

Das neue Hotel «Drei Berge» bringt mehr als eine frische Fassadenfarbe nach Mürren.

RECHTE SEITE:  
Vom Streetwear-Guru  
zum Hotel-Designer:  
Ramdane Touhami.

*Text:* LEA HAGMANN *Bild:* PIERLUIGI MACOR

# EIGER, PUNK UND JUNGFRAU

Mürren wird nicht mehr so sein, wie es war. Das hat mit dem französischen Designer Ramdane Touhami und seinem Hotel «Drei Berge» zu tun.





# A

ALS RAMDANE TOUHAMI das erste Mal in Mürren ist, denkt er: «Wow, nichts!» Keine Bäckerei, keine Metzgerei, kein anständiges Café findet er. Nichts hat es hier. Dabei war Mürren einmal ein Glamour-Hotspot für alpinen Skisport. In den 1930er Jahren, zugegeben, es ist lange her. Der Ort hat etwas Staub angesetzt. Mürren ist beschaulich, familiär, aber sicher nicht mehr mondän. Ramdane Touhami hat in seinem Hotel Bilder aufgehängt, die den Glanz von früher illustrieren. «Das ist Mürren?!», sagt er aufgeregt, so, als müsste er sich selbst vergewissern. Ende 2022, ein Tag vor Weihnachten, kaufte der 49-Jährige das damalige «Bellevue», Mitte April startete der Umbau, sechs Wochen später checkten die ersten Gäste ein.

Die Lifestyle-Branche feiert Ramdane Touhami als kreativen Tausendsassa. Wo auch immer er mitmischt, es wird im Superlativ darüber berichtet. Wer ist dieser Mann? Und was um alles in der Welt hat ihn ins Nichts verschlagen, ins Berner Oberland?

Mürren im Hochsommer. Touhami steht auf der Terrasse, blickt auf Eiger, Mönch und Jungfrau und sagt: «Von euren schönsten Bergen sehe ich drei von meinem Hotel aus.» Die Hitze ist bis auf 1650 Meter über Meer hochgestiegen, aber nichts im Vergleich zu Paris, wo der Kreativunternehmer – oder was auch immer er ist – mehrheitlich wohnt. Er streichelt seinen wuscheligen Hund, Tonton, ein Bobtail, der ihm beinahe bis zur Hüfte ragt. «Dieses Hotel habe ich für ihn gekauft», scherzt der Franzose mit marokkanischen Wurzeln. Am Abend wird es hier angenehm kühl.

## BESESSEN VON DETAILS

«Drei Berge» tauft er sein Hotel. Denn an diese Aussicht werde er sich nie gewöhnen. Man müsse genau hinschauen, wie er sagt, so entdecke man immer etwas Neues. Genau hinzuschauen, das ist auch der Job von Ramdane Touhami, der zuvor weder ein Hotel besessen noch in einem gearbeitet hat. Mit seiner Agentur ARI kriert er Markenidentitäten. Mehrfach wurde er mit internationalen Preisen ausgezeichnet. «Weil ich besessen bin von Details», sagt er. Als seine Spezialität gilt: vergessene Traditionshäuser zurück auf die Bildfläche

zu bringen. Er hat es mit der Kosmetikmarke «Officine Universelle Buly 1803» erfolgreich getan. Und er hat es nun mit dem Berner 408-Seelen-Dorf vor. «Ich werde Mürren verändern», sagt Touhami, ohne eine Miene zu verziehen. Es ist diese Mischung aus Unerschrockenheit und Unverfrorenheit, die nur haben kann, wer vom Erfolg verwöhnt ist und von aussen kommt. Sie erinnert an Samih Sawiris in Andermatt. Aber die beiden ticken verschieden. Und Touhamis Hotel ist mit 20 Zimmern wesentlich kleiner als Sawiris' Imperium – auch wenn er bereits von einem zweiten Hotel spricht.

In Mürren treffen Touhamis Pläne auf Skepsis. Es soll das Gerücht die Runde gemacht haben, er eröffne eine Shisha-Bar. So erzählt er es. Anstatt zu dementieren, hängt der Hotelier eine Anzeige an sein Haus mit der Aufschrift: «Ägyptische Ballett-Tänzerinnen gesucht». Dass die Leute den Witz verstanden haben, bezweifelt er. Ihn amüsiert das.

Schnell wird klar: Da prallen zwei Welten aufeinander. Die «New York Times» schreibt über Ramdane Touhami, das ehemalige Skateboard-Kid habe in den letzten 30 Jahren seine Hände in fast jeder Art von Geschäft gehabt, vom Reality-Fernsehen bis zur Kerzenmanufaktur Cire Trudon. In Mürren hingegen ist er ein Unbekannter. Man habe gegoogelt, sagt Gemeindepräsident Karl Näpflin, aber nichts über den Mann herausgefunden. Wieder nichts. Im Berner Oberland bleibt Ramdane Touhami ein Fremder. Einer, der kommt und einfach macht. Der nicht fragt, bevor er das Haus renoviert oder das Logo ändert.

Weshalb auch? Punk müsse man sein, erst recht in der bürokratischen Schweiz, so Touhami. Er gibt ein Beispiel: Als die Gondelbahn ablehnte, Möbelstücke nach Mürren zu transportieren, blieb nur der Helikopter. Um die 15 000 Franken kostete ein Flug. Dann hörte er, dass es zwar verboten, aber möglich sei, mit dem Lastwagen hochzufahren. Die Busse dafür beläuft sich auf 500 Franken. Er zögerte nicht – «ich kann rechnen», das ist seine Antwort.

Die Schweiz kennt der Franzose gut. 1995 zieht er das erste Mal nach Genf. Später eröffnet er eine Druckerei in Puidoux (VD), die Société Helvétique d'Impression Typographique. Das Akronym ist kein Zufall: Shit – eines seiner meistverwendeten Wörter und ein Seitenhieb gegen die Schweiz. Ramdane Touhami findet, die Leute hierzulande seien etwas faul. Für sein Hotel findet er kaum Personal, das in Mürren, wo man nur mit der Gondel hinkommt, arbeiten will.

Er kritisiert die Selbstverständlichkeit von Wohlstand hierzulande, vor allem aber das Ausruhen auf den Lorbeeren. Was Mürren das Genick gebrochen habe, «ist diese verdammte James-Bond-Sause auf dem Gipfel», sagt er. Er zeigt in Richtung Schiltornbahn. Zuerst steht das mittlerweile in die Jahre gekommene Drehrestaurant Piz Gloria, das Ende der 1960er Jahre Kulisse für den Film «Im Geheimdienst Ihrer Majestät» war. Bis heute reisen Touristen aus aller Welt an. Die Hoteliers müssten sich gar keine Mühe mehr geben, beklagt Touhami. Es ist zu einfach hier.

## ATTITÜDE EINES TEENAGERS

Das pittoreske Mürren als Karikatur der Schweiz. Dazu noch autofrei. Das gibt es auch in Zermatt, doch der Luxusort im Wallis interessiert ihn nicht, «schon viel zu entwickelt». In Mürren sieht er Potenzial: «Es ist ein Juwel, und sie machen nichts daraus.» Seine Augen blitzen herausfordernd. Gleichzeitig liegt in seiner Stimme dieser Ton, den man von Teenagern kennt, diese lässige, fast schon lästige Art der Gleichgültigkeit. Touhami will provozieren. Und macht es immer wieder. Klatsch ist ihm egal. Ob er das von seinen Eltern gelernt hat? Er verneint. Aus der Kinderstube hat er wenig mitgenommen. Jedenfalls nichts, worüber er reden will.

Aufgewachsen ist Touhami in Montauban, nördlich von Toulouse, als Sohn französisch-marokkanischer Apfelbauern. Der mustergültige Alltag sprach ihm nicht zu. Er rebellierte, flog als Teenager von der Schule, weil er auf dem Pausenplatz mit einer ungeladenen Waffe auftauchte, wie er erzählt. Er habe dumme Sachen gemacht, «just a stupid kid». Mehr sagt er nicht dazu. Seine Eltern schickten ihn daraufhin auf ein Internat im 120 Kilometer entfernten Castres, wo er seine ersten Geschäfte begann: ein T-Shirt mit der Aufschrift Teuchiland (ein Kofferwort aus dem Streetwear-Label Timberland und Teuchi, Französisch für Haschisch). Es brachte ihm eine ordentliche Summe ein, um die 320 000 Francs, ungefähr 50 000 Euro. Also befand er im Alter von 17, nicht mehr weiter zur Schule zu müssen. Er zerstritt sich mit seinen Eltern, legte sich in Toulouse mit den falschen Personen an, verlor sein Vermögen, wurde obdachlos. Ein Jahr lebte er auf den Strassen von Paris. Aber sich unterkriegen lassen ist nicht sein Stil.

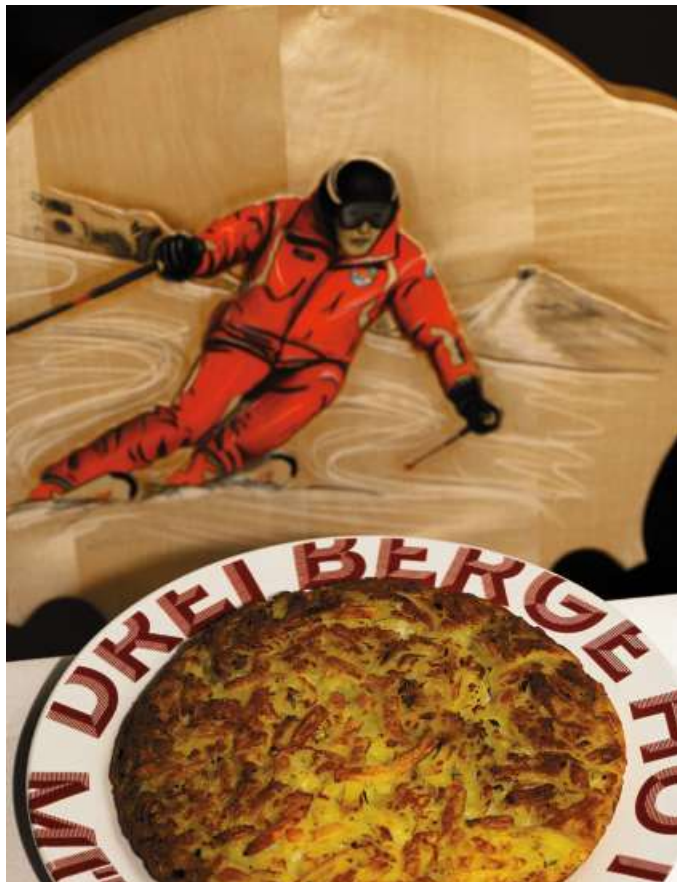
Er machte weiter. Mit neuen T-Shirts. Eine Schule oder Universität hat er nie mehr besucht. Stattdessen gründete er eine



Keine Berührungsängste, auch nicht beim Mischen von Mustern und Farben.



Schilder und Objekte sammelte Ramdane Touhami auf der ganzen Welt.



Sogar der Teller für die Rösti bekommt ein eigenes Design.



Teppichboden mit den Namen der Berge, die der Hotelbesitzer noch besteigen will.

Lobby und Eingangsbereich: So sieht der neue Eklektizismus in den Alpen aus.



Skateboard-Marke, die er 1997, 23-jährig, wieder verkaufte. Man sah ihn im französischen Reality-TV, wo er als Co-Moderator der Sendung «Strip-Tease» über Hip-Hop und das Leben der Mittelschicht plauderte. Später eröffnete er den Pariser Concept-Store L'Épicerie und lernte zu dieser Zeit seine Frau Victoire de Taillac kennen. Sie war PR-Managerin der Konkurrenz-Boutique Colette, damals eine der angesagtesten Adressen in Paris, dagegen kam sein Laden nicht an. Fortan arbeiteten die beiden zusammen. Victoire de Taillac ist die Art von Französin, die allen Klischees entspricht: dezent gekleidet, ungeschminkt und bildschön. Sie ist eher zurückhaltend, bleibt im Hintergrund, aber teilt seine Lust am Abenteuer.

Ramdane Touhami sagt, sein Leben sei ein Auf und Ab, weil er Risiken eingehen. Gerade geht es nach oben. Der dreifache Vater pendelt zwischen Paris, Mailand, Tokio und – Mürren. Weltweit arbeiten um die 150 Leute für ihn. «Nächstes Jahr vielleicht doppelt so viele», meint er trocken. So manch neues Geschäft sei in der Pipeline. Stand heute besitzt er 15 Unternehmen und eine ihm selbst unbekannt Zahl an Nebenprojekten und Kunden. Den Überblick verliert man schnell. Es fängt schon bei seiner Jobbezeichnung an. Was ist er genau? «Ramdane», antwortet er lapidar. Nur das, sein Name. «Ich bin ich.» Okay.

#### POP-KULTUR UND ROYAL CHIC

Vielleicht bringt ein Besuch in seiner Kreativagentur Art Recherche Industrie (ARI) mehr Klarheit. Sie befindet sich im 10. Arrondissement von Paris, direkt an der Grenze zu Haut Marais, dem Revier der bourgeois Bohème mit vielen Cafés, Bars und Restaurants. 25 seiner Leute arbeiten in diesem Büro, einem ehemaligen Ballsaal aus dem 19. Jahrhundert. An der Eingangstüre begrüsst einen die Bürokatze Chat-Ri; der Name leitet sich ab aus dem französischen Wort für Katze und ARI.

Touhami hat drei Stockwerke übernommen und sie komplett umgebaut. Im untersten hat er einen orangen Tennisplatzbelag eingesetzt. Oben steht ein riesiger Tisch aus Holz, so bemalt, dass es aussieht wie Marmor. Opulente, goldene Verzierungen an den Wänden. Touhami kuratiert Einrichtungen, ohne irgendwelche Regeln zu befolgen. Durchaus unironisch stellt er edle Belle-Epoque-Elemente vor leuchtstiftbunte Wände. Sein Stil: ein Gemisch aus Pop-Kultur und Royal-Chic. In der Mode würde man von Haute Couture mit

starkem Streetwear-Einfluss sprechen. Denn Touhami ist auch ein Traditionalist. Er versteht sich als Schützer des Handwerks, gestaltet Räume mit einer Vorsicht, so dass man glaubt, all das war schon immer da. In seinem Büro türmen sich die Geschichtsbücher. Typografien findet er in alten Werbeanzeigen, Materialien in Vintage-Stoffsetzen. «Ist dies das schönste Büro der Welt?», titelte das «Wallpaper Magazine» Anfang des Jahres. Auf dem Schreibtisch liegt Touhamis Visitenkarte. Darauf steht sein Name, sonst nichts. Er ist er.

Kein Tag hat Ramdane Touhami je für jemand anderen gearbeitet, in seinem ganzen Leben nie einen Gehalts-Check erhalten, wie er betont. Denn eins will er sicher nicht sein: Dienstleister. Für einen Agenturinhaber ist diese Haltung ganz schön extrem, das weiss er selbst. Er begründet es so: «Wenn du machst, was die Kunden verlangen, dann krieerst du nicht, du erschaffst nichts Neues.» Wer mit ihm arbeiten will, hat das zu akzeptieren. Seinen Führungsstil erklärt er als eine von ihm geschaffene Box, in deren Innern sich jeder frei bewegen könne. Wer aber seine eigene fertigen will, der muss gehen. Das passt zu dem, was er zuvor in Mürren gesagt hat, als eine Hotelangestellte seine Uniform nicht trug: Mit dieser Haltung werde sie nicht lange für ihn arbeiten. Über sich selbst sagt Touhami: «Ich bin bekannt dafür, sehr intensiv zu sein.»

Jan Abellan, der halb in Paris, halb in Vevey lebt, lacht, als er das hört, und bestätigt: «Das ist definitiv wahr!» Die beiden arbeiten seit zehn Jahren eng zusammen. Touhami nennt ihn seine rechte Hand, Abellan sagt: «Ramdane ist das Gehirn, ich bin die Hände.» Bevor der Absolvent der Ecal, Lausannes Hochschule für Kunst und Design, als Grafiker in Touhamis ARI startete, war er während knapp vier Jahren als Medienchef für die Schweizer Armee tätig. Wie man Befehle ausführt, weiss er. Denn man ahnt es, ehe es Touhami selbst ausspricht: Er ist der Boss.

Der Franzose ist der im Kreativbereich eher ungewöhnlichen Ansicht, ein Projekt müsse von einer einzigen Person gestaltet werden. Von wegen Schwarmintelligenz. Für Touhami steht fest: «Alles muss aus einem Gehirn kommen.» Dann zitiert er den Erfinder des Minis, Sir Alec Issigonis: Wenn eine Gruppe ein Pferd zeichne, komme ein Kamel dabei heraus. Es gehe um Artistic Direction, sagt Touhami und betont Letzteres. Einer muss die Richtung vorgeben. Dafür braucht es eine starke

Meinung, auch von sich selbst. Sein Team bewundert ihn dafür.

