

REPORTAGE

Im Hotel Castell in Zuoz wurden Zimmer, Technik, Küche und Wellness erneuert.



Urbane und rurale Lebenswelten

Mit Investitionen von 16 Millionen Franken wurde das Hotel Castell oberhalb Zuoz aus dem Dornröschenschlaf erweckt. Die Besitzer und das Direktionspaar Bettina und Richard Plattner suchten in der Ausstattung und in der Gastronomie bewusst die Gegensätze. Damit möchten sie einen guten Gästemix erreichen.

Ursula Wulfsen-Dütschler
Fotos Susanne Hersperger



◀◀ Der markante Baustil des Hotels Castell erinnert an eine Burg. Im Kontrast dazu steht der Neubau der Chesa Chastlatsch nebenan. Aus dem Erlös des Verkaufs der 15 Eigentumswohnungen wurde grösstenteils die Sanierung des Hotels finanziert.

◀ Der japanische Architekt Tadashi Kawamata entwarf die neue Holzterrasse vor dem Restaurant. Sie wirkt bewusst «unfertig» und stellt die Verbindung her zum Holzsteg, der weiter hinten zum Felsenbad führt.

▽ Das Direktions- und Ehepaar Bettina Plattner-Gerber (41) und Richard Plattner (42) war verantwortlich für den Umbau und die Neupositionierung des Hotels Castell. Die gebürtige Zürcherin absolvierte die Hotelfachschule Lausanne, der Südtiroler besuchte die Hotelfachschule in Thun. Zuvor waren beide in Führungspositionen im Hotel Saratz, Pontresina, tätig.

▽▽ Bei der Totalsanierung wurde auch die Rezeption, das Backoffice und der angrenzende Shop neu gestaltet.

Wie verlief die Wintersaison?

Richard Plattner: Bis jetzt lief es sehr gut, wir liegen über dem Budget und haben eine Auslastung von 65 %. Vor allem an Wochenenden sind wir bis Ende Saison praktisch ausgebucht. Aber wir stellen auch fest, dass die Gäste noch kurzfristiger buchen als in den letzten Jahren.

Weshalb musste das Hotel Castell umgebaut werden?

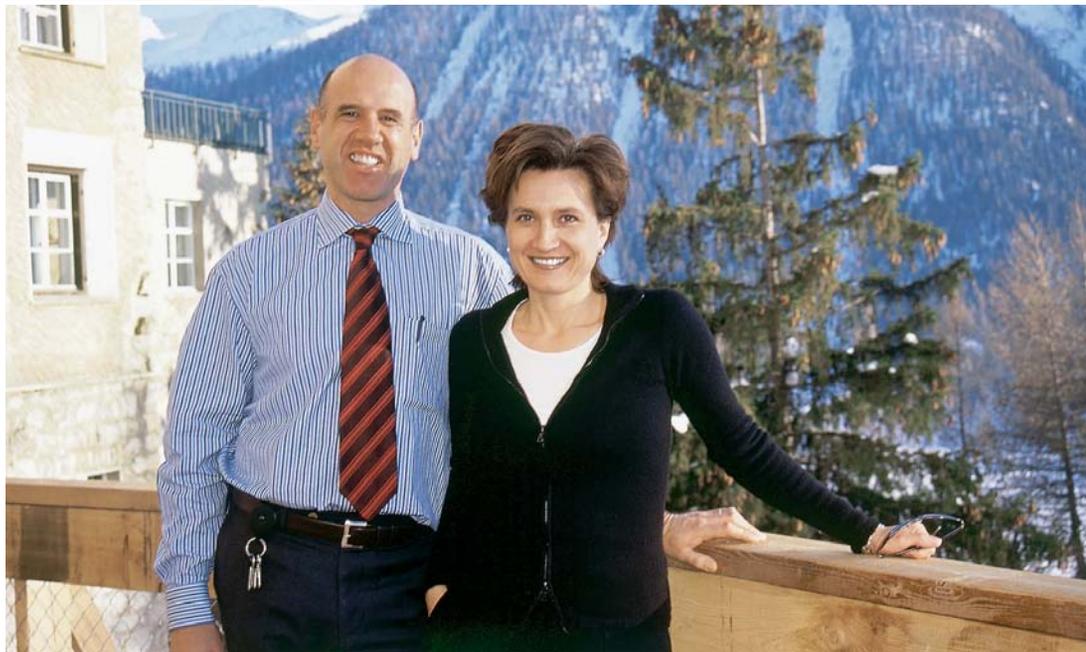
Bettina Plattner: Das Interieur war verlobt. Der Charme war noch da, auch spürte man das grosse Potenzial, aber es wirkte abgenutzt und abgewetzt und entsprach nicht mehr den heutigen Anforderungen. Zudem befand sich auch die Küche in einem sehr schlechten Zustand.

Trotzdem mussten Sie das Hotel noch während eineinhalb Jahren, bis zur Schliessung im Frühling 2004, führen?

Es war ja ein Dreisternehaus und günstig und somit ideal für Familien. Die Kunst war auch schon vorhanden. Wir brachten natürlich neues Leben rein. Aber wir mussten tatsächlich eine Strategie entwickeln, wie wir mit dem alten Zustand umgehen und gleichzeitig neue Ideen entwickeln konnten.

Wie sah diese Strategie aus?

Richard Plattner: Wir mussten zweispurig arbeiten und versuchen, alt und neu gleich zu behandeln. Ich war einerseits mit dem Verkauf der Eigentumswohnungen und mit





dem neuen Konzept beschäftigt, andererseits wollten wir uns im verbleibenden Jahr über die Gastronomie profilieren. Mit einer guten Küche konnten wir die Restauration markant anheben und bei Gästen und Einheimischen ein gutes Image schaffen. Wir bieten zudem eine grosse Auswahl an Weinen zu vernünftigen Preisen.

Hat sich dieser Aufwand gelohnt?

Ja, die Reaktionen der Gäste waren positiv und viele haben uns nach der ersten Wintersaison zum Turnaround gratuliert. Sie schätzten auch die gute Stimmung im Haus.

Was ist besonders an Ihrer Küche?

Wir bieten eine innovative Küche zwischen Brasserie und Fusion. Auf der Karte stehen Tafelspitz und Wienerschnitzel ebenso wie Rotes Seafood-Thai Curry vom Rocklobster



auf Wok-Gemüse und Duftreis. Auf der Terrasse gibt es am Mittag Bündner Gerstensuppe aber auch eine asiatische Suppe mit Zitronengras.

Schätzen die Gäste diese Auswahl?

Wir erhalten gute Kommentare. Die Gäste schätzen besonders, dass sie aus dem Castell-Auswahlmenü aus 18 verschiedenen Gerichten auswählen können und nicht an ein Halbpensions-Menü gebunden sind.

Fusion ist im Hotel überall ersichtlich. Zum Beispiel steht die knallrote Bar von Pipilotti Rist in starkem Kontrast zum altertümlichen Interieur der Hotelhalle und des Speisesaals, moderne Kunst hängt neben den alten Fenstern mit Doppelverglasung. Führt diese Fusion nicht eher zu Konfusion?

Bettina Plattner: Nein, wir haben gezielt verschiedene Einrichtungsstile gewählt und heben den Charme des alten Hauses gerade mit modernen Kunstobjekten hervor. Damit haben wir ein Nischenprodukt gefunden und konnten das Hotel neu positionieren.

Am auffälligsten ist die Fusion in den Zimmern. Die eine Hälfte ist städtisch-urban, die andere im modernen Engadiner, eher ruralen Stil eingerichtet.

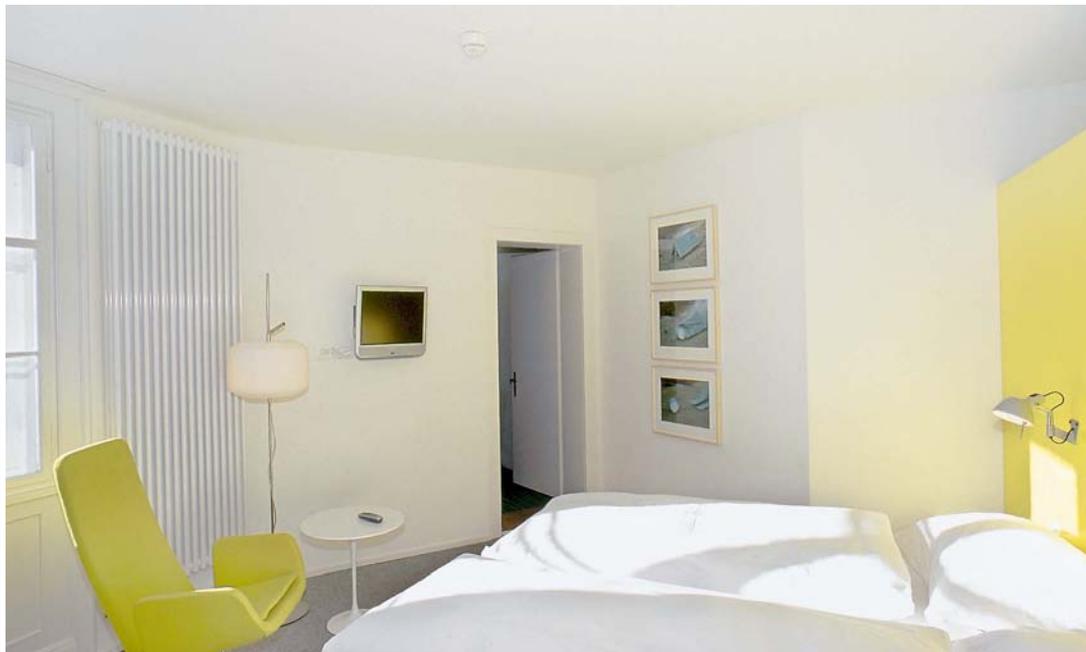
Wir wollen gezielt unterschiedliche Menschen verschiedener Generationen und mit unterschiedlichen Lebensstilen ansprechen und wählten deshalb gegensätzliche Einrichtungen. Nicht alle Gäste lieben Arvenholz, andere erwarten im Engadin gerade diesen Einrichtungsstil. Aber der Grundstil ist modern-zeitgenössisch.

Richard Plattner: Wir richteten gleich zu Beginn fünf Musterzimmer ein und konnten anhand der Reaktionen feststellen, welcher Stil gefragt war. Einerseits suchten wir den Bezug zum Engadin, den wir mit Materialien wie unbehandeltes Arvenholz für Tische und Wände herstellen konnten. Andererseits wählten wir bewusst ein städtisches Interieur, das weltoffener und urbaner ist. Der erste Entwurf war jedoch zu trendig, er musste wohnlicher werden.

Welchen Stil bevorzugen die Gäste?

Wir konnten noch keine spezielle Vorliebe feststellen. Von der Qualität her sind die Zimmer alle gleich.

Die Totalinvestition von 16 Mio. Franken ist angesichts des Ausmasses der Sanierungsarbeiten nicht sehr hoch.



◁ Städtisch: Die Hälfte der 66 Hotelzimmer wurde von den holländischen Innenarchitekten des UN Studio Amsterdam im urbanen, welt-offenen Einrichtungsstil im Retrolook ausgestattet. Hinter der grün-gelben Hinterwand aus lackierten MDF-Platten befindet sich der begehbare Schrank. In diesem Zimmer der Kategorie Medium Inn kehrt die orange Farbe der Sessel und Dekorelemente im Duschvorhang wieder zurück.

▷ Δ Die Zimmer unterscheiden sich nicht nur durch das Interieur, sondern auch durch die verschiedenen Grundrisse. In den Bädern wurden farbige Bisazza-Glasmosaiksteine, zum jeweiligen Interieur passend, ausgewählt.

▷ Einige Superior-Zimmer sind mit einer Hinterwand aus lasiertem Lärchenholz und gelb-grünen Sofas ausgestattet.





