

HANSPETER DANUSER / Der Kurdirektor von St. Moritz ist vom Projekt «Clean Energy» restlos überzeugt.

INTERVIEW: UELI HANDSCHIN

«Wir schaffen den Spagat»

■ Herr Danuser, St. Moritz will auch im Bereich erneuerbare Energien «top of the world» werden. Warum wollen Sie sich gerade jetzt mit Solarstrom und Windkraft profilieren?

Wir haben die Ski-WM 2003 und wir haben uns gesagt, wenn wir das schon machen, sollte das Projekt in gewichtigen Bereichen Wirkung über das Jahr 2003 hinaus zeitigen. Bei der WM legen wir deshalb allergrössten Wert auf Nachhaltigkeit.

■ In einem Nobelort, wo höchster Luxus Standard ist, wird das wohl ein Lippenbekenntnis sein.

Die Natur ist unsere grundlegende Basis, sowohl in der Suite wie im Vier-Bett-Zimmer. Dass wir etwas für die Natur tun sollten, haben uns die Katastrophen der letzten Jahre – etwa die Überschwemmung in Brig – unmissverständlich gezeigt. 60 Prozent unserer Hotelbetten weisen vier und fünf Sterne auf. Wir brauchen entsprechend viel Energie und haben deshalb auch eine besondere Verantwortung.

■ In Ihrer Dokumentation steht, erstmals solle «der Energiekomsum einer kompakten, alpinen Landschaft durch erneuerbare Energien gedeckt werden». Sie stehen ohne Wenn und Aber hinter dieser Vision?

Voll und ganz. Denn St. Moritz hat alles dazu: Wir haben 322 Sonnentage pro Jahr, und wir hatten mit unseren 90 Seen und unseren Flüssen schon immer eine grosse Affinität zum Wasser. Es war die Rätia Energie, die mit dem Wunsch an uns herangetreten ist, ihre «Pure Power» unter der St. Moritzer



Marke zu vetreiben. Das zertifizierte Label verpflichtet die Kraftwerker, den Anteil von erneuerbarem Strom zu erhöhen – und so kommen wir neben Lizenzgebühren auch zu hochmodernen Sonnen- und Windkraftwerken.

■ Und zu neuen Partnern?

Zu strategischen Allianzen mit starken Partnern, die global in jenen Märkten tätig sind, die für St. Moritz die wichtigsten sind, wie ABB und Siemens. Die beteiligten Unternehmen beschäftigen weltweit 450 000 Leute – das sind 450 000 potenzielle Gäste. Zur «Green-Power-Marketing-Conference», die derzeit im Hotel Kulm stattfindet, und die alljährlich durchgeführt werden wird, haben sich nicht wie erwartet 50, sondern über 200 Teilnehmerinnen und Teilnehmer angemeldet.

■ Wird der Gast den Trend mitmachen?

Die junge, kosmopolitische Gästeschar ist aufgeklärt und umweltbewusst. Die Idee kommt sehr gut an: Für die 322 Solarpanels an der Corviglia-Bahn suchen wir Paten, die bereit sind, je 5000 Franken zu zahlen. Die Nachfrage übertrifft schon jetzt alle Erwartungen. Der Einsatz erneuerbarer Energien wird chic. Für mich ist klar: Wir schaffen den Spagat zwischen Hedonismus und Ökologie, zwischen Epikur und Natur – und zeigen der Welt, dass beides möglich ist.