

## Inhaltsverzeichnis

- [Kuhdorf. Hotelstadt. Zweitwohnungshochburg](#)
  - [St. Moritz zwischen Stadt und Berg: Eine Spurensicherung](#)
  - [Lernen von St. Moritz](#)
  - [Bad, Dorf, Marke – die multiple Identität](#)
  - [Kuhdorf. Hotelstadt. Zweitwohnungshochburg](#)
  - [Zwischen Stadt und Berg – ein urbanes Versprechen](#)
  - [Anmerkungen](#)
  - [Mehr zum Forschungsprojekt](#)
  - [Bildnachweis](#)
  - [Zu den Autoren](#)
  - [Résumé](#)
  - [Riassunto](#)

# Kuhdorf. Hotelstadt. Zweitwohnungshochburg

## St. Moritz zwischen Stadt und Berg: Eine Spurensicherung

St. Moritz haben die Touristiker über Jahrzehnte als *Top of the World* verkauft und zur Marke gemacht. Der Name verleiht Bordeaux-Weinen und Badeessenzen, Champagner und Automarken seinen Nimbus. Dabei klaffen Schein und Sein in der gebauten Realität weit auseinander. Eine Spurensicherung im Dazwischen findet Originäres und entwirft Ansätze für ein neues Zusammen.

Die Alpen haben Konjunktur, sowohl ideell wie materiell. In Zeitschriften zum schöneren Wohnen lässt sich die Stilisierung des Alpenchics an der Anzahl Kuhfelle und Hirschgeweihe ablesen, umtriebige Hoteliers bieten Vernakuläres und quartieren verwöhnte Gäste in Alphütten(1) ein, Jungschriftsteller beschwören das Sennenleben, Schwingen ist kinoreif. Wer aber das idyllische Bild der Alpen mit Ökonomie kurzschliesst, wie es die Kategorisierung in Resorts und Brachen<sup>2</sup> des ETH Studios Basel unternimmt, provoziert. Dies erstaunt insofern, als das touristische Dilemma, das Hans Magnus Enzensberger bereits Ende der 1950er Jahre(3) auf den Punkt gebracht hat, hinlänglich bekannt ist: Die Touristen sehnen sich nach unberührter Natur, motivieren und verlangen gleichzeitig den Ausbau der Infrastruktur und zerstören damit, was sie begehren, während die weitgehend intakten Landstriche durch Überalterung und Abwanderung verganden. Für eine begehrens-werte Landschaft wie das Oberengadin heisst dies, dass sich die Immobilienpreise allein in den letzten zehn Jahren verdoppelt haben und das Tal zwar weniger als 17 000 ständige Bewohner zählt, die Infrastruktur jedoch auf ein Vielfaches ausgelegt ist. Selbst die

lokale Tourismusorganisation sieht sich genötigt, zwischen den systembedingten Widersprüchen zu vermitteln, und findet die Schnittmenge von «ursprünglich» und «unternehmerisch» in der «Weltgewandtheit».(4) Dabei lässt die Marke den gebauten und gelebten Ort gleichsam verschwinden: Nicht nur unbedarfte Zaungäste der Zwischensaison wundern sich, wo denn das Zentrum zu finden sei, während sie durchs Zentrum irren auf der fadenscheinigen Suche nach dem Nimbus des Kurorts. Dem Alpinen als Lifestyle, Resort und Marke (Abb. 1) gemeinsam aber ist das Ungefähre.

Die Alpen, eine Talschaft, ein Kurort bleiben Sehnsuchts-, Projektions- oder Potentialraum und damit eine imaginäre Topographie von Gemeinplätzen. Diesem zeitgeistigen Bohren von weit her und Visionieren nach fern hin soll im Folgenden die Auseinandersetzung mit dem konkreten Ort und dessen Oberflächenlektüre entgegengesetzt werden. Entziffert werden soll das Alltägliche, Unspektakuläre, Spezifische. Dieses semiologische Abenteuer(5) versteht sich als Zusammenschau von Kulturgeschichte und Architektur, von Analyse und interpretierender Setzung und basiert auf der Forschungsarbeit *St. Moritz: Stadt und Berg*,(6) deren ersten Zwischenbericht die Autoren 2008 mit Unterstützung des Instituts für Kulturforschung Graubünden und des Amts für Raumentwicklung GR vorgelegt haben.

