwillig mit so einem Tempo eine Eisbahn hinunter?

Zwei der Wagemutigen sind – man möchte fast sagen „of course“ – zwei Briten: Vater James und Sohn Casper Sunley. Verspüren sie auf dem Cresta Run Angst? „Ich bin sehr wachsam, bevor ich die Cresta-Bahn hinunterfahre. Man muss immer versuchen, die beste Linie zu

nehmen. Das Problem ist, dass man bei solch einer hohen Geschwindigkeit nur etwa fünf bis acht Meter vor sich sieht“, sagt Casper Sunley. „Man sollte der Bahn immer mit Respekt begegnen und nicht leichtsinnig werden. Jeder, der sagt, er hätte nicht ein bisschen Angst vor dem Rennen, lügt“, meint James Sunley.

Es waren vier Briten, die das beliebte Schlittenrennen nach St. Moritz brachten. Deshalb wird auch heute noch im St Moritz Tobogganing Club (SMTC) nur feinstes British gesprochen. Und nach wie vor ist es auch ein Brite, der seit zwei Jahren Präsident des renommierten SMTC ist: James Sunley. Die Hälfte der 1'240 Clubmitglieder sind ebenfalls Briten. Dass sie damals nach St. Moritz kamen, blieben und immer wiederkehrten, ist einem Mann zu verdanken, der im Sommer 1864 eine zündende Idee hatte: Johannes Badrutt, ehemaliger Inhaber und Direktor des Kulm Hotel. Er bot seinen englischen Sommergästen an, die Schönheit des Engadins auch im Winter zu entdecken. Falls es ihnen nicht gefalle, würde Badrutt die Hotelkosten komplett übernehmen. Dieses Angebot liessen sich die Eng-

länder nicht zweimal machen. Nun waren sie da und wollten sich amüsieren. Wieder waren es Johannes und Caspar Badrutts, die 1884 die erste Cresta-Bahn zur Verfügung stellten und finanzierten. 1887 kam dann der Club dazu. Badrutts Bedingung: Die Leitung muss ein Brite innehaben!

Casper und James Sunley besprechen die Wetterbedingungen. „Es wird langsam wärmer, und das Eis beginnt zu schmelzen, deshalb muss früh gefahren werden. Perfekte Rennbedingungen herrschen, wenn die Nacht kalt ist und es morgens ein bisschen taut. Der leichte Wasserfilm auf dem Eis ist perfekt“, erklärt James. Vor jedem Rennen muss der Pilot Course – der Testfahrer – die Strecke freigeben. Die Schlitten haben die Sunleys wie alle anderen Fahrer am Vortag selbst präpariert, die Kufen geschliffen und poliert. Die Spannung steigt ebenso wie die Konzentration. Man wärmt sich auf, legt im Dressingroom die Schutzkleidung an, einen hauteng anliegenden Skinsuit, ähnlich einem Langlauf-Anzug. Laien sollten robuste Kleidung tragen wie Tweed oder Knickerbocker. British eben.

Es gibt zwei Startpunkte auf dem Cresta Run. Top startet oberhalb der alten katholischen Kirche St. Mauritius beim Kulm Hotel und führt über 1'214 Meter mit einem Höhenunterschied von 157 Metern ins Ziel. Der Streckenrekord beträgt 49,92 Sekunden – gehalten seit 2015 von Lord Clifton Wrottesley. Der Startpunkt Junction ist beim Cresta Clubhouse, die Strecke ist damit um ein Viertel kürzer. „Die Top-Strecke hat eine durchschnittliche Neigung von 20 Prozent, maximal 35 Prozent, ist schneller, und es gibt aufgrund der Länge drei weitere Kurven. Dort, wo Junction erst beginnt, erreicht man bei Top bereits eine Geschwindigkeit von annähernd 90 Stundenkilometern. Das ist eine ganz andere Stimmung. Man sieht alles verschwommen, es vibriert im Bauch. Hat man die gefährlichste Kurve ‚Shuttlecock‘ – zu Deutsch: Federball – hinter sich, kann man erst mal aufatmen. Aber man muss es dann noch

#### CRESTA, SKELETON & BOB

*Cresta sollte nicht mit dem Bobsport verwechselt werden – einer Sportart, die ihre Wurzeln ebenfalls in St. Moritz hat und 1897 mit dem Zusammenfügen zweier Schlitten erfunden wurde. Vorreiter waren Engländer, die als Erste die Strasse von St. Moritz nach Celerina auf einem Schlitten bezwangen. Der legendäre Olympia Bob Run wurde 1904 erbaut; heute misst die Strecke 1'722 Meter, hat 14 Kurven, eine durchschnittliche Neigung von 8,14 Prozent und lässt Sportler eine Geschwindigkeit von bis zu 135 Stundenkilometern erreichen. Ebenso wie der Cresta Run wird auch der Olympia Bob Run jedes Jahr von Hand errichtet, was ihn zur einzigen Natureisbobbahn der Welt macht. Auf beiden Bahnen wurden 1928 und 1948 Olympische Spiele ausgetragen. Auf dem berühmten Olympia Bob Run wurden zudem zahlreiche Europa- und Weltmeisterschaften veranstaltet, zudem mehrere Skeleton-Weltmeisterschaften. Auf dem Olympia Bob Run werden auch „Taxifahrten“ angeboten, bei denen Pilot und Bremser zwei Gäste in einem Rennviererbob ins Tal chauffieren:*

[www.engadin.stmoritz.ch/winter/bob-fahren](http://www.engadin.stmoritz.ch/winter/bob-fahren)

schaffen, mit enormer Geschwindigkeit im Ziel zum Stehen zu kommen“, erklärt James.

Casper ist derzeit Tower-Boy. Er hilft ehrenamtlich während der Cresta-Saison im Club aus und kontrolliert mit dem Chefsekretär, dem Kommentator im Kontrollturm, das Rennen von oben. Das Spektakel wird von 16 Kameras überwacht, und die Organisatoren halten per Funk ständig Kontakt. „Normalerweise herrscht absolute Ruhe, aber es kann auch hektisch zugehen. Die Sicherheit der Athleten ist das Allerwichtigste“, erklärt Casper.



*„BEI 100 STUNDEN-  
KILOMETERN SIEHT MAN  
ALLES VERSCHWOMMEN,  
ES VIBRIERT IM BAUCH.“*

James Sunley, Cresta-Athlet



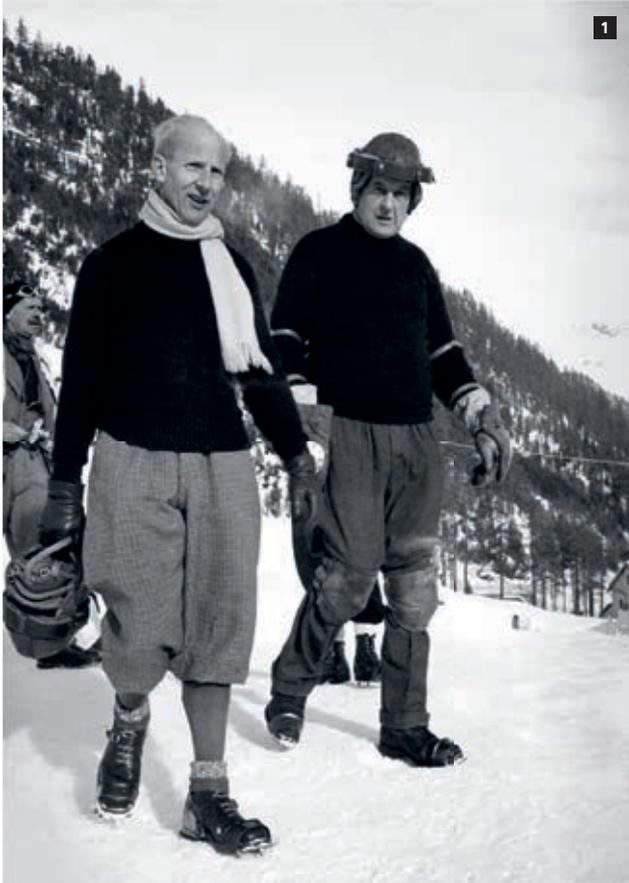
Volle Fahrt voraus: Die Teilnehmer sausen beim Cresta eine Bahn aus Natureis hinunter – und kommen so schon mal auf eine Höchstgeschwindigkeit von 130 Stundenkilometern.



Das Clubhouse der Cresta-Mitglieder (!) steht seit 1963. Die Schuhe mit Harken geben bei der Abfahrt Halt (o.).

**„MAN SOLLTE DER  
BAHN IMMER MIT  
RESPEKT BEGEGNEN.“**

James Sunley, Präsident St Moritz Tobogganing Club



Einst waren es Briten, die Cresta nach St. Moritz brachten (1). Sicherheit und Schutz der Athleten stehen bei der Sportart ganz oben (2, 4). Bereits seit 1884 rasen mutige Schlittensfahrer die Natureisbahn nach Celerina hinab (3).

Fotos: Alamy (3), Gettyimages, Jason Larraman



Es sind vor allem die Wetterbedingungen, die über eine perfekte Abfahrt entscheiden. Ideal: wenn die Nacht kalt ist und es am Morgen leicht taut. Dann entsteht ein Wasserfilm, über den es sich geschmeidig gleiten lässt.

Entlang der Strecke stehen bis zu zwölf Mitarbeiter der Firma Seiler. Sie konstruieren die Eisbahn jedes Jahr per Hand neu und kümmern sich täglich morgens ab sechs Uhr um die Instandsetzung der Bahn.

Die Cresta-Saison beginnt jedes Jahr kurz vor Weihnachten und dauert bis zum ersten März-Wochenende. In dieser Zeit finden rund 12'000 Abfahrten statt. Rennen werden wöchentlich mittwochs, samstags und sonntags veranstaltet, für gewöhnlich sind sie nach früheren Mitgliedern benannt. Das Blue Riband (umgangssprachlich für das Grand-National-Rennen) hat James dreimal gewonnen. An allen anderen Tagen wird trainiert. Nach den Rennen werden die Sieger gebührend gefeiert. „Die Sunny Bar des Kulm Hotel ist das spirituelle Zuhause des Cresta. Hier findet nach jedem Rennen die Preisverleihung mit anschließendem Lunch statt“, erzählt James Sunley. Preisgeld gibt es keins, aber kleine Pokale und ein Fläschchen Champagner. Es gibt viele Rituale beim Cresta. Eines davon ist, dass man beim Erreichen von gewissen Zeiten Pullover mit unterschiedlichen Streifen bekommt. Kein Ritual, sondern ein Warnsignal ist es, wenn beim Herausfallen aus der in ganz St. Moritz

bekanntem Shuttlecock-Kurve drei laute Glockentöne schrillen. Per Handzeichen gibt der Fahrer dann Bescheid, ob er okay ist. Die Kurve hat sogar einen eigenen „Shuttlecock-Club“, in den jeder eintreten darf, der schon mal aus der sagenumwobenen Biegung herausgefallen ist. Ein anderes Ritual sind die sogenannten Fireworks: Nach der Siegerehrung stehen alle Männer auf, die an diesem Tag aus der Shuttlecock gefallen sind, hüpfen dreimal in die Luft und ahmen lautstark und wild gestikulierend ein Feuerwerk nach.

Und was ist mit dem Gerücht, dass Frauen kein Cresta fahren dürfen? „Ladies not admitted“ – so steht es auf dem rot-gelben Schild an der Tür zu den Umkleidekabinen der Cresta-Fahrer. Es stimmt: Seit 1929 dürfen Frauen keine offiziellen Rennen mehr fahren, nur noch einmal im Jahr am letzten Tag der Saison. In der Bar und als Anfeurer an der Strecke sind sie jedoch mehr als willkommen und haben auch sonst überall Zutritt – 250 Frauen sind „Non-active Members“ des SMTC. Denn ganz gleich ob mutiger Cresta-Rider oder begeisterter Zuschauer: Den Cresta Run mindestens einmal zu erleben, ist in St. Moritz ein „Must“.

Autorin: Valentina Knapp Voith

## GESUNDHEITSTOURISMUS

# URLAUB IN BESTFORM

Immer mehr Menschen wollen in ihren Ferien mit Wohlfühl-Sport und gesunder Ernährung neue Energie tanken. Das Oberengadin ist der ideale Ort dafür.

ILLUSTRATIONEN: ALEKSANDAR SAVIĆ

# S

chon vor dem Frühstück treffen sich in St. Moritz an manchen Tagen einige Bewegungshungrige im Ovaverva Hallenbad, Spa & Sportzentrum, um sich mit Schwimmen oder Yoga in Schwung zu bringen. Anschliessend lassen sich die Fitnessfans gerne im Outdoor-Sprudelbad treiben, das einen Blick auf die beiden Dreitausender Piz Albana und Piz Julier bietet. Immer mehr Menschen weltweit machen es wie die Gäste des Ovaverva und gönnen sich im Urlaub ein Sportprogramm – nicht etwa, um Rekorde zu brechen, sondern um ihr Wohlbefinden zu steigern. Den Spaziergang um den See kannten zwar schon unsere Grosseeltern, und sanfte Kneippkuren gibt es auch schon seit 100 Jahren, „ganz neu an dem sogenannten Sportivity-Trend ist jedoch, dass immer mehr Freizeit- und Tourismusanbieter auf das gestiegene Körperbewusstsein reagieren und entsprechende Angebote

massschneidern“, sagt Trendforscherin Verena Muntschik, die am Zukunftsinstitut in Hamburg arbeitet. „Es geht

hierbei nicht nur darum, dass ein Hotel Leihfahrräder oder eine Sauna im Angebot hat, das ist ja fast schon Standard“, sagt Muntschik. „Vielmehr wird für die Kunden ein ganzheitliches Paket aus Sport, Wellness und Ernährung geschnürt.“ So statten manche Hotels ihre Zimmer mit Gymnastikbällen, Fitnessmatten und ähnlichem Work-out-Equipment aus. Andere wiederum unterhalten ein Yoga-Center mit namhaften Lehrern oder bieten einen Pool, in dem man nicht nur planschen, sondern richtig schwimmen kann. Wohin der Trend geht, beschreibt das amerikanische „Global Wellness Institute“ in einer aktuellen Studie. Danach wächst der Wellnessreise-Sektor mehr als doppelt so schnell wie die Tourismusbranche insgesamt. „Der Wunsch nach mehr Bewegung“, ergänzt Sozialforscherin Muntschik, „geht einher mit dem gestiegenen Bedürfnis, etwas für die eigene Gesundheit zu tun. Daher treten medizinische Anwendungen im Tourismus immer mehr in den Vordergrund.“

Dem erhöhten Gesundheitsbewusstsein gestresster Grossstädter kommen auch die touristischen Angebote des Oberengadins entgegen. So richtet sich beispielsweise das in



INFO

Sie suchen Inspiration für Ihr ganz persönliches Sportivity-Programm im Engadin?