Wie haben Sie es geschafft, für diesen Betrag ein Hotel samt Technik und Küche zu erneuern?

Richard Plattner: Wir haben kostenbewusst gebaut und hatten genug Zeit, um die günstigsten Möglichkeiten zu suchen und zu finden. Wir hatten das Glück, dass wir mit einem Generalunternehmer aus Dresden zusammenarbeiten konnten, der den gesamten Trockenausbau wie Teppiche und Wände gemäss unseren Vorgaben lieferte.

Sie sprachen von Neupositionierung. Welchen neuen Zielgruppen entspricht dieses Konzept?

Bettina Plattner: Menschen, die sich für das zeitgenössische Leben interessieren, moderne Engadiner-Liebhaber, Junge, Leute aus der Kunstszene bis hin zu Golfer, die den nahegelegenen Golfplatz besu-



chen. Im Sommer vermehrt Biker, Walker und Sportler. Dank dem Hamam sprechen wir neu auch das Segment Alpine Wellness an. Geblieben ist die Zielgruppe der Familien.

Richard Plattner: Wir haben bewusst verschiedene Zimmerpreise festgelegt, z. B. auch kleine Zimmer zu günstigen Konditionen, um einen guten Gästemix zu erhalten.

Woher stammen die Gäste?

Im Winter wie im Sommer zu 65 % aus der Deutschschweiz, 30 % aus Deutschland und die restlichen aus Italien und Grossbritannien.

Werden Sie im Sommer spezielle Aktivitäten anbieten?

Sicher Nordic Walking, wofür Zuoz ja zu jeder Jahreszeit sehr bekannt ist. Zudem

stehen Yoga- und Kunst-Wochenende mit Künstlern sowie Pascha- und Wellfeeling-Tage im neuen Hamam auf dem Programm.

Ergreifen Sie für dieses Konzept spezielle Marketingmassnahmen?

Bettina Plattner: Unsere wichtigste Marketingstrategie ist es, die Gäste vor Ort zu begeistern. Bis jetzt kamen die meisten Gäste durch Mund-zu-Mund-Werbung und dank der grossen Medienpräsenz. Marketing ist für uns Chefsache, wir führen selber die Marketing- und Salesabteilung, unternehmen gezielte Verkaufstreisen und sind am internationalen Messen vertreten. Sehr wichtig sind die Mitarbeitenden, jeder macht Marketing an der Front.

Was eine intensive Schulung der Mitarbeitenden bedingt.

Wir führen deshalb wöchentliche Schulungen durch und zwar während der ganzen Saison und in allen fünf Bereichen. Wir wenden ein permanentes Instruktionsprogramm an und stellen fest, dass sich unsere Mitarbeitenden gerne daran beteiligen und sehr motiviert sind.

Die erste Umbauphase ist abgeschlossen. Haben Sie weitere Zukunftspläne?

Richard Plattner: Pläne gibt es genug, aber zuerst müssen die Finanzen stimmen. Wir möchten die Halle auffrischen und heller gestalten und ab der Bar einen Wintergarten vor den Salon bauen. Nötig wäre auch der Bau von weiteren Behandlungsräumen. In ferner Zukunft ist ein überdachter Whirlpool geplant. Ein weiteres Ziel ist es, die Saisons zu verlängern und anstatt wie bisher acht während zehn Monaten geöffnet zu sein.



◁ Ländlich: Die andere Hälfte der Hotelzimmer richtete der St. Moritzer Architekt Hansjörg Ruch in einem modern interpretierten Engadiner Stil ein. Das naturbelassene Arvenholz der Tische und der Trennwände zu den Bädern sollen an die Berge erinnern. Raffiniert wirkt die indirekte Beleuchtung oberhalb des Badezimmereinbaus. In den Junior-Suiten sind die Bäder mit Doppelwaschtischen und grossen, schwarzen Serpentino-Bodenplatten ausgestattet.

▷△ In den Junior-Suiten, Superior- und Medium-Doppelzimmern trennt die markante Holzwand den Raum vom begehbaren Schrank und dem Badezimmer ab.