## Lernen von St. Moritz

Dass sich Architekten mit ihrem Skizzenblock aufmachen, um eine Stadt sehen und verstehen zu lernen, hat eine lange Tradition. Rom etwa forderte die Architekten über Jahrhunderte zum Lesen der gebauten Geschichte heraus. Robert Venturi bezeugt in seinem Buch *Komplexität und Widerspruch*(7) eindrücklich, welch innovatives und unerschöpfliches Potential der präzisen Lektüre noch für das ausgehende 20. Jahrhundert eignet. Ermuntert vom Erfolg mit dem bedeutungsschweren Rom, hat er sich mit seinen Kollegen und Studenten später an die scheinbar banale Wüstenstadt Las Vegas herangemacht und aus der spezifischen Lektüre eine Syntax architektonischer Kommunikationsfähigkeit entworfen,(8) die nicht weniger erkenntnis- und einflussreich für die Debatte der Perzeption von Architektur war. In Anlehnung hierzu lesen wir St. Moritz als gebaute Illusion aus Hedonismus, Luxus, Spiel und Vergnügen. Denn wie kein anderer Ort im alpinen Raum steht St. Moritz nicht nur exemplarisch für die Industrialisierung der Berge durch die touristische Erschliessung, sondern vor allem auch für deren Aura zwischen Banalität und Originalität, Leere und Exzess.

Einen Ort lesen bedeutet mehr, als das Äussere eines Hauses stilgeschichtlich zu entziffern und es im Katalog der Eitelkeiten als das Meisterwerk eines namhaften Architekten abzuheften. Einen Ort lesen heisst, eingedenk zu sein, dass er sich über soziales Handeln immer wieder neu konstituiert. So spielt St. Moritz während der Zwischensaison, wenn die Ladenlokale leergeräumt und mit Tüchern verhangen sind und das ganze Dorf in tollkühnem Eifer für den nächsten Auftritt umgebaut wird (Abb. 2), eine ganz andere Rolle, als wenn der Schnee den dispersen Bauten in ihrer monoprogrammatischen Zuspitzung auf das touristische Geschäft hin ein Gemeinsames auferlegt und die Menschen dicht an dicht durch die Gassen stapfen, als wären es Laufstege. Die Eigenheiten des Saisonbetriebs zu beschreiben, die den verschlafenen Ort zum Zentrum mondänen Lebens machen und vice versa, verlangt nach einer Nahsicht der Dinge, einem Sichaussetzen. Dieses Inmittensein heisst flanieren, sich im Raum bewegen und die Umgebung sinnlich erfahren. Im Zufall eines Details, im Entziffern des Hier und Jetzt, gilt es Dinge zu entdecken, die über den Augenblick hinaus Gültigkeit beanspruchen und doch aus diesem gespeist werden. Was der Flaneur der Gegenwart auf seinen Streifzügen nicht mehr am eigenen Leib erfahren kann, versucht er in Wort und Bild, genauer in Zitat und fotografischem Erbe, aufzuspüren, wissend, dass die sinnstiftende Lektüre immer nach Übersetzung verlangt und man damit Wirklichkeiten entwirft – der Plural verweist auf den Einfluss der Wahrnehmungsmodi – und nicht Realität feststellt.

Die weiteren «Bauglieder» dieser Re-Konstruktion eines Kurorts – schon Walter Benjamin stellte sich beim Entziffern von Paris als Hauptstadt des 19. Jahrhunderts die Aufgabe, «die grossen Konstruktionen aus kleinsten, scharf und schneidend konfektionierten Baugliedern zu errichten»<sup>(9)</sup> – setzen sich aus Karten, Schwarzplan und Schnitt zusammen. Dabei abstrahiert die Karte die komplexe Realität, eröffnet einen Anschauungsraum und erlaubt so, Überblick zu gewinnen. Der Schwarzplan seinerseits als Motor des Städtebaus hebt die schwarze Figur auf weissen Grund und macht damit ihre räumliche Disposition, Nachbarschaften und Lagerungsverhältnisse auf einen Blick zwischen Leer und Voll sichtbar, während der Schnitt die Topographie ins Spiel bringt und Stadt und Berg in gegenseitiger Abhängigkeit entwirft.

## **Bad, Dorf, Marke - die multiple Identität**

Im Folgenden soll versucht werden, aus zahlreichen Einzelbeobachtungen eine mögliche Konstruktion des Ganzen anzudeuten. So legt die Karte von 1876 (Abb. 3) erstmals in aller Deutlichkeit den doppelten Ursprung von St. Moritz als Kurort offen: die Neugründung der Hotelstadt in der Ebene beim See und das Dorf am sonnig aussichtsreichen Hang.

*In St. Moritz Bad*, das seine Existenz der Quelle verdankt und seit den 1850er Jahren mit dem alten und neuen Kurhaus mit Wandelhalle (1864), Hotel Victoria (1875) und Du Lac (1875)<sup>(10)</sup> bei der Innmündung als eigentliche Stadtgründung *ex novo* entstanden ist, sind die einzelnen Gebäude über Sicht- und Bewegungsachsen nach allgemein anerkannten Prinzipien des Städtischen über den gemeinsamen öffentlichen Raum, den Kurpark, miteinander verbunden. Die Komposition betont die kosmopolitische Herkunft, die sich in der Ebene des Inns der Bergwelt und den natürlichen Gegebenheiten entgegensetzt. Und also flanierte eine verwöhnte Gästeschaft zur Sommerfrische, wie sie es von Monaco, Baden-Baden oder Marienbad her gewohnt war, und kurte. Mit der Errichtung des Bäderkomplexes im Tal des Inns wurde ein Stück europäische Stadt als gesellschaftlicher Schauplatz in die Bergwelt importiert. Die Anlagen, die im Winter im tiefen Schatten des Bergs lagen, waren ganz auf die Sommersaison ausgerichtet (Abb. 4).

*St. Moritz Dorf* dagegen entwickelte sich nach 1880 *trans substantiam* aus dem Vorhandenen heraus zur Hochburg des Wintersports. Entsprechend wuchsen die Hotels bis 1905 hauptsächlich aus alten, auf den Strassenraum ausgerichteten Bauernhäusern oder einfachen Pensionen<sup>(11)</sup> und beginnen sich zugleich aus der dörflichen Fügung eines nachbarlichen Gegenübers abzuwenden, um sich nach der Aussicht zu drehen und in einer Art Arena des Ausblicks zu vergesellschaften. Ein sprechendes Beispiel hierzu stellt die Entwicklung der Pension Veraguth dar, die als Poststation bis kurz nach 1900 auf die Strasse und das Dorf hin orientiert war, um dann innerhalb der Transformation zum Hotel durch den Architekten Karl Koller die Hauptfront mit einer Neuinterpretation des Erkers als Lichtfänger und Aussichtsplatz (Abb. 5) dem See zuzuwenden, während der Umbau zur Zweitwohnungsresidenz Posthaus durch Lord Norman Foster 2005 dieses Motiv gewissermassen als Emblem einer privatisierten Aussicht fassadendominant überhöht.

Dieses Beispiel zeigt deutlich, wie die touristische Nutzung Städtebau und Architektur eines Kurorts zu durchdringen vermag und letztlich der Mangel an gelebter Öffentlichkeit vor Ort durch die Marke und deren Prestige in *fictione* kompensiert wird.

## **Kuhdorf. Hotelstadt. Zweitwohnungshochburg**

Die Karte von 1914 (Abb. 6) zeigt St. Moritz als Hotelstadt. Das Dorf, das sich dreissig Jahre zuvor noch beschaulich ausnahm, ein Kuhdorf verglichen mit dem einstigen Hauptort Zuoz, existiert nicht mehr, wie der Journalist Diego Angeli in einem Artikel von 1907 festhält, was bleibe, sei eine «monströse Agglomeration aus Hotels, Gasthäusern und Pensionen».<sup>(12)</sup> Tatsächlich wurde St.

Moritz Dorf nach 1905 zum Schauplatz eines eigentlichen Hotelbaubooms, die sogenannte «Fremdenindustrie» florierte, die winterliche Landschaft wurde als grenzenloser Playground dargestellt. Als im Sommer 1914 der Erste Weltkrieg ausbrach und die lokale Presse in Zusammenhang mit diesem Ereignis euphemistisch das Ende der Saison bekanntgab, sah sich der letzte grosse Hotelbau, das Carlton, bereits nach einem knappen halben Jahr gezwungen, seine luxuriösen Pforten wieder zu schliessen.

Bei den Hotelneubauten nach 1905 wird die maximale Aussicht, die sich die dem Kontext erwachsenen Hotels erst schrittweise erobern mussten, zum alles bestimmenden ortsbaulichen Prinzip: Als das von Karl Koller erbaute Grand Hotel im Dezember 1905 eröffnet, wirbt ein Handzettel mit den «grossartigen Gesellschaftsräumen mit Aussicht auf See und Gebirge». Für die englische Bergsteigerin und Autorin Elizabeth Main, «St. Moritzer» der ersten Stunde und seit den 1880er Jahren über lange Zeit beinahe ständige Bewohnerin des Kulm Hotels in St. Moritz, ist das Grand Hotel der Stein des Anstosses. In ihrem Engadinroman schreibt sie: «Vom Bahnhof beim Seeufer gelegen, welches jetzt mit einem dichten Wald von Eisblumen bedeckt war, wuchsen Stufe um Stufe grossartige Gebäude den Hügel hinan. Es erstaunt nicht, dass jene, die St. Moritz noch vor einigen Jahren kannten, diese Felsen aus Backstein und Mörtel bedauern, welche nun bedecken, was einst freies Land war. Vierzehn Stockwerke graues Mauerwerk! Wirklich – das Grand Hotel ist solch ein unliebsames Objekt, wie es nur ein moderner Architekt entwerfen kann! Heiter über allem aber steht immer noch das alte Kulm, abgesehen von einigen Verbesserungen, äusserlich vielleicht der am wenigsten veränderte Ort in ganz St. Moritz.»(13) Elizabeth Main beschreibt hier vielleicht erstmals in dieser Deutlichkeit das formale Prinzip des Panoramakasinos, das sich Stufe um Stufe über dem See als seinem Mittelpunkt erhebt. Zugleich formuliert sie die Problematik dieser Anordnung: Jedes Hotel beansprucht für sich freie Sicht und erhebt sich deshalb über den Vorbau, um diesen gleichsam auszublenden. Trotz der Dichte der Bebauung, die sich der ursprünglichen Anlage des Dorfs wie später auch dem Wunsch verdankt, den See als zentralen Bezugspunkt herauszuarbeiten (Abb. 7) und damit zum Zentrum touristischer Sehnsucht zu machen, wird das gebaute Gegenüber nicht als Nachbar im Schaffen eines städtischen Raums erkannt, sondern als Konkurrenz in Bezug auf das Privileg des freien Blicks in die Landschaft. Im gleichen Mass, wie der öffentliche Raum vernachlässigt wird, wird der Blick privatisiert. Denn die Inszenierung des Sehens wendet sich bewusst vom öffentlich Sichtbaren ab.(14)

Das hedonistische Beschauen von Landschaft und Berg wird in der Folge zum Motor einer städtebaulichen Entwicklung. So gebiert die Anordnung und Ausrichtung nach dem Ausblick einen Typus, der den Kurort St. Moritz einem bemerkenswert leistungs- und widerstandsfähigen Fügungssystem unterwirft, das sich eindrücklich als *Arena der Szene(n)* im Schnitt manifestiert (Abb. 8). Dabei würde der Vorschlag, die Baulinie jenem Sichtbogen anzupassen, den die grossen Hotelbauten vom einstigen Hotel Chantarella(15)

– ehemalige Stadtkrone des Kurorts – bis hinab zum Badrutt's Palace ziehen, der Geschichte und Spezifik des Orts wie auch der Topographie Rechnung tragen, während die heute geltenden Vorschriften einer «Verhüselung» Vorschub leisten, die peinlich verniedlicht und ländlich agiert, wo sich Stadt längst ereignet (Abb. 9). Diese Furcht vor der Stadt, die zu vertuschen sucht, was St. Moritz vor 100 Jahren so einmalig gemacht hat, schreibt sich erstmals auf der Karte (Abb. 10) von 1956 ein. Hier wird der Wunsch nach dem eigenen Heim ablesbar. Es ist die Zeit, als Architekten, Kunsthistoriker und Soziologen die überkommenen Grandhotels als «Parvenüarchitektur» und «Vernügunskaserne» verunglimpfen,(16) eine Rückkehr zu demokratischen Formen und Natur propagieren und in St. Moritz die Waldsiedlung Suvretta entsteht, die Eigenheime am Brattashang nach Chantarella hochwachsen und ein Häuserkranz das östliche Seeufer besetzt. Man verabschiedet sich vom Grandhotel als einer hochverdichteten Form von Stadt im Dorf und befördert den Traum vom lauschigen Ferienhäuschen, das in seiner undifferenzierten,

raumfressenden Ausbreitung die begehrten Alpenräume zu einer einzigen Agglomeration macht und das Dorf erneut der Stadt überstülpt.