Schauen Sie mal hier: [www.engadin.stmoritz.ch/winter/sport](http://www.engadin.stmoritz.ch/winter/sport)



## „HOTELS BIETEN EIN GANZHEITLICHES PAKET AUS SPORT, WELLNESS UND ERNÄHRUNG AN.“

Verena Muntschik, Trendforscherin Zukunftsinstitut Hamburg

### ZU CHRISTOPH SCHLATTER

*Christoph Schlatter ist Chef der Hotels Laudinella und Reine Victoria in St. Moritz. Für Herzpatienten, die im Oberengadin Urlaub machen, hat er das Reha-Programm „Santasana“ mitinitiiert. Auch für die eigene Gesundheit tut er viel. Der 34-Jährige fährt Fahrrad und Mountainbike und joggt gerne, ausserdem sammelt er zuweilen sein Abendessen selbst: Pilze aus den heimischen Wäldern.*

[www.santasana.swiss](http://www.santasana.swiss)

diesem Jahr gestartete Santasana-Programm gezielt an Feriengäste mit Herz-Kreislauf-Problemen. „Die Teilnehmer werden zwei bis drei Wochen lang von Fachärzten medizinisch betreut und können parallel dazu Urlaub machen“, sagt Christoph Schlatter, der in St. Moritz die Laudinella-Hotels führt und im Sommer 2017 das Santasana-Projekt ins Leben gerufen hat, zusammen mit Kooperationspartnern wie Viktor Fässler, einem Unternehmer aus Zürich, dem MTZ Heilbad und der Klinik Gut. Durchgeführt werden Eintrittsuntersuchungen, individuelle Trainings, ärztliche Verlaufskontrollen sowie umfassende Abschluss-Checks. Daneben bleibt noch genügend Zeit für Ausflüge oder kulturelle Aktivitäten.

Christoph Schlatter sieht in dem Projekt einen möglichen Startschuss für weitere Angebote, die Genuss und Gesundheit verbind-

den. „St. Moritz hat eine Bäderkultur, die Hunderte von Jahren zurückreicht“, so der Hotelier, „daran können wir anknüpfen.“ Die Glamour-Partys und die Eventkultur, für die St. Moritz auch steht, sieht Schlatter nicht als Hindernis. „Wir müssen die Stadt ja nicht gleich in einen Kurort verwandeln, wo jeder im Bademantel herumspaziert.“

Unabhängig von den Gesamtpaketen, welche die Tourismusprofis anbieten, können Reisende im Oberengadin natürlich auch ihr ganz eigenes Sportivty-Programm zusammenstellen. Etwa einen Spaziergang zum Morteratsch-Gletscher machen, auf dem Silvaplannersee Schlittschuh laufen oder im sprudelnden Mineralwasser des Heilbades floaten. Hier gibt es 1'001 Orte, an denen Körper und Geist zur Ruhe kommen.

Autor: Stefan Skiera





## GESUNDHEITSRESORT DER EXTRAKLASSE

Die Lanserhof-Hotels sind Vorreiter auf dem Gebiet des Gesundheitstourismus. Ein Gespräch mit Christian Harisch, Chef der Lanserhof Gruppe.

**St. Moritz Magazin: Der Gesundheitstourismus befindet sich derzeit in einem Entwicklungsprozess. Herr Harisch, was macht Ihr Konzept so erfolgreich, was zeichnet es aus?** Christian Harisch: Wir sind kein Hotel im klassischen Sinne, sondern eine Klinik, in der man auch sehr angenehm wohnen kann. Dadurch unterscheiden wir uns massiv von einem Hotel. Der Lanserhof basiert auf einem medizinischen Grundkonzept, welches traditionelle Schulmedizin mit alternativen Heilmethoden in Einklang bringt. Unser Produkt ist sehr spitz, und es kann auch nicht überall, sondern nur an speziellen Plätzen funktionieren. Weil es die Bereitschaft der Menschen voraussetzt, für die Gesundheit Geld auszugeben.

**Woher holen Sie dieses Wissen?** Den Lanserhof gibt es jetzt 32 Jahre, davon bin ich 20 Jahre Geschäftsführer. Wir haben derzeit knapp 100 Ärzte unter Vertrag, mit denen wir unmittelbar oder indirekt zusammenarbeiten, und suchen ständig neue Ärzte und Partner. Es ist ja auch kein Zufall, dass wir heute hier im Engadin mit dem Adi (*Dr. Adrian Urfer, Chefarzt der Klinik Gut – Anmerkung der Redaktion*) sitzen, weil wir sagen: Wenn wir in der Schweiz etwas machen wollen, wollen wir mit der Klinik Gut zusammenarbeiten. Weil wir in kein Land gehen würden, in dem wir noch einmal alles von null weg selbst erfinden oder rausfinden müssten. Stattdessen wollen wir mit Partnern und den besten Ärzten, die es in diesem Land oder dieser Region gibt, kooperieren, und auf dieser Basis den Lanserhof immer weiterentwickeln.

**Was ist das Hauptmotiv, wegen dem die Gäste zu Ihnen kommen?** Das Hauptargument ist ganz sicher, dass der Gast gesund bleiben möchte. Er kommt nicht zu uns, weil er schwer krank ist und sagt: „Dort werde ich geheilt.“ Sondern er kommt vom Ansatz her und sagt: „Ich möchte

für meine Gesundheit, für meinen Körper etwas tun.“ Ich möchte ihn entgiften. Ich möchte etwas für meinen Geist tun, weil ich nicht mehr schlafen kann. Ich möchte etwas für meine Fitness tun, für mein Gewicht, den Zucker, den Blutdruck, für die Arterien, für die Verkalkungen, für meinen Darm, für die Verdauung. Es gibt endlose Möglichkeiten. Wir haben aber auch Fälle wie den Gast, der zu uns kam, montags um zehn Uhr die erste Untersuchung bei unseren Kardiologen hatte und eigentlich schon kurz vor dem Herzinfarkt stand. Zwei Stunden später war er in der Klinik, sechs Stunden später hatte er vier Stents, und drei Tage später kam er wieder zu uns, um die Kur zu Ende zu machen. Menschen hören ihren Körper nicht mehr. Jemand, der in der Früh ins Büro geht, durchgetaktet ist und viel mit Handy und iPad macht, merkt gar nicht, wenn er krank ist. Er glaubt eigentlich, dass er gesund ist. Und an diesem Prozedere wollen wir arbeiten. Wir durften in den letzten 32 Jahren viele Erfolge feiern und haben viele Stammgäste. Unter diesen zeigt sich, dass Frauen in der Mehrheit stärker auf ihren Körper achten als Männer. Weil Männer im Zweifel immer noch die PS-Zahl ihrer Autos genauer kennen als den Blutdruck ihres Herzens. Das ist ihnen wichtiger. Ich glaube, dass sich eine Gesellschaft entwickelt, die bewusster wird. Deshalb ist es wichtig, dass man Warnsignale erkennt. In diese Richtung geht, glaube ich, die Tendenz. Da sehen wir viel Potenzial und suchen ständig neue Methoden. Aber immer aus der alternativen und der Schulmedizin.

**Welche Rolle spielt der Sport?** Wir haben am Tegernsee maximal 80 Gäste und beschäftigen 16 Sportcoaches und 60 Therapeuten. Sport und Bewegung spielen eine sehr grosse Rolle während einer Kur. Den Engadiner Skimara-





#### ZU CHRISTIAN HARISCH

*Der Österreicher Christian Harisch ist Geschäftsführer der Lanserhof Gruppe mit Hotels am Tegernsee und in Tirol und einem sportmedizinischen Zentrum in Hamburg. Die beiden Resorts verbinden luxuriöses Ambiente mit einem medizinischen Präventionsprogramm für die Gäste. Harisch ist promovierter Jurist und stammt aus Kitzbühel. Dort betreibt er die Hotels Weisses Rössl und Schwarzer Adler, die sich seit über 100 Jahren im Besitz seiner Familie befinden.*

[www.lanserhof.com](http://www.lanserhof.com)

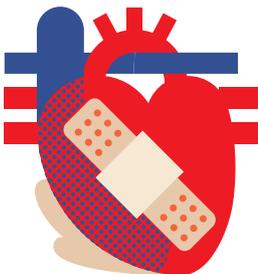
thon wird man nicht während der Kur bewältigen. Leichtes Langlaufen, Wandern schon, immer auf Höhe. Das macht mir auch ein bisschen Sorge in St. Moritz. Die Zeit von Dezember bis März, das ist eigentlich nicht die ideale Kurzeit in St. Moritz. Da ist zu viel los. Die Stimmung im Ort, die Ablenkung. In dieser Zeit ist es sicherlich am herausforderndsten, wenn man seine Kur macht. Wo man sonst sagt, „das ist eigentlich unproblematisch“, nimmt man Dinge stärker wahr. Der Gast ist sehr sensibilisiert. Und deshalb ist auch die Architektur so wichtig. Dass man eine Form von Architektur wählt, die nach innen kehrt.

**Die meisten Ihrer Gäste kommen aus Deutschland, der Schweiz, den USA und den Beneluxländern. Sind Asien oder Südamerika auch interessante Märkte für Sie?** Wenn ich nun New York und London nehme, dann habe ich schon aus den Städten heraus so viel Nachfrage. Was Süd-

amerika oder China angeht, wäre St. Moritz natürlich eine wunderbare Trägerrakete. Weil man im internationalen Raum den Tegernsee inzwischen weniger kennt als die Marke Lanserhof. Die Marke Tegernsee kennt man nur in Deutschland, Österreich und vielleicht in der Schweiz. Wir verkaufen uns international als „südlich von München“. München kennt man. St. Moritz hat den Vorteil, dass es eine Marke ist, während das Engadin fast niemand kennt – ausser den Stammgästen. St. Moritz kennt man eben auch in der Skihalle in Dubai.

**Was ist in St. Moritz das Spezielle?** Hier sind es sicherlich mehrere Faktoren, die eine Rolle spielen. Ich bin seit vielen, vielen Jahren hier, weil ich auch viel Sport treibe. Die Höhe zunächst einmal, das ist ja wie Aspen. Die hat natürlich auch Nachteile, weil etliche Menschen nicht herkommen können, da sie die Höhe nicht vertragen. Diese können aber nach Innsbruck kommen oder an den Tegernsee. Diese Höhe ist also das Erste, was St. Moritz einzigartig macht. Das Zweite ist die Kraft des Wassers – also diese Kombination aus Berg und Wasser. Die Seen. Das sehe ich als ganz massive Kraft. Und dann hat St. Moritz den grossen Vorteil, dass es sonnig ist. Diese drei Faktoren sind hier in einer Kombination vorhanden. Diese Qualität macht St. Moritz einzigartig. Aber man braucht an so einem besonderen Ort starke Partner. Unser Partner ist Christoph Ingenhoven – für alles, was Architektur und Gestaltung betrifft. Und in der Medizin ist es die Klinik Gut. Es ist natürlich fantastisch, wenn man so eine Klinik in der Destination hat.

**Wäre ein Lanserhof in St. Moritz denkbar?** Die grundsätzliche Frage ist ja: Ist der Lanserhof ein öffentliches Interesse? Ich weiss es nicht. Aber dann stellt sich die Frage: Wie sicher ist es denn überhaupt, dass der Lanserhof kommt? Da sage ich: noch nicht sicher, weil wir ja noch keine Verträge haben. Aber wir sind in guten Gesprächen. Die Klinik Gut und Ingenhoven als Partner – das sind meine einzigen Bedingungen. Und dann müssen Stadt und Öffentlichkeit sagen, dass das Vorhaben von so grossem Interesse ist, dass das individuelle Interesse in den Hintergrund rückt. Das ist, glaube ich, der Schlüssel.



NACHTSKIFAHREN

# *DER GOLDFLUSS*

Jede Freitagnacht wird die Nordflanke des Corvatsch zur längsten beleuchteten Piste der Schweiz. Für unseren Autor Jon Bollmann ist sie jedoch viel mehr als das: eine glanzvolle Erscheinung aus flüssigem Gold ...





Auf einem golden leuchtenden Band geht es bei der Corvatsch Snow Night hinab ins Tal. Ringsherum herrscht dunkle Nacht.

# M

it etwas Glück kann man in den sternbesäten Winternächten des Engadins eines der sagenhaftesten Phänomene der Welt erleben: den Goldfluss des Corvatsch. Dieser zeigt sich in der Regel am Freitagabend, nachdem die Tagesgäste abgefahren sind und die Pistenfahrzeuge den Berg wieder nach allen Regeln der Kunst herausgeputzt haben. Dann, wenn die Dunkelheit sich sanft über das Tal gelegt hat, öffnet sich ein Tor in der Nordflanke des Corvatsch und lässt flüssiges Gold über die sanften Abhänge bis in den Talboden hinunterfließen. Auf seinem Weg windet sich der Goldfluss in weiten Kurven unaufgeregt seinem Ziel entgegen und lässt sich nur bei Alp Margun und der Alp Surlej etwas durcheinanderwirbeln. Schliesslich erreicht er nach einem kurzen Abschnitt durch den Wald die Ebene von Surlej, wo er in einem mächtigen Felsen wieder verschwindet.

Dieses wiederkehrende Spektakel selber zu erforschen, gehört für jeden Abenteurer zum fixen Programm eines Aufenthaltes im Oberengadin. Eine Expeditionsanleitung in acht Schritten:

## 1. AUSRÜSTUNG

Der Weltraum hat eine durchschnittliche Temperatur von minus 270 Grad Celsius – und hoch oben über dem Engadiner Talboden ist man dieser unendlichen Kälte ganz nah. Besonders klar ist es in wolkenlosen Nächten, wenn die Sterne fast von Hand zu greifen sind. Einige Lagen warmer Kleidung sind dann dringend angezeigt. Und wer etwas rassiger zu fahren denkt, braucht als Windschutz auch eine Brille.

## 2. ANTRITT

Die offizielle Corvatsch Snow Night am Freitag kostet 27 Schweizer Franken für sechs Stunden am Berg. Wer die Piste drei Stunden lang ganz für sich allein haben will, der bezahlt für diesen exklusiven Spass 4'700 Franken. Bei kleinen Gruppen lassen sich die Kosten für den Einzelnen aber schnell merklich reduzieren.

## 3. ATEMPAUSE

Einen Kilometer über dem Talboden bei der Station Murtèl angekommen, ist der Ausgangspunkt für die Erforschung des Goldflusses erreicht. Hier ist sein Ursprung, von dem aus er dem Tal entgegneströmt. Für ambitionierte

Entdecker und Abenteurer gibt es so nahe an der Quelle kaum mehr ein Halten. Wer es indessen lieber behutsam angeht und sich vor der ersten Abfahrt noch etwas stärken möchte, der verzehrt im Restaurant Murtèl noch eine dieser Holzofenpizzas, nach deren Genuss man nie mehr nach Neapel muss.

#### 4. ABFAHRT

Wenige Schritte neben der Station windet sich die golden leuchtende Piste sanft den Berg hinunter. Die Luft riecht nach frischer Nacht, Schneehasen huschen über die weiche Piste, und Freude erfasst den Körper von den Zehenspitzen bis über beide Ohren. Nun ist der Moment gekommen, wie eine glückliche Murmel den Hang hinunterzukugeln. Wer es gerne musikalisch mag, der kann dazu Jason Mraz' „I'm yours“ oder Bruno Mars' „Billionaire“ summen. Gemäss einer Studie sind dies die besten Lieder, um Fahrer zu einem gemütlich-geniessersischen Tempo zu verführen. Und dieses ist gerade zu Beginn stark zu empfehlen, denn obwohl die Schneeverhältnisse pulvrig sind, sollte man sich und seinen Sehnsinn sorgfältig ans Nachtskifahren herantasten.

#### 5. AUFWÄRRUNDE

Die Bergfahrt dauert sieben Minuten, während die Abfahrtsdauer variieren kann. Weltcupfahrer könnten die 4,2 Kilometer lange Strecke bei guten Bedingungen in etwa 150 Sekunden abfahren. Didier Cuche könnte also während der Snow Night rund 36 Mal in die Tiefe donnern. Viel genussreicher ist indessen eine zurückhaltendere Geschwindigkeit, verbunden mit einer gelegentlichen Einkehr in warmen Stuben. Etwa auf der urchigen Alp Margun, wo seit bald 30 Jahren Silvia und Dorigo Riz à Porta Gäste verwöhnen. Der Mann mit dem eigenwilligen Namen ist Wirt, Lawinensprenger, Imker und passionierter Jäger. Er kennt viele illustre Wintergäste von deren regelmässigen Besuchen in seiner gemütlichen Hütte. Denn wer den charakterstarken Gastgeber und das ehrliche Essen einmal schätzen gelernt hat, für

den ist ein Winter ohne Alp Margun ein verstaner Winter. Besonders erwähnenswert ist das Wildragout, das je nach Waidmannsheil von Dorigo mit Steinbock, Murmeltier & Co. brilliert – oder sonst vegetarisch ausfällt. Wer danach aufmerksam durch die Nacht fährt, der hört mit etwas Glück den Ruf der Wildnis.

#### 6. ACTION

Wenn die Beine nach einigen weiteren Abfahrten schneemüde werden, ist es Zeit für die Hossa Bar. Hier gibt es bis weit in die Nacht hinein revitalisierende Drinks, lüpfige Beats und fröhliches Rambazamba, das weit über die Grenzen hinaus bekannt ist. So ist die Bar am Freitagabend fest in italienischer Hand: Die feierfreudige Mailänder Jugend, bei der die Snow Night zum Kult avanciert ist, kommt eigens dafür ins Engadin, saust und schwofzt und bringt eine ansteckende Party-stimmung mit, welche die Hossa Bar zuverlässig zum Kochen bringt.

#### 7. ABSCHLUSS

Bevor um ein Uhr die Lichter gelöscht werden, gilt es noch die letzten 150 Höhenmeter zu bewältigen. Diese führen mitten durch den mysteriösen „God da la Craounera“, aus dem das Echo der Schwünge und des leicht aufspritzenden Schnees zurückhält. Am Ende des Waldes mündet der goldene Fluss des Corvatsch auf eine Wiese, in der er unmittelbar neben der Talstation der Bergbahnen versickert. Die Expedition ist erfolgreich abgeschlossen, der ganze Flusslauf abgefahren und sorgfältig kartografiert. Damit kann man zufrieden und stolz nach Hause fahren.

#### 8. ABSCHALTEN

Nach dem Lichterlöschen ist die Snow Night zwar offiziell vorbei, sie wirkt aber in der Regel weiter. Denn wenn man später glücklich ins Bett sinkt, fliegen bei den meisten Gästen vor und nach dem Einschlafen noch einmal die Höhepunkte des Abends durchs Schlafzimmer.

Autor: Jon Bollmann



#### INFO

Corvatsch Snow Night  
Dezember–April, jeden  
Freitag ab 19 Uhr.  
Erwachsene CHF 27,-  
Kinder bis 12 Jahre  
CHF 16,-  
[www.corvatsch.ch](http://www.corvatsch.ch)



*IN WEITEN WINDUNGEN  
STRÖMT DER GOLDENE  
FLUSS DEM TAL ENTGEGEN.*

Die 4,2 Kilometer  
lange Strecke auf  
dem Corvatsch ist die  
längste beleuchtete  
Piste der Schweiz (o.).  
In der Hossa Bar (r.)  
gibt es zum Après-  
Ski Tanz und Drinks.





# MANUFAKTUR

„Die meisten Menschen wissen gar nicht, (...) wie viel Pracht in den kleinsten Dingen, in einer Blume, einem Stein, einer Baumrinde oder einem Birkenblatt sich offenbart“, meinte der Lyriker und Wahl-Engadiner Rainer Maria Rilke. Auf Floristin Irmi Torri, die aus Pflanzen richtige Kunstwerke macht, trifft das aber sicherlich nicht zu ...



FLORALE SCHMUCKSTÜCKE

# LASS BLUMEN SPRECHEN

Die Blumenboutique Bel Verde der Floristin Irmi Torri schmückt Hotels und Privathaushalte mit ihren kunstvoll arrangierten Bouquets.

FOTOS: MAX GALLI

# D

ie Engadiner Bergwelt versinkt in den letzten Wochen vor Weihnachten und Neujahr in einen Winterschlaf. Wiesen und Felder verschwinden unter einer dicken Schneeschicht, bei Flora und Fauna kehrt Ruhe ein. In dieser Zeit verwandelt sich St. Moritz alljährlich in die kleinste Grossstadt der Welt – die High Society aus aller Welt reist an und bezieht die Suiten der Luxushotels oder mondäne Privatchalets, in denen exklusive Blumenarrangements nicht fehlen dürfen. Denn je karger die Natur draussen vor der Tür, desto grösser das Bedürfnis nach farbenprächtiger floraler Dekoration.

Für Irmi Torri sind Blumen weit mehr als nur Dekor. „Ein geschmackvolles Bouquet gibt einem Raum sofort einen privateren Charakter. Man fühlt sich schneller wohl“, sagt die Floristin, die in St. Moritz einen Blumenladen führt und die Wünsche ihrer luxusverwöhnten Kundschaft bestens kennt. Wer ihre Blumenboutique Bel Verde betritt, spürt das sofort. An

der mit Moos bedeckten Decke hängen kunstvoll arrangierte Äste, sanft gebogene Tannenzweige und glitzernder Weihnachtsschmuck. Vor einer mit schwarz-goldener Tapete überzogenen Wand leuchten Arrangements aus Amaryllis, den roten Beeren der Stechpalmenzweige und langstieligen Rosen mit Weihnachtskugeln, Kerzenleuchtern und silbernen Vasen um die Wette. Irmi Torri legt grossen Wert auf festliches Ambiente und hochwertige Produkte. „Doch mein Geschäft ist eine Werkstatt und kein Museum. Haben wir viel zu tun, ist der Boden häufig mit Blättern und Stielen übersät – die Kundschaft schätzt diese Arbeitsatmosphäre.“

Vor 20 Jahren hat sich die gebürtige Bayerin auf ein Inserat in einer deutschen Fachzeitung beworben: „Floristin in St. Moritz gesucht“. Eigentlich hatte sie geplant, nur einige Monate hierzubleiben und etwas Bergluft zu schnuppern. „Aber dann hat es mir so gut gefallen, dass ich immer wieder eine Saison



INFO

Bel Verde  
Via Stredas 7  
7500 St. Moritz  
T +41 81 834 90 70  
www.belverde.ch

# bel verde

floristik • ambiente



Irmi Torri vor ihrer Blumenboutique (o.). Seit 17 Jahren setzt sie auf Ästhetik – genau das, was die Kunden an ihren geschmackvollen Bouquets (l.) so schätzen.



