



Das Parkhotel Margna mit seinen 47 Angestellten und 59 Zimmern ist aus einem Patrizierhaus von 1817 hervorgegangen. Es befindet sich in Sils-Basegia, wo die Sonne im Winter viel früher über die Berggipfel steigt als im nur wenige Fussminuten entfernten Sils-Maria.

«Es kann ein guter Winter werden»

Nach einer Investition von 26 Millionen Franken wurde kurz vor Weihnachten das **Parkhotel Margna** in Sils-Basegia GR wiedereröffnet. Vom jungen Gastgeberpaar Simona und Luzi Seiler kann die Branche eine Menge lernen.

TEXT RETO E. WILD — FOTOS ZVG

Die Eingangstüre öffnet sich, ohne die Klinke berühren zu müssen. Nach dem Vorweisen des Covid-Zertifikats an der offenen Rezeption ist die grösste Hürde zum Eintauchen in die Ferienwelt des Parkhotels Margna in Sils im Engadin geschafft. Schnell zeigt sich in diesem Viersternehotel mit 59 Zimmern, dass das Direktorenpaar Simona (46) und Luzi Seiler (38) sehr viel Wert auf Qualität legt (siehe Kasten rechts oben «Storytelling einmal anders»).

Die Zimmertüren sind dick und schirmen jeden Laut vom Gang ab, die Badezimmer bestehen aus einheimischem Granit oder Luserna-Blu-Marmor, in den 33 renovierten Zimmern breitet sich Parkett aus; auch der Kleider-

schränk, die Verschalung der Minibar und der Schreibtisch bestehen aus Holz.

In den vergangenen zwei Jahren haben die Eigentümer Isot und Christoph Sautter 26 Millionen Franken in ihr Hotel investiert – für die neuen Zimmer, die Garage, den Lift, die Haustechnik, den Genusskeller und die drei Restaurants: Stüva 1817 aus Arvenholz mit Bündner und Veltliner Spezialitäten, Dal Parc mit marktfrischen und internationalen Gerichten sowie die Enoteca & Osteria Murütsch mit italienischen Menüs. Luzi Seiler begründet: «Ursprünglich wollten wir das Hauptrestaurant Dal Parc erneuern und dabei die Bar zum Haupteingang versetzen, um dort für mehr Leben zu sorgen.» Plötzlich sei der Lift ein

grosses Thema geworden und damit auch, das Hotel behindertengerecht zu gestalten. Feuerpolizeiliche Auflagen mussten erfüllt werden, und letztlich entschieden sich die Besitzer, dass im einstigen Patrizierhaus von 1817, dem damals grössten Einfamilienhaus im Kanton Graubünden, auch die Mitarbeiterzimmer verschwinden sollten. Heute wohnen viele der 47 Angestellten in Studios im Nebengebäude des Margna. Einige der Mitarbeiter halten dem Haus schon seit 40 Jahren die Treue, darunter viele Italiener. Chiavenna in der Lombardei ist nur 50 Autominuten entfernt.

Eigentlich hätte das Parkhotel Ende Juli 2021 eröffnen sollen. «Doch dann beichtete uns der Architekt im Mai, dass

BEISPIELHAFT FÜR DIE BRANCHE: STORYTELLING EINMAL ANDERS

Das Parkhotel Margna zeichnet sich durch eine überraschend hohe Vielzahl von Alleinstellungsmerkmalen (USP) aus:

- Am Frühstücksbuffet stehen zwölf verschiedene Teesorten von Glattfelder aus St. Moritz zur Auswahl. Sie sind im Geschmack viel intensiver und qualitativ hochstehender als klassische Beuteltees.
- Im Badezimmer liegen Produkte von Soglio aus dem Bergell auf: Duschmittel mit pflanzenbasierten Tensiden und einem herben Kräuterduft, Shampoo, Conditioner und Körpermilch. Die Nachfüllflaschen sind ökologisch sinnvoll und können in der Boutique gekauft werden.
- Diese kleine Boutique befindet sich vor dem Eingang zum Hauptrestaurant

Dal Parc und führt auch Pizzoccheri, Bergeller oder Veltliner Honig, eine hausgemachte Nusstorte nach dem Rezept des Küchenchefs, Birnenbrot, Salsiz oder Engadiner Bergkäse im Angebot. Solche Ferienerinnerungen binden die Gäste enger ans Hotel.

- Der Genusskeller im Untergeschoss besteht aus einer Vinothek, wo Degustationen vorgesehen sind, einem Zigarrenraum («Fümuar») sowie einem Kinoraum/Kinderspielzimmer.
- Die Tiefgarage mit 43 Gästeparkplätzen (kostenlos für Direktbucher, sieben Elektroladestationen) wurde mit schwarz-weissen Landschaftsbildern geschmückt. Die Decke besteht aus Holzwolleplatten mit Troldekt-

Struktur, was für eine gedämpfte Akustik sorgt. Für Gäste, die mit dem Auto anreisen, ist die Garage die erste Begegnung im Hotel.

- Jeder Gast erhält mit seinem Chip-Zimmerschlüssel Zugang zu einem eigenen Kasten im Skiraum.
- Das Spa «la Funtauna» ist zwar klein, breitet sich aber auf drei mit einer Wendeltreppe verbundenen Stockwerken aus – mit Whirlpool, finnischer Sauna, Dampfbad mit Aromatherapie, Erlebnisduchen, Kneippzone sowie einem Fitnessraum mit Cardio- und Kraftgeräten.
- Von der Rezeption bis zu den drei Restaurants: Die offiziellen Hinweise sind alle in Rätoromanisch angebracht, was die Authentizität verstärkt.

wir das nicht schaffen, weil nicht alle Materialien eingetroffen sind», erzählt Seiler. Für das Direktorenpaar, das seit 2017 in Sils-Basegia arbeitet, vorher unter anderem im Radisson Blu Luzern Kamerpositionen bekleidete und die Hotelfachschule Luzern absolvierte, hiess das, alle Mitarbeitenden fremd zu platzieren und Gäste auszuladen. Bereits 2020 war das Hotel wegen des Baus der Tiefgarage und der Montage der Bodenheizung ganze neun Monate geschlossen.

Das Durchschnittsalter sinkt

Die Investitionen scheinen sich gelohnt zu haben. Simona Seiler bilanziert: «65 Prozent unserer Kunden sind Stammgäste. Seit dem Umbau profitieren wir aber auch von Neubuchungen durch Jüngere. Oft wohnen gleich drei Generationen bei uns.» Über booking.com würden nur drei Prozent buchen, «weil viele auf der Website sehen, dass wir sehr unterschiedliche Zimmerkategorien haben. Diese verlangen eine Beratung.»

Vorher habe das Hotel etwas verstaubt gewirkt. Die Stammgäste seien immer älter geworden, die Jüngeren hätten sich durch die vielen dunklen Bilder nicht wohlfühlt. Inzwischen sei das Durchschnittsalter von Mitte 70 auf Mitte 50/Anfang 60 gesunken. «Wir schätzen die ältere Kundschaft», so Simona Seiler, «Wir möchten aber auch 40- und 50-Jährige ansprechen, denen unser Stil gefällt und die mit ihren Kindern anreisen.» Seilers haben selbst zwei Kinder, die ab und zu im Hotel zu sehen sind.

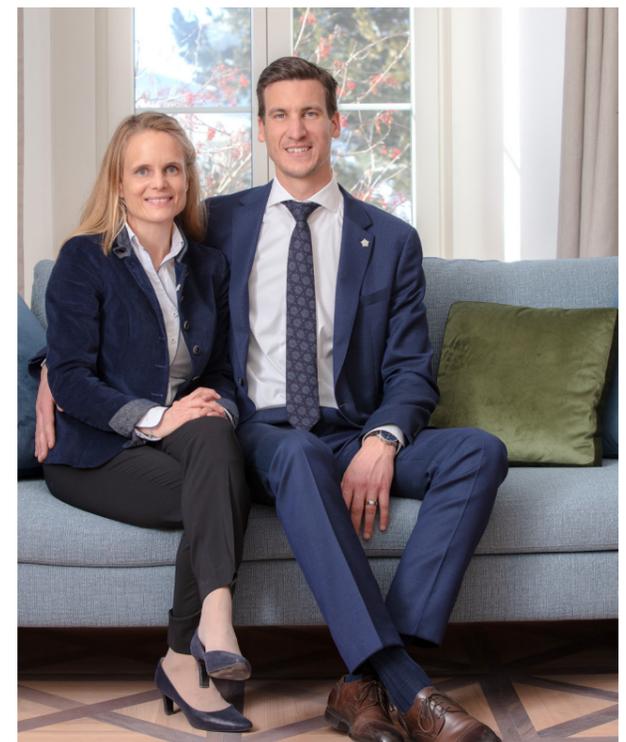
In den Restaurants Stüva und Murütsch kehren fast 50 Prozent Einheimische oder Ferienwohnungsbesitzer ein. Obwohl das Viergang-Abendmenü für

Halbpensionsgäste im skandinavisch gestalteten Dal Parc abwechslungsreich ist (Maispoulet mit Lauch-Kartoffel-Gemüse, Saiblingfilet oder vegetarisch), können diese im Rahmen des «Gourmet-Karussells» gegen einen Aufpreis à la carte in der Osteria oder in der Stüva essen, etwa gebeizten und geräucherten Hirsch mit marinierten Pilzen, Capuns, Brasato-Ravioli oder 24 Stunden lang gegartes Siedfleisch vom Rindshohrücken. Küchenchef ist Rüdiger König (siehe nächste Seite), der in aller Welt und in Michelin-

Restaurants Erfahrungen gesammelt hat und sich durch bodenständige Gerichte mit überraschenden Zutaten (Wasabi-reis!) und heimischen Spezialitäten auszeichnet. Die Weinkarte sorgt für passende Begleiter – mit Weinen vor allem aus der Bündner Herrschaft. Rund ein Dutzend verschiedene Tropfen gibt es glasweise.

«Wenn es bei den aktuellen Auflagen bleibt, kann es ein guter Winter werden,

Lesen Sie weiter auf Seite 22.



Seit 2017 Gastgeber im vor einem Monat wiedereröffneten Parkhotel Margna: die Luzerner Simona und Luzi Seiler

★ Rüdiger König,
Küchenchef Parkhotel Margna

Seit Winter 2020 ist der Karlsruher Familienvater Rüdiger König (51) Küchenchef im Parkhotel Margna. König arbeitet unter anderem in Dubai, Hongkong, im Luxushotel Bareiss, im Waldhotel National Arosa GR und im Cresta Palace in Celerina – auch mit Michelin-Chefs. Er macht sich kritische Gedanken über die Branche. Interessant dabei: Seine Frau Kari Walker ist Küchenchefin im Saratz in Pontresina GR, wo der 22-jährige Sohn Glyn ein vegetarisches Restaurant führt. **Lesen Sie das Interview im Internet auf www.gastrojournal.ch/gastronomie, oder klicken Sie auf den QR-Code.**



Fortsetzung von Seite 21

denn die Gäste gönnen sich gerne etwas und bleiben in der Schweiz», blickt Simona Seiler in die Wintersaison voraus. Obwohl das Hotel einige Absagen aus Deutschland hinnehmen musste, rechnet das Direktionspaar übers Jahr mit einer Auslastung von 75 Prozent bei einem Zimmerpreis ab 235 Franken für zwei Personen. Im Winter sorgen die Schweizer für 80 Prozent der Gäste, im Sommer sogar für über 90 Prozent. Deutschland sei der zweitwichtigste Markt. Einst habe das Hotel mit Preislisten gearbeitet. Heute werden die Tarife dynamisch nach Angebot und Nachfrage angepasst. Die Planung erfordere eine enorme Flexibilität, weil man wenige Tage im Voraus nicht wisse, ob es bei der Auslastung bleibt. «Ich sehe das als Herausforderung. Wenn wir sie gemeinsam meistern, können wir uns auf die Schultern klopfen.»