Die Konjunktur des Zweitheims in den Bergen ist seit den letzten fünfundsiebenzig Jahren ungebrochen, zusätzlich gefördert durch die Mitte der 1960er Jahre gesetzlich eingeführte Möglichkeit, Stockwerkeigentum zu erwerben, und angekurbelt durch eine Ökonomie, die den Besitz von Wohnraum in St. Moritz wie im ganzen Engadin zur sichersten Kapitalanlage mit fabelhaften Gewinnchancen macht. So läuft die einstige Hotelstadt, wie die Karte 2009 (Abb. 11) zeigt, Gefahr, zur Zweitwohnungshochburg zu werden. Bereits 2003 konstatierte die *Engadiner Post*: «39 Hotels sind in St. Moritz seit dem Beginn des Zweiten Weltkriegs von der Bildfläche verschwunden.» Seither sind unter anderen mit dem Posthotel und Albana zwei weitere renommierte Häuser zu Zweitwohnungen umgebaut worden. Dass das Hotelsterben den Kurort im Kern bedroht, haben inzwischen auch die Gemeindepolitiker erkannt und im Dezember 2010 über das ganze Gemeindegebiet von St. Moritz in Sachen Zweitwohnungsbau eine Planungszone erlassen.

## Zwischen Stadt und Berg - ein urbanes Versprechen

Planungszonen erlauben Denkpausen, fordern nach einem Leitbild, einer Bebauungsstrategie für die Zukunft, die aus der Vergangenheit schöpft und damit Identität stiftet (Abb. 12). Die im Rahmen eines solchen Leitbilds zu erörternden Fragestellungen – jenseits von Architektur und Form – sind alleine schon vor dem Hintergrund des Hotelbettensterbens, der Zweitwohnungsentwicklung und deren Kontingentierung bzw. einer möglichen Plafonierung äusserst komplex. Trotzdem oder gerade deshalb erscheint es wichtig, erst städtebaulich zu agieren, bevor Weitblick in den Wogen einer Unmenge von Reglementierungen und Gesetzestexten zu ertrinken und auf den Grund der Bedeutungslosigkeit von Partikulärinteressen abzusinken droht. Eine starke und überzeugende Architektur steht zwingend am Anfang und nicht am Ende des Prozesses.

Wer von St. Moritz und seiner Geschichte für die Zukunft des Orts und dessen Identität lernen will, muss den Bebauungskörper in seiner Gesamtheit überblicken. Denn die Addition womöglich redlicher, aber in ihrer auf sich bezogenen Individualität vom Ort des Geschehens abgewandter und insofern beziehungsarmer Architekturen spiegelt allzu oft die Sehnsucht nach der ländlich grünen Wiese innerhalb eines Orts, dessen Komplexität und Dichte seit über hundert Jahren Stadt schreibt. Das heute oft chaotisch anmutende Erscheinungsbild von St. Moritz, die scheinbar willenslose Verstädterung kann, gestärkt durch die Lektüre am historischen Material, positiv als Vorstufe von Stadt begriffen und nicht als Verlust von Ländlichkeit betrauert werden. So sollte es in Zukunft darum gehen, sämtliche planerischen Bemühungen konsequent nach dem *Recht auf Stadt* auszurichten. Dazu gehört, dass das unübersichtliche Gewirr des gemeinhin gebauten Gemenges Gestalt annehmen kann und zu der mit der touristischen Entwicklung Schritt haltenden spezifischen Form findet.

Über die Lektüre historischer Entwicklungen – erst die massgebenden Prinzipien von *ex novo*, *trans substantiam* und *in fictione* in Zusammenschau schärfen das Bild – lassen sich Potentialräume herauschälen, die durch Akzentuierung, Überhöhung und Verdichtung des Bestands die einzelnen Teile zum neuen Ganzen des zukünftigen St. Moritz fügen. Das urbane Versprechen dieser Interventionen basiert auf dem von Livio Vacchini entworfenen Denkbild, wonach Städtebau wie ein gezielter Kugelstoss in einem Bocciaspiel die Konstellation radikal ändern kann und hierdurch neue Nachbarschaften und Bezüge erkennen lässt. Auch über den Ort hinaus würde die Konzeption von St. Moritz als Stadt aus dem gewachsenen Potential heraus die Konstellation radikal ändern: Ein starkes und dichtes Zentrum nimmt den Druck von den umliegenden Gemeinden und hält der egalisierenden Tendenz des Tourismus Identität entgegen, auf dass Schein und Sein wieder zusammenrücken.

# Anmerkungen

- 1 So etwa das Maiensässshotel Guardaval auf der Lenzerheide, es bietet 4-Sterne-Komfort im Stall.
- 2 Vgl. hierzu ETH Studio Basel (Hrsg.). *Die Schweiz – Ein städtebauliches Portrait*. 3. Bde. Basel 2005.
- 3 Vgl. hierzu: Hans Magnus Enzensberger. *Eine Theorie des Tourismus* (1958). In: ders. Einzelheiten I. Bewusstseins-Industrie. Frankfurt a.M. 2010. S. 179–205.
- 4 Siehe Engadin St. Moritz. Geschäftsbericht 2010, S. 18.
- 5 Die Wendung verweist auf die gleichnamige Publikation des französischen Semiotikers Roland Barthes, die unter dem Titel «Das Semiologische Abenteuer» 1988 ins Deutsche übertragen wurde.
- 6 Publiziert unter [www.scenarena.com](http://www.scenarena.com).
- 7 «Komplexität und Widerspruch» erschien im englischen Original erstmals 1966: Robert Venturi. *Complexity and Contradiction in Architecture*. 1966.
- 8 Vgl. Robert Venturi, Denise Scott Brown, Steven Izenour. *Learning from Las Vegas*. 1972.
- 9 Walter Benjamin. *Das Passagen-Werk*. Gesammelte Schriften Band V.1 und V.2. Herausgegeben von Rolf Tiedemann. Frankfurt a.M. 1982. N 2,6, S. 575.
- 10 Das Hotel Du Lac, 1874/75 von Nicolaus Hartmann sen. erbaut, wurde 1974 abgebrochen.
- 11 Für diese schrittweise Entwicklung des Grandhotels stehen in St. Moritz die folgenden Bauten: Das Hotel Albana war 1880 aus einem bäuerlichen Stammhaus zu einer Fremdenpension erweitert und 1907/08 durch den Architekten Nicolaus Hartmann jun. zum Hotel ausgebaut worden. Das Hotel Eden wurde in drei Etappen vom Bauernhaus zum Hotel umgebaut. Das Hotel Steffani hatte sich nach 1870 aus einer schlichten Villa im Neurenaissancestil zu einem Hotelkonglomerat entwickelt, während das Kulm Hotel in zahlreichen Etappen von der schlichten Pension zum Grandhotel ausgebaut wurde. (Vgl. Isabelle Rucki. *Das Hotel in den Alpen. Die Geschichte der Oberengadiner Hotelarchitektur von 1860 bis 1914*. Zürich 1989, S. 185–212).
- 12 Diego Angeli. *A St. Moritz, la città di tutte le eleganze. Impressioni di St. Moritz*. 21 Agosto 1907. Giorn. d'Italia. Abgedruckt in «Engadin Express & Alpine Post», Samaden, Dienstag, 3. September 1907 (Übersetzung aus dem Italienischen von Cordula Seger).
- 13 Elizabeth Main. *The story of an Alpine winter*. London 1907 (Übersetzung aus dem Englischen von Cordula Seger).
- 14 Dieses Prinzip kulminiert heute darin, dass es als eines der grössten Privilegien erscheint, selbst unsichtbar in der privaten Wohnung den Blick in die Landschaft zu erheben und sich dennoch als Teil der Gesellschaft zu fühlen.
- 15 Das 1912 vom Luzerner Architekten Emil Vogt erbaute Hotel Chantarella wurde 2001 abgerissen.
- 16 Siehe hierzu: Cordula Seger. *Grand Hotel – Schauplatz der Literatur*. Köln, Wien 2005.

# Mehr zum Forschungsprojekt

«St. Moritz: Stadt und Berg» unter

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

## Bildnachweis

Alle historischen Bilder: Dokumentationsbibliothek St. Moritz

Karten und Schnitt: Christoph Sauter, Architekten AG, St. Moritz

## Zu den Autoren

Dr. phil. Cordula Seger ist Kulturwissenschaftlerin, forscht und publiziert zu den Themen Architektur, Kunst und Literatur und ist unter anderem Lehrbeauftragte an der Universität Wien.

Kontakt: [cordula.seger@bluewin.ch](mailto:cordula.seger@bluewin.ch)

Christoph Sauter, dipl. Arch. ETH, führt seit 2004 sein eigenes Architekturbüro in St. Moritz und beschäftigt sich neben anderem in Forschung und Praxis mit dem Thema Bauen für den Tourismus.

Kontakt: [sauter@christophsauter.com](mailto:sauter@christophsauter.com)

## Résumé

Saint-Moritz entre ville et montagne: à la recherche de traces

Saint-Moritz sert ici d'exemple pour montrer comment le tourisme a, durant les 150 dernières années, transformé l'environnement bâti dans l'un des paysages alpins les plus recherchés, et quelles conclusions l'on peut en tirer pour une stratégie d'urbanisation qui tienne compte des spécificités du lieu. Il en ressort qu'avant 1914, l'ancien village de Saint-Moritz disparaît complètement derrière la ville hôtelière mondaine, alors que dans les années 1950, la nostalgie d'une véritable expérience de la nature dans de petites maisons de vacances isolées conduit à renouer avec l'idylle de la campagne et à couvrir le paysage d'un tapis de maisons individuelles. Saint-Moritz perd ainsi son caractère spécifique, tout comme les villages environnants qui aujourd'hui disparaissent le plus souvent derrière une ceinture de résidences secondaires de style néo engadinois. Le fossé qui s'ouvre entre la réalité bâtie et l'imaginaire de la marque internationale qu'est Saint-Moritz ne pourra se refermer que lorsque l'on cessera de «jouer au village» et que l'on continuera de construire le lieu selon son histoire spécifique, en lui accordant le droit d'être une ville.

## Riassunto

St. Moritz tra città e montagna: una ricognizione

In base all'esempio di St. Moritz, il contributo si propone di esaminare come nel corso degli ultimi 150 anni il turismo abbia inciso sull'ambiente costruito di un paesaggio alpino tra i più seducenti e quali conclusioni se ne possano trarre per future strategie edilizie per siti specifici. Dallo studio si evince che prima del 1914 l'antico villaggio di St. Moritz era rimasto completamente nell'ombra della mondana «città alberghiera», mentre negli anni 1950-60 il desiderio di un'esperienza autentica

della natura in una casa di vacanza indipendente portò alla riscoperta dell'idillio rurale e quindi all'edificazione a tappeto del paesaggio con edifici residenziali. Analogamente ai villaggi confinanti, che oggi spariscono perlopiù dietro una spessa cintura di abitazioni secondarie in stile neo-engadinese, St. Moritz ha perso il suo carattere distintivo. L'abisso che si apre tra la realtà costruita e lo spazio immaginario evocato dal marchio internazionale «St. Moritz» può essere colmato solo abbandonando l'idea del villaggio e sviluppando ulteriormente la storia specifica del luogo nella prospettiva della rivendicazione di una dimensione cittadina.

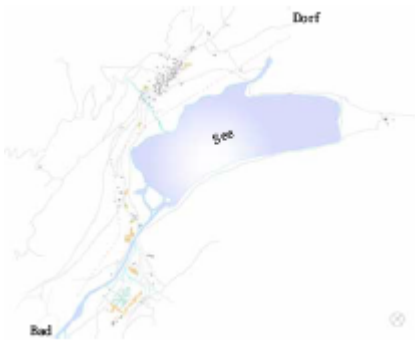


**Abb. 1:** Die Marke St. Moritz als Marketinginstrument





**Abb. 2:** Der Schulhausplatz von St. Moritz Dorf im Frühling 2011: Der Baggerzahn der Zwischensaison schlägt erneut zu. Foto Michael Peuckert



**Abb. 3:** St. Moritz, Karte 1876



*Einst und heute im Vergleich: Historisch: Der Kurbadkomplex um 1905...*



**Aktuell:** Rückbau des Hallenbads vor dem ehemaligen Hotel National, ein klassizistischer Bau von 1895, heute Zweitwohnungsresidenz: 2011 weist im Bad kaum mehr etwas darauf hin, dass die touristischen Anfänge von St. Moritz auf die schon von Paracelsus gerühmte Quelle zurückgehen. Wasser quillt vor allem aus den Trümmern des im Herbst 2010 abgebrochenen Hallenbads. Der Neubau lässt auf sich warten. Foto Michael Peuckert



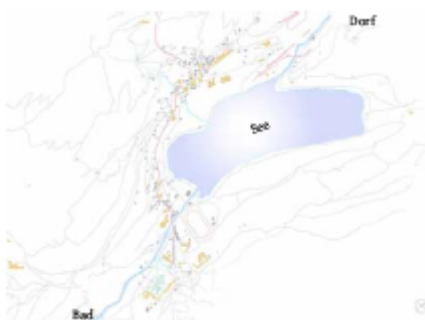
Hotel Post Veraguth vor 1900 (oben)