FrISCHE Blumen, so weit der Laden reicht. Qualität steht für Irimi Torri ganz oben.

Beim Binden der floralen Kreationen ist fast nichts unmöglich – da werden auch schon einmal Blüten eingefärbt.



Besonders gern verarbeitet Irimi Torri Naturmaterialien – etwa zu Gefäßen.



*„EIN BOUQUET GIBT EINEM RAUM SOFORT EINEN PRIVATEREN CHARAKTER.“*

Irimi Torri, Inhaberin der Blumenboutique Bel Verde



Wenn sich das Jahr dem Ende zuneigt, geht es im Bel Verde hoch her: Dann werden festlicher Türschmuck und Adventskränze gefertigt – entweder für Hotels und Geschäfte oder für Privatpersonen.



Hier wird gearbeitet!  
Der grüne Beweis:  
heruntergefallene  
Blätter und Stiele.

angehängt habe“, erinnert sich die Floristin und lächelt. Seit 17 Jahren führt sie nun ein eigenes Blumengeschäft und ist längst bestens im Dorf integriert. 2015 ist sie von der Via Somplaz an die Via Stredas umgezogen. „Zwar sind wir nicht mehr an der Hauptstrasse, aber dafür haben wir hier Platz für Verkauf, Produktion, Werkstatt und Lager – das ist sehr angenehm, vor allem, wenn es hektisch zugeht.“

Wie jetzt, im Dezember. Im Bel Verde herrscht Hochbetrieb. Neben riesigen Adventskränzen, die gerne von Hotels oder Geschäften im Dorf bestellt werden, sind Irmi Torris von Hand gefertigte Gefässe aus Naturmaterialien besonders beliebt: Schalen aus flauschig weichen Baumwollkapseln und exotischen Eukalyptussamen oder Übertöpfe aus Tannenzapfen, die mit einer feinen Schicht Beton übertüncht wurden und somit auch im Freien aufgestellt werden können – der Fantasie sind dabei kaum Grenzen gesetzt. „Es macht mir grosse Freude, mit den von Hand gewaschenen und arrangierten Materialien stilvolle Interieur-Objekte zu kreieren, ohne sie zu verfälschen.“ Diese aussergewöhnlichen Kreationen, die einen in genüssliches Staunen

über die Vielfalt der Natur versetzen, werden hauptsächlich in der Sommer- und Herbstsaison produziert, wenn es etwas ruhiger läuft.

Irmi Torri und ihr siebenköpfiges Team beliefern ganzjährig Hotels und Geschäfte und sorgen für Blumenschmuck bei Hochzeiten, Events und Partys. Die meisten Aufträge kommen aber rund um den Jahreswechsel von Privatpersonen. Deren Villen und Chalets weihnachtlich zu dekorieren, das mache sie am allerliebsten, erzählt Irmi Torri. Auch Balkone, Terrassen und Weihnachtsbäume zu schmücken, gehört dazu. Es kommt auch vor, dass Irmi Torri ein kleines Möbel oder ein Dekorationsobjekt dazustellen, um die Gesamtwirkung der Arrangements zu unterstreichen. „Bei langjährigen Kunden habe ich völlige Freiheit. Klar, es muss zum Stil der Einrichtung passen, aber dafür habe ich ein gutes Auge entwickelt“, sagt die 43-Jährige. Leider sei sie im schönsten Moment nie dabei. Nämlich dann, wenn die Kunden ihr Werk zum ersten Mal sehen. „Das wäre das Tüpfelchen auf dem i.“ Zu jenem Zeitpunkt ist die Floristin jedoch längst wieder beschäftigt – mit der nächsten floralen Komposition.

Autorin: Anina Rether

*SO MANCHEM  
WURDE FRÜHER  
AUF DER PISTE  
ZIEMLICH KLAMM  
UM DIE WADEN.*



1



2



3

1932 stellte der Österreicher Leo Gasperl mit dem Fledermausmantel von Colmar einen Geschwindigkeitsrekord in St. Moritz auf (1). Bei Olympia im Jahr 1924 traten die Herren noch in Knickerbockerhosen und Wollpullis an (2). Um die 1930er-Jahre waren weite Wollhosen auf der Piste angesagt (3). Rock über Hose: So sah lange Zeit die Skimode für Damen aus (4).



4

TRADITION DER SKIMODE

# CHIC IM SCHNEE

Früher stürzten sich die Briten in edlen Tweed-Anzügen die Schneehänge hinunter, und Frauen trugen die Skihose unter dem Rock. Der Weg zur aktuellen Hightech-Funktionsbekleidung war weit und spannend.

# E

in Paar Ski kostete im Jahr 1932 in der Schweiz 36 Franken. Das ist heute genauso unvorstellbar wie die Bekleidung, mit der die ersten englischen Skifahrer im 19. Jahrhundert die verschneiten Hänge hinabschwangen. Denn sie trugen auf der Piste das Gleiche, was sie ohnehin in den Wintermonaten anhatten: Tweed-Anzüge, Knickerbocker aus Loden mit hochgezogenen Socken und dicke Wollpullover. Frauen meisterten um die Jahrhundertwende herum die Abfahrten im Rock, darunter versteckten sie häufig eine lange Hose. Da sich die langen Röcke des Öfteren in den Skispitzen verhedderten, stiegen die Damen nach einer Weile ebenfalls auf Knickerbocker um, bedeckt von einem kürzeren, knapp über die Knie reichenden Rock. Während des Ersten Weltkrieges stieg die allgemeine Toleranz gegenüber Frauen in Hosen, denn aus Mangel an männlichen Arbeitskräften gab es verstärkt weibliche Landarbeiterinnen. Ab diesem Zeitpunkt konnten

Frauen und Sportlerinnen das einst männliche Kleidungsstück ganz ungehindert tragen.

Vom ersten echten Aufschwung der Outdoorbekleidung kann man ab 1928 sprechen, als die Olympischen Winterspiele in St. Moritz ausgetragen wurden. Immer mehr Modehäuser – von Burberry über Lanvin bis Hermès – wagten sich nun an pistentaugliche Designs. Besonders grosse Aufmerksamkeit erregte 1932 die kleine Firma Colmar. Heute bekannt für ihre Daunenjacken, sorgte sie damals mit dem spektakulären Kleidungsstück „Thirring“ für Furore, einer Art Fledermausmantel, der den Skifahrer im Luftwiderstand segeln und Geschwindigkeitsrekorde aufstellen liess.

In der Nachkriegszeit begann die Phase, in der sich körpernahe Entwürfe in der Skimode durchsetzten. Vorreiterin dieser Innovation war unter anderem Maria Bogner, die Ehefrau des erfolgreichen Skisportlers Willy Bogner. Sie entwickelte einen regelrechten Verkaufs-



Fotos: Dokumentationsbibliothek St. Moritz (2), Action Press, DPA



Legendär: Die Keilhose von Bogner revolutionierte die Skimode (1). Im Film „Charade“ (1963) trug Audrey Hepburn einen Skianzug von Givenchy (2). Die Schweizer setzten den hautengen „Kris Cut“-Anzug erstmals in Sapporo 1972 ein (3).

schlager: die Keilhose. Hierbei handelte es sich um ein eng ans Bein geschneidertes Modell aus dehnbarem Material, das durch einen angenähten Fussteg straff gezogen wurde. Geadelt wurde dieser Entwurf durch das deutsche Damen-Skiteam, das die Keilhose 1956 bei Olympia in Amerika trug.

In den 1960er-Jahren wurde der Skisport richtig chic. Das lag vor allem an prominenten Wintersportlerinnen wie Grace Kelly oder Jackie Kennedy, die auf der Piste und in den Bars der mondänen Alpenresorts von Gstaad, Kitzbühel oder St. Moritz anzutreffen waren und Outdoorbekleidung von internationalen Modehäusern wie Dior, Chanel oder Pierre Cardin ausführten. 1963 zeigte sich Audrey Hepburn im Film „Charade“ in einem Ski-Outlet von Givenchy und bewies vor einem grossen Publikum, wie hübsch man doch im Schnee aussehen konnte.

Neben den renommierten Modehäusern witterten auch Einheimische aus den beliebten Wintersport-Orten ihre Chance, mit dem Skisport Geld zu verdienen. So zum Beispiel auch Kurt Ulmer, der 1969 in St. Moritz eine Marke gründete, die er entsprechend seiner Zielgruppe taufte: Jet Set. Das Konzept ging

auf, schon bald zählten Berühmtheiten wie Gunter Sachs, Brigitte Bardot und Gianni Agnelli zu seiner Klientel.

Zur grossen Überraschung war es aber ein Schweizer Taucher und kein Designer, der in den 1970er-Jahren den auch heute noch eingesetzten Ganzkörperanzug für Skiwettkämpfe entwickelte: Hannes Keller nahm den klassischen schmalen Tauchanzug zum Vorbild und brachte zusammen mit der japanischen Marke Descente pünktlich zu den Olympischen Spielen in Sapporo 1972 den hautengen „Kris Cut“ auf den Markt, in dem das Schweizer Team gleich zwei Mal Abfahrtsgold gewann.

Eine Wende für die Skimode zeichnete sich Ende der 1970er-Jahre ab. Nun stand ganz klar die Funktion im Vordergrund. Immer mehr Marken tauchten am Skimode-Himmel auf und spezialisierten sich auf das komplette Ausrüstungsangebot. Was vor 85 Jahren unvorstellbar war, ist für die Skifahrer von heute selbstverständlich: atmungsaktive Stoffe, die eng an den Körper geschneidert, elastisch, wind- und wasserdicht sind und eine Pistenabfahrt bei jeder Wetterbedingung zum uneingeschränkten Lifestyle-Vergnügen machen.

Autorin: Yvonne Pölsterl

Fotos: Seeger-Press, Everett Collection/Action Press, Gettyimages

## „WIR SIND TRENDSETTER“

Myriam Mele ist seit 2013 CEO vom Sportswear-Label Jet Set, das seinen Firmensitz in St. Moritz hat. Seither sorgt die Geschäftsfrau dafür, dass die Marke die Skimode stetig und innovativ weiterentwickelt.

Jet Set bezeichnet – wie der Name schon sagt – einen Lifestyle, bei dem man im Winter im glamourösen St. Moritz und im Sommer im mondänen Ibiza zu Hause ist. Das gleichnamige Label war in den 1980er-Jahren das Hippestete, was Mann und Frau im Schnee tragen konnten. Nun knüpft Myriam Mele mit Pioniergeist und Trendgespür an diesen Erfolg an und verhilft der Marke Jet Set zu alter Grösse.

**Frau Mele, was macht die Marke Jet Set so einzigartig?** Myriam Mele: Wir sind Trendsetter, nicht Trendfollower. Wir sind sexy und modisch, arbeiten mit Prints und Farben. Bei uns muss Lifestyle Spass machen. Das ist unsere DNA. Wir schauen immer, was für uns neu ist, was wir unseren Kunden bieten möchten und wie wir uns weiterentwickeln können. Wir möchten Sportswear machen, bei der modischer Aspekt und Funktionalität Hand in Hand gehen.

**Einer der grossen Fortschritte im Vergleich zu früher?** Ganz genau. Früher gab es entweder



Aktueller Jet-Set-Look aus der Herbst/Winter-Kollektion 2017/18

modisch oder technisch. Aber nicht die Kombination aus beidem.

**Welche Innovationen zählen zu den wichtigsten Meilensteinen des Labels?** Ganz klar: der Style! Dass wir den Leuten gezeigt haben, dass man auch beim Skifahren sexy aussehen kann und sich nicht verhüllen muss. Das hat den Kunden gefallen, und sie haben auch abseits der Piste angefangen, die Sportswear von Jet Set zu tragen.

**Wie schaffen Sie es, Tradition und Innovation erfolgreich miteinander zu verbinden?** Bei uns gibt es Klassiker, die zu den Basics gehören und immer in unserem Programm bleiben. Diese Klassiker entwickeln wir teilweise aber auch weiter, zum Beispiel mit neuen Prints, Details oder Stoffen, um so auch die junge Kundin begeistern zu können.

**Wenn Sie einen Blick in die Zukunft werfen: Wo geht der Trend in der Skimode hin?** Was immer weiterentwickelt wird, sind die Materialien, damit sich der Kunde sowohl an sehr warmen als auch an sehr kalten Wintertagen wohlfühlt.

**Wie sieht in Ihren Augen für Jet-Set-Kunden ein perfekter Tag in St. Moritz aus?** Der perfekte Tag beginnt auf den Pisten der Corviglia, gefolgt von einem Lunch in der El-Paradiso-Hütte. Anschliessend geht es ins Spa vom Kulm Hotel, und den Abend lässt man im Restaurant La Baracca ausklingen.

Interview: Yvonne Pölsterl



Bevor die modebewusste Schweizerin Myriam Mele Geschäftsführerin wurde, verantwortete sie bei Jet Set unter anderem die Bereiche Marketing und Retail.

WAS WÄRE, WENN ...

# ... ST. MORITZ EIN ABENDKLEID WÄRE?

Modedesigner Silvano Vitalini über wasserfeste Blazer, den St. Moritzer Stil und seine Heimat – das Engadin.

**P**aris, Mailand, New York: Für viele junge Designer sind die Modemetropolen dieser Welt das ultimative Ziel. Nicht für Silvano Vitalini. Den jungen Modemacher verbindet eine tiefe Liebe zu St. Moritz. Er ist ein echter Engadiner, jobbte acht Jahre als Teil des Managements im Dracula Club und gründete 2012 in St. Moritz sein „Schneideratelier“. Seine Signature-Stücke: der Engadiner Blazer aus einheimischen Materialien und glanzvolle Abendroben.

**Silvano, warum hast du dich dafür entschieden, in St. Moritz zu bleiben und hier als Modedesigner zu arbeiten?** Silvano Vitalini: Hier ist meine Heimat! Meine Eltern wohnen in Samedan, und es ist ein beruhigendes Gefühl, im Notfall Rückendeckung zu haben. Auch meine Freunde leben hier. Aber durch die verschiedenen Saisons ist es nicht ganz einfach, im Engadin ein an der preislich oberen Grenze angegliedertes Bekleidungsgeschäft erfolgreich zu betreiben, ohne zu einem Grosskonzern zu gehören. Deshalb war es für mich eine Challenge, hier zu starten. Und falls es hier funktionieren sollte, würde es wohl an jedem anderen Ort der Welt ebenfalls klappen. Denn: „If you can

make it here, you can make it anywhere.“ Das Engadin ist genial – sofern man die Natur und den Sport liebt. Und für mich hat St. Moritz ohnehin den Charakter einer Stadt.

**Wie entstehen deine Entwürfe?** Ich habe Ideen, skizziere sie, und das meiste geschieht dann an der Büste. Häufig entsteht etwas ganz anderes als das, was ich eigentlich im Kopf hatte. Prototypen schneidere ich nach wie vor selbst. Ein Teil der Produktion für Massanfertigungen geschieht bei den Schneidern in Italien, die für bekannte italienische Modefirmen genäht haben. Mein Ziel ist es, irgendwann in der Schweiz zu produzieren.

**Was bekommen die Kunden bei dir?** Bei mir gibt es vor allem Blazer, Hosen und Westen, aber keine Kollektionen. Ich möchte keinen Trends hinterherlaufen, sondern zeitlose Klassiker produzieren mit einer gewissen Innovation dahinter, etwa durch die Stoffauswahl. Gerade habe ich einen Blazer entworfen, der wasser- und feuerfest ist. Meine Philosophie heisst: klassische Schnitte mit modernen Materialien, zeitlose Mode, die man auch in zehn Jahren noch tragen kann. Das Signature-Piece ist derzeit der Engadiner Blazer. Er ist ungefüttert und kann tagsüber

INFO

Silvano Vitalini  
c/o Hawico  
Via Maistra 19  
7500 St. Moritz  
T +41 81 833 33 01  
silvanovitalini.com

Geöffnet Di bis Sa,  
14.00 bis 18.30 Uhr  
oder nach Vereinbarung



So stellt sich Silvano Vitalini St. Moritz als Abendkleid vor: mit den besten Materialien aus aller Welt.



Illustration: Silvano Vitalini, Fotos: FR

#### ÜBER SILVANO VITALINI

*Silvano Vitalini ist 1986 in Zürich geboren und in St. Moritz aufgewachsen. Seit er zum ersten Mal mit seiner Mutter eine Modenschau in Mailand besuchte, wollte er Designer werden. Seine Grossmutter brachte ihm das Nähen bei, nach dem Militär studierte er Modedesign in Zürich. Über Shanghai kam er zurück nach St. Moritz, kratzte 2012 seine Ersparnisse zusammen und gründete sein „Schneideratelier“. Bereit hat er diesen Schritt nie: „Man braucht eine ordentliche Portion Mut, Selbstvertrauen, sein ganzes Ersparnes – und nicht zu vergessen, viel Naivität. Aber die Erfahrungen, die ich hier gesammelt habe, hätte ich nirgendwo anders machen können.“*

getragen werden, zum Einkaufen, zur Jagd oder zum Abendessen.

**Gibt es auch etwas für Damen?** Mass-Entwürfe für Damen biete ich nicht an. Aber es gibt Frauen, die zu mir kommen und einen Herrenblazer tragen wollen – das finde ich sehr cool. Zusätzlich habe ich zwei Kooperationen. Einmal mit der britischen Designerin Pinky Laing, mit der ich einen Engadiner Blazer für Damen entworfen habe. Zum anderen produziere ich mit einer anderen Freundin, Danja Good, ausgefallene Couture-Kleider, welche schon zu den Filmfestspielen von Cannes getragen wurden.

**Wie würdest du den heutigen St. Moritzer Stil beschreiben?** Weil ich leidenschaftlicher Cresta-Fahrer bin, wird der von Leuten aus meinem Umfeld geprägt, also wären es Knickerbocker, Cricket-Sweater und Tweed-Jacke. Für mich gibt es zwei St. Moritzer Stile: den einen aus dem traditionellen, sportlichen, familiären St. Moritz, das mit Cresta und den ganzen Clubs verbunden ist, und den anderen aus dem monänen, exzentrischen, extravaganten St. Moritz.

**Was sind modische Must-haves für St. Moritz?** Tagsüber sportlich, abends elegant. Wenn es nach mir ginge, trägt Mann von Welt abends einen Smoking und die Dame ein Abendkleid.

**Wenn St. Moritz ein Abendkleid wäre, wie sähe es aus?** Wenn ich ein Abendkleid produzieren würde, welches St. Moritz versinnbildlicht, würde ich aus allen Ecken der Welt die besten Materialien nehmen. Es wäre ein elegantes langes Kleid, bestehend aus indischer Seide, St. Galler Spitze, schottischem Tweed, ägyptischer Baumwolle oder japanischem Denim. Zusammengehalten von Faden, Reissverschlüssen und Knöpfen aus der Schweiz – und eventuell auf einer Schweizer Bernina-Maschine genäht. Wie St. Moritz eben: Es kommen Menschen aus der ganzen Welt, aber zusammengehalten wird es von den Einheimischen. Daher würde dieses Kleid auch auf einer Schweizer Nähmaschine genäht.

**Was machst du in deiner Freizeit?** Zum Ausgleich führe ich die QN-Bar. Ausserdem bin ich leidenschaftlicher Skifahrer und Cresta-Rider, spiele Golf und liebe das allabendliche Bad im Stazersee. Da ich geschäftlich oft auf Reisen bin, verbringe ich meine wenigen freien Tage gerne im Engadin. St. Moritz ist für mich mein Arbeitsplatz und mein Urlaubsort zugleich.

Interview: Valentina Knapp Voith

# VORSCHAU

Im Sommer 2018 beleuchten wir die unternehmerische Seite von St. Moritz: zukunftsweisende Projekte und Menschen, die mit mutigem Geschäftssinn vorangehen. Ein Heft voller Ideen, Pioniergeist und Inspiration.

Im Engadin wurden schon viele Ideen geboren. Eine der jüngeren: die Laufschuhe der Firma On. Wir treffen Gründer Caspar Coppetti zum Interview.



Auch Traditionen wie der Alpabzug können einen unternehmerischen Charakter haben – nämlich dann, wenn sie das kulturelle Erbe einer Region für Besucher erlebbar machen.



Bestseller made in Engadin: unsere kulinarischen Exportschlager von Bündnerfleisch (Foto) bis Nusstorte

Fotos: privat, Engadin St. Moritz, Romano Stalis

*„MIR IST ES, ALS WÄRE ICH  
IM LANDE DER VERHEISSUNG. (...)  
HIER WILL ICH LANGE BLEIBEN.“*

FRIEDRICH NIETZSCHE,  
1844–1900



---

*Tourismusorganisation Engadin St. Moritz  
Via San Gian 30  
CH-7500 St. Moritz  
[www.engadin.stmoritz.ch](http://www.engadin.stmoritz.ch)  
[www.stmoritz.ch](http://www.stmoritz.ch)*





*St. Moritz*®

TOP OF THE WORLD

THE ORIGINAL  
IN WINTER  
TOURISM  
SINCE 1864