Die neue Lust auf Nüchternheit

Gin bleibt in – neuerdings ohne Alkohol. Die Grundidee ist dieselbe: Man destilliert Wasser und versetzt es dabei mit «Botanicals», also mit für Gin üblichen Kräutern. Wie beliebt sind alkoholfreie Spirituosen bei Barbesuchern?

TEXT MICHAEL D. MERZ

Verwunderlich ist es schon, dass es so viele ginartige Sorten ohne Alkohol gibt. Obwohl der Trend zu nicht alkoholischen Mocktails schon eine Weile andauert, hinkt der Vergleich von Gin und alkoholfreiem Gin. Gin ohne Alkohol ist nämlich gar nicht rechtens. Er muss von Gesetz wegen einen Mindestalkoholgehalt aufweisen. Daher bezeichnen Getränkehersteller ihre nullprozentigen Spirituosen als «Botanicals», war als Überbegriff der für die im Gin eingesetzten pflanzlichen Rohstoffe dient (etwa Wacholder, Angelika- oder Iriswurzel, Ingwer, Fenchel, Birkenrinde). Weshalb «alkoholfreier» Gin zum gleichen Preis wie edle Tropfen verkauft wird, begründen sie damit, dass das Produktionsverfahren anspruchsvoller sei, wenn der Alkohol als Geschmacks-träger wegfällt.

Cocktails mit möglichst null Prozent werden aber immer beliebter. Denn die bisherigen Sorten, die man für Drinks verwendet, werden durch sensorisch facettenreiche, raffiniert süsse Sorten erweitert. Sie überzeugen achtsame, auf Alkohol verzichtende Gäste und Genieser: «Seit drei Jahren steigt der Umsatz an alkoholfreien Alternativen bei uns in der Bar stetig an», meint Dirk Hany (38), Vorstandsmitglied GastroZürich-City und Barbetreiber der Bar am Wasser in Zürich. «Im Vergleich zum Anfang, wo wir nicht explizit auf unsere Mocktails hingewiesen haben, macht der Jahresabsatz an Botanicals bereits 7 Prozent oder plus 5 Prozent gegenüber 2020 aus.»

10 Prozent der Cocktails ohne Alkohol
Der Vertrieb von Spirituosen ohne Alkohol ist mehr als ein lauer Trend. Der

Pro-Kopf-Konsum lag um 1900 noch bei 17 Litern Reinalkohol, während er heute laut dem Verband Spirit Suisse unter 8 Litern liegt. Das gestiegene Gesundheitsbewusstsein dürfte der Hauptgrund sein. Vereinzelt offerieren erste Stadtbetriebe wie die Bar am Wasser Ginalternativen. «Früher war man sehr stolz, einen Monat auf Alkohol verzichten zu können», erklärt Dirk Hany, Barkeeper des Jahres 2020, «heute machen das Frauen wie Männer, meist vor und nach grossen Festtagen, aus Eigeninitiative.»



Dirk Hany, der Inhaber der Zürcher Bar am Wasser und Barkeeper des Jahres 2020: «Seit drei Jahren steigt der Umsatz an alkoholfreien Alternativen bei uns in der Bar stetig an.»

Einer von zehn Cocktails wird in Hany's In-Bar ohne Alkohol zubereitet. Besonders Männer würden mehr über ihren bewussten Verzicht sprechen. «Sie sind wirklich stolz darauf, vor allem, wenn sie in Gastronomiekreisen tätig sind.»