*Neues Posthotel nach 1908*



*Posthaus, Teil der Zweitwohnungsresidenz «The Murezzan», aktueller Zustand 2011. Foto Michael Peuckert*

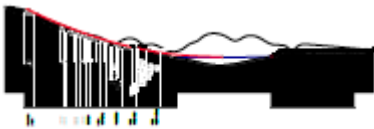




**Abb. 6:** St. Moritz, Karte 1914



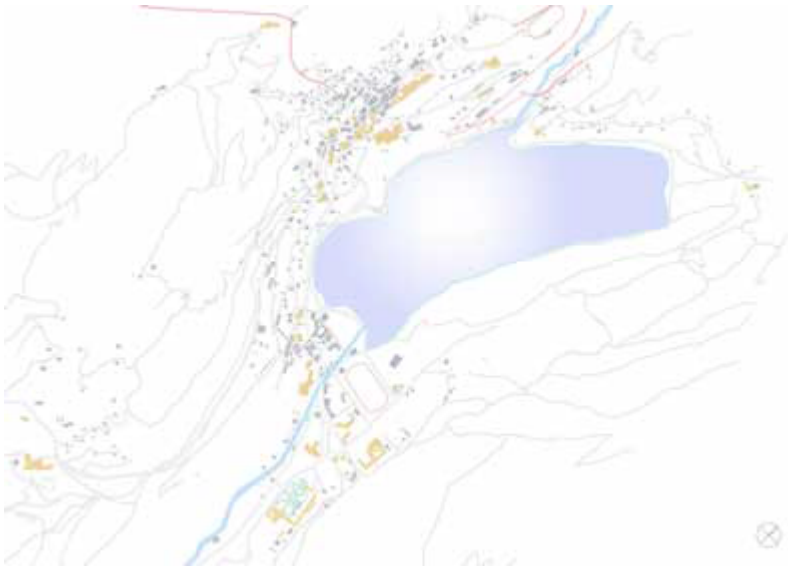
**Abb. 7:** Die Inszenierung der Aussicht: Grandhotels in St. Moritz Dorf, Aufnahme von 1928



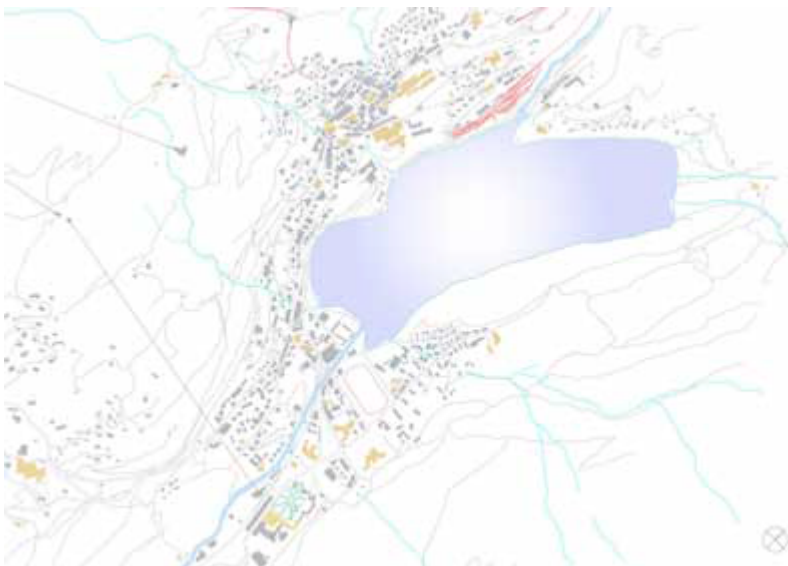
**Abb. 8:** Schnitt von der Bergstation bis zum Badrutt's Palace, dabei folgt die vorgeschlagene Baulinie dem Sichtbogen



**Abb. 9:** Unterhalb des über die Jahre gewachsenen Panoramakasinos des Badrutt's Palace agieren die Zweitwohnungshäuser im Neo-Engadiner-Stil massstabslos und ortsfremd. Foto Michael Peuckert



**Abb. 10:** St. Moritz, Karte 1956



**Abb. 11:** St. Moritz, Karte 2009



**Abb. 12:** Potentialraum Polowiese in St. Moritz Bad und im Rückspiegel die Geschichte, hier die Katholische Kirche von Nikolaus Hartmann sen., eine frühe touristische Infrastruktur. Foto Michael Peuckert