«Der Typ denkt wirklich anders», sagt Abellan. «Er scheut keine Risiken, hat vor keiner Entscheidung Angst.» Während die meisten Kreativen nach links und rechts schauen, was die anderen so machen, «haben wir viel Vertrauen in das, was wir für gut halten». Der Unterschied ist aber auch: Selten ist der Kreativdirektor gleichzeitig der Geldgeber. Im Finanzwesen geht es darum, Risiken zu minimieren, im Design darum, sie einzugehen. Immer wieder bei null anzufangen, alles anders zu machen, wie sie es bei ARI wollen, ist entgegen jedem Effizienzgebot.

#### RADIKAL ANDERS

«Er hat ständig tausend Ideen im Kopf, und wir versuchen Schritt zu halten», sagt Mirei Sugimachi, als wir im Pariser Büro an der antiken Espresso-Bar stehen. Die Grafikdesignerin ist seit zwei Jahren bei ARI, startete als Praktikantin und begleitet ihren Chef heute regelmässig nach Tokio. Hier zu arbeiten, sei «crazy», im guten Sinn, sagt sie, «langweilig wird einem nie». Ein Hotel in sechs Wochen umzugestalten und neu zu eröffnen, das ist für Touhami Standard-Tempo. «Ich geniesse mein Leben mit nonstop Wind in meinen Haaren», sagt er und verkneift sich ein Grinsen. Ramdane Touhami, kahler Kopf, ist keiner, der über seine eigenen Witze lacht, zumindest nicht über die flachen.

Am Ende ist es wahrscheinlich die Kühnheit, die ihn auszeichnet. Als unabhängiger Aussenseiter kann er sich erlauben, die Dinge radikal anders anzugehen. Er hat kein Erbe, das er weiterführt. Stattdessen stellt er bei allem, was er tut, den Spass in den Vordergrund. So hat er es geschafft, dass ihn Markengrößen wie Moncler, Christofle oder Gucci (für das 100-Jahr-Jubiläum der Marke) beauftragen. Das ist bemerkenswert, erst recht in einer Branche, in der sich jeder damit brüstet, ein Praktikum bei Größen wie Tom Dixon oder Kelly Wearstler absolviert zu haben.

Geholfen hat ihm sicher der Erfolg mit Buly, der Beauty-Marke, die Ramdane Touhami zusammen mit seiner Frau Victoire aufgebaut hat. Das erste Geschäft von «Officine Universelle Buly 1803» eröffneten sie in Paris an der Rue Bonaparte 6, fünf Minuten zu Fuss vom Louvre entfernt. Vor dem Laden stehen die Leute regelmässig Schlange. Gut 30 Minuten Wartezeit an diesem Samstagnachmittag im August. Das ist schlaues Marketing. Der

## DIE WELT VON RAMDANE TOUHAMI

Die korrekteste Bezeichnung für das Multitalent? Branding-Spezialist. Das sind seine Projekte.



**OFFICINE UNIVERSELLE BULY 1803**  
51 Shops hat Ramdane Touhami für die Marke Buly, die einst ihm und seiner Frau gehörte, bereits konzipiert.



**CHRISTOFLE**  
Die französische Marke für Silberbesteck und Tischgedeck ist einer der Kunden der Agentur ARI.



**AGENTURBÜRO**  
Am grossen Holztisch, der einer Marmor-Optik nachempfunden ist, arbeiten die Grafiker und Designer.



**DRUCKEREI**  
Die Société Helvétique d'Impression Typographique hat ihren Sitz neu in Frankreich.

limitierte Zugang weckt die Neugier der Passanten, und im Innern gewährleistet er den guten Service, weil pro Verkäuferin nur ein Kunde im Laden ist.

Um Buly ist ein Kult entstanden, Sängerin Doja Cat erwähnte die Marke jüngst in einem ihrer neuen Songs. Jedes der über 800 Produkte trägt Touhamis Handschrift – vom Duft über die Parfumflasche bis zur Etikette, die von einem Kalligrafen vor Ort mit Kundennamen personalisiert wird. Die Seifen, Parfums, Spiegel und Kämme werden in antiken Glasvitrinen und auf Marmortheken präsentiert, dazu Opernmusik. Es ist eine Zeremonie.

### HOTEL ALS HOBBY

2021 verkauften die Touhamis das Unternehmen an den französischen Luxusgiganten LVMH; er bleibt als externer Kreativberater tätig, sie führt intern die Geschäfte weiter.  ber die Verkaufssumme wird geschwiegen. Was Ramdane Touhami aber sagt: «Ich habe Geld für fünf Generationen.» Selbst wenn er 3000 Franken am Tag ausgeben wollte, würde es für 150 Jahre reichen. Er behauptet das ohne Attitüde, so emotionslos, als rede er  bers Wetter. Überprüfen lässt sich die Zahl nicht. Aber man ahnt, dass Geld keine allzu grosse Rolle mehr spielen dürfte.

Sein Hotel bezeichnet er als sein Hobby. Und tatsächlich hat das Haus in Mürren etwas von einem Spielplatz für Erwachsene. Das Logo zeigt den Berner B r wandernd beim Biertrinken. «Ist das nicht funny?», fragt Touhami, ohne auf eine Antwort zu warten. Seine Begeisterung ist genug.

Mit den Wanderschuhen, den armee-grünen kurzen Hose, dem gelben Pulli und dem violetten Sonnen-Cap mit Nackenschutz sieht er nicht gerade aus wie ein klassischer Hotelier. Durch die Lobby dröhnt Hip-Hop-Musik aus einer blauen Mega-Box. Andererseits ist er auch hier mit einer Sorgfalt dahinter, die imponiert. Er liess die Vorhänge mit Schweizer Ortswappen besticken, bemalte die Holzbalken von Hand mit Berner Familienabzeichen und imitierte für die Beschriftungen im Hotel die gelben Wegweiser der Schweizer Wanderwege. Bettdecken und -kissen bezog er aus seiner eigenen Fabrik in Italien. Priorität hatte für ihn von Anfang an, dass das Bett bequem ist und das Essen gut. Die zwei Sachen, die Sportler nach einem Tag in den Bergen suchen würden. Im ehemaligen Jagdrestaurant kocht heute ein japanischer Spitzenkoch, auf der Speisekarte

steht nebst Thunfisch-Gazpacho auch Bratwurst mit Rösti. Die Weine kommen ausschliesslich aus Bergregionen.

Dass Ramdane Touhami in den Schweizer Bergen ein Ferienhotel eröffnet, mag zu Beginn überraschen und ist am Ende total logisch. Im «Drei Berge» vereint er sein Lebenswerk: die Genialität im Design, das Gespür für guten Service und seine Passion für die Berge. Die Aufgaben gehen ihm auch hier nicht aus. Demnächst lanciert er eine Mountainwear-Linie, weil «die Sportler in den Bergen von Kopf bis Fuss in Plastik verpackt sind». Touhami kritisiert die Dinge zwar laut, macht sich aber auch daran, sie zu ändern. Zu 100 Prozent plastikfrei wird seine Modekollektion sein; Die Wanderschuhe aus Leder und mit Naturkautschuk-Sohle ist er selbst bereits am Austesten. Auf dem Hausdach hat er eine Flagge gehisst: «Anti-Plastic-Militant».

Als wir auf den Klimawandel zu sprechen kommen, zeigt sich der neue Hotelier plötzlich von einer anderen Seite, er wirkt nahbarer, zum ersten Mal betroffen und nachdenklich. «Wir haben es im grossen Stil verkackt», sagt er und blickt auf die weissen Bergspitzen. Er habe dieses Hotel gekauft, weil er in seinem Leben noch nie eine so schöne Aussicht auf die Alpen hatte. Magisch, nennt er diesen Flecken Erde. Die drei Berge will Touhami so vielen Menschen wie möglich zeigen. Aber die Eisschicht dort oben wird dünner. Ob ihn die Aussicht, die er so liebt, nicht traurig mache? Ramdane Touhamis Miene verfinstert sich, er zuckt mit den Schultern. Für einmal findet selbst er, der zu allem immer eine Meinung hat, keine Worte.

### UNGELADENE WAFFE

Sein Hotel soll im Dezember komplett fertig sein, alle Zimmer renoviert und das Kaffeehaus vis-à-vis geöffnet. Schon in diesem Sommer sind viele seiner Freunde angereist. Sie arbeiten beim Luxusmode-Label Jacquemus, im Louvre oder bei Luma Arles. Von diesem beschaulichen 408-Seelen-Dorf hatten sie vorher noch nie gehört.

Touhami tauchte einst mit einer ungeladenen Waffe auf dem Pausenplatz auf. Heute macht er symbolisch gesehen dasselbe in den Schweizer Bergen. Er ist nicht gefährlich, aber er sch chtert ein. Das bleibt nicht unbemerkt. Er wird Mürren auf seine Art verändern. ■

LEA HAGMANN stimmt Ramdane Touhami zu: Die Aussicht auf die drei Berge ist wirklich atemberaubend.