Ginprodukte werden milder

Gibt es denn noch den Unterschied zwischen den alten «Wilden» und den jungen «Milden» unter Ginkonsumenten? Peter Jauch (45), Autor von «Gin – Das Buch», ISW-Juror und Festivalorganisator, meint: «Das denke ich weniger, auch wenn in den letzten Jahren Ginprodukte im Geschmack milder wurden. Es kommen sowohl wacholderlastige wie auch neuartige Gins auf.» Dies habe auch damit zu tun, dass führende Getränkehersteller auf noch mehr Umsatz schielen. So setzt beispielsweise Coca-Cola mit der Linie Bar None auf hippe, alkoholfreie Drinks. Viele Traditionsmarken, so auch Jsotta mit Sitz in Winterthur, wollen den Markt mit alkoholfreien Aperitifs im Wermutstil erobern. Jsotta, seit 1899 etabliert, wird vom Familienunternehmen Lateltin mit Jsotta Senza weiterentwickelt. Ebenso ist ihr alkoholfreier Gin Ginuine seit fünf Jahren auf dem Markt.

«Ob Gin Tonic oder London Mule, per sofort können Sie Ihren Lieblingsdrink auch ohne Alkohol geniessen», heisst es auch bei der Destillerie Studer in Escholzmatt LU, die den alkoholfreien «Swiss Highland naturally Oni» produziert. Neben alkoholfreiem Bier, Wein, Rum oder Sekt entdeckt man also immer

öfter diese mit Gin leicht verwechselbaren «Botanicals» in den Regalen.

Hinkt der Vergleich zwischen Gin und prozentfreien Spirituosen? Die Gründer des Zürcher Start-ups Rebels o.o%, deren Markenbotschafter Dirk Hany ist, argumentieren: «Es ging nie darum, gegen Alkohol zu sein, sondern darum, in Momenten, in denen man nüchtern bleiben möchte, eine andere Wahl zu haben.» Trotzdem gebe es noch immer kaum echte Alternativen zu lang-

weiligem Wasser, zuckerhaltigen Limonaden oder kalorienreichen Mocktails.

Bei den vielen ginartigen «Botanicals» geht es also um diverse Vorteile: um eine gesunde, aber perfekte Alternative zu Gin, und dies, so ist auf Foren zu lesen, sollte auch Barbetreiber interessieren, da man an diesem Kultgetränk tatsächlich fast alles variieren und an hochprozentigen Alkohol auslassen kann. Ihr Slogan: «Freeing the Spirit of Spirits».

TROCKEN BLEIBEN IM «DRY JANUARY»

Der «Dry January» (übersetzt: trockener Januar) beruht auf einer Gesundheitskampagne von 2014 aus Grossbritannien, die dazu aufruft, ab Neujahr für 30 Tage auf jeglichen Alkohol zu verzichten. Die Schweizer Kampagne ist in der Westschweiz (62 Prozent) deutlich bekannter als in der Deutschschweiz (41 Prozent). Jeder zweite Westschweizer hat im Januar 2021 wegen der Pandemie weniger Alkohol als sonst getrunken. In der Deutschschweiz ist es nur jeder Dritte (34 Prozent). Landesweit trinken 38 Prozent weniger und 13 Prozent mehr Alkohol im Januar als zu gewöhnlichen Zeiten, heisst es beim Blauen Kreuz Schweiz. Drei von vier Schweizern (77 Prozent) könnten sich vorstellen, einen Januar lang auf Alkohol zu verzichten. Dies hätte auch einen grossen Einfluss aufs Suchtverhalten beziehungsweise auf das Gesundheitsbewusstsein von Konsumentinnen und Konsumenten – übers ganze Jahr verteilt. www.dryjanuary.ch



Immer mehr Getränkehersteller wie das Familienunternehmen Lateltin aus Winterthur ZH entwickeln neue alkoholfreie Aperitifs, die in der Branche vermehrt nachgefragt werden.