

Erstmals gewinnt ein Paar den Award

Ausgezeichnet

Der Fach-Award Hotelier des Jahres kürt zum ersten Mal ein Hotelier-Paar.

Nadja und Patric Vogel vom Märchenhotel haben die Jury mit ihrer Strategie überzeugt.

BERNADETTE BISSIG

Schreitet man auf das Märchenhotel in Braunwald GL zu, ist es, als würde man selber wieder zum Kind. Überall entdeckt man Spannendes, wie in einem Wimmelbuch. Da sind einerseits die Lamas, die friedlich unterhalb des Hotels weiden, vor dem Hotel erspäht man eine Brücke, eine Nachahmung der Golden Gate Bridge, hier wird sie keck «Golden Geiss Bridge» genannt. Denn über diese Brücke spazieren majestätisch die Zwerggeissen. Vor dem Hoteleingang halten die Hasen in ihrem Schlosse Hof, die Hühner logieren in einer noblen Villa, und bei einem Blick auf den Spielplatz taucht ein Kran im Augenwinkel auf, wo kleine Lausmädchen und -buben wacker Lasten umschichten. Die Attraktionen ums Hotel sind nur ein Bruchteil dessen, was die Vogels bieten. Im Innern des Hotels verstecken sich viele weitere Überraschungen.

Vor nun zehn Jahren übernahm das Paar das Hotel von Patrics Eltern: «Die einzige Bedingung, war, die Tradition des abendlichen Märchenerzählens weiterzuführen», erinnert sich Nadja Vogel. Abwechslungsweise verzaubern sie seither abends die Kinder mit ihren Geschichten. Teils aus dem Fundus von Vater Vogel, teils mit selbst erfundenen. Nach dem Märchen wird die Kinderschar von der Lokomotive Emma – eine Einzelanfertigung – in den «Saal der Könige» geführt. Hier läuft das Znacht für die Kinder mit vielen spielerischen Elementen ab. Welcher Tisch sich als Erstes am Lok-Buffer – jeweils von Emma



Nadja (43) und Patric Vogel (41) führen das Märchenhotel in Braunwald GL seit zehn Jahren äusserst erfolgreich.

Bilder Corinne Glanzmann

in den Saal gefahren – bedienen darf, entscheidet eine Lichtshow. Am Ende des Kinderzachts fliegen die Kindertische in die Höhe, und eine Hüpfburg schwebt auf der anderen Seite des Saals von der Decke.

Der Kinderspeisesaal zeigt exemplarisch, wie innovativ, verspielt und erfindungsreich das Hotelierpaar ist. Dass der Raum nur für eine halbe Stunde pro Tag genutzt wurde, fanden die beiden schade. Doch wohin mit den Tischen? Die Lösung: Hoch an die Decke mit ihnen. Heute werden die Tische per Knopfdruck hochgezogen, und der Saal ist innerhalb von zehn Minuten umgebaut und zu anderer Nutzung bereit.

Dazu meint Nadja Vogel mit einem Lachen: «Mein Mann kann hier all seine Bubenträume ausleben.» Ein reines Spiel ist es jedoch nicht, sondern bedingt viele Diskussionen und stundenlanges Tüfteln. «Wir haben ein gutes Team an Experten, das uns in unseren Vorhaben unterstützt», erzählt Patric Vogel. So etwa den Hotelarchitekten Peter Hummel von Hunikat, mit dem er bereits im Hotel Montana ge-

arbeitet hatte. Doch es war nicht von Anfang an klar, dass Patric Vogel, gelernter Banker und Betriebsökonom, in die Hotellerie finden würde. Erst über ein Nachdiplomstudium in Hotelmanagement und einer Tätigkeit bei der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) stieg er als Sales- & Marketingmanager ein, zuerst im «Giardino» in Ascona bei Daniela und Philippe Frutiger, danach im Art Deco Hotel Montana in Luzern bei Fritz Erni.

Auch Nadja Vogel kommt von der betriebswirtschaftlichen Seite. Sie absolvierte ein Studium der Ökonomie und der Betriebswirtschaft an der Universität Bern, arbeitete als wissenschaftliche Mitarbeiterin im Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) und war Assistentin des damaligen Schweiz-Tourismus-Direktors Jürg Schmid.

Solide betriebswirtschaftliche Basis gepaart mit Ideenreichtum Diese betriebswirtschaftlich geprägte Ausbildung des jungen Hotelierpaars bildet eine solide Basis. Eine grosse Portion Kreativität, nie versiegende Ideen und ein grosses Herz für Kinder – sel-

«Es ist toll, dass wir als Paar mit einem kleinen Familienbetrieb ausgewählt wurden.»

Nadja und Patric Vogel
Inhaber, Gastgeber sowie Märchenfee und Märchenonkel

ber stolze Eltern zweier kleiner Töchter – bringen die beiden obendrauf mit. Mit viel Ausdauer, einer Schärfung der angelegten Positionierung und einer gezielten Vermarktung haben die Vogels die Gästefrequenz in den zehn Jahren ihres Wirkens mehr als verdoppeln können.

Konstante Auslastung von rund 90 Prozent übers ganze Jahr Mittlerweile haben sie das Hotel zehn Monate im Jahr geöffnet bei einer konstanten Auslastung von rund 90 Prozent. «Diese hohe Auslastung ist sicherlich unserer messerscharfen Positionierung zuzuschreiben», sagt Patric Vogel. Viele Hoteliers hätten Angst vor einer klaren Positionierung, da sie befürchteten, Gäste zu ver-

lieren. Man dürfe jedoch nicht vergessen: Verliere man einen Gast, gewinne man zwei.

Das Paar ist Patrics Eltern enorm dankbar, dass «sie uns so einen gesunden, gut geführten und clever positionierten Betrieb übergeben haben». Dass sie nun mit dem Award «Hotelier des Jahres» ausgezeichnet wurden, ist eine grosse Ehre für die Gastgeber: «Es ist toll, dass wir als Paar mit einem kleinen Familienbetrieb ausgewählt wurden.» Einerseits seien sie voller Ehrfurcht ob der Prominenz ihrer Vorgänger, andererseits sei es ein schönes Kompliment, in einer Reihe mit solch erfolgreichen Unternehmern zu stehen.

maerchenhotel.ch

Auswahlverfahren

Welche Kriterien galten?

Die Fachjury um Jurypräsident André Witschi hat sich aufgrund folgender Kriterien für das Hotelierpaar Nadja und Patric Vogel, Inhaber und Gastgeber des Märchenhotel in Braunwald, entschieden.

Positionierung

Die einzigartige Positionierung macht das Haus krisenresistent, profitabel und attraktiv für angestammte und neue Gäste.

Strategie

Nadja und Patric Vogel haben sich in einer kleinen Destination auf eine klare Zielgruppe fokussiert und sind durch das vielfältige Angebot im Hotel wetterunabhängig.

Innovation

Das Märchenhotel liefert durch immer neue Produkte und Angebote viele wertvolle Impulse für das Segment Familie.

Zur Geschichte des Hotels

Es war einmal ein quengelndes Kind...

Das Märchenhotel in Braunwald GL ist seit fast 50 Jahren im Besitz der Familie Vogel. 1972 hatte Fridolin Vogel – er führte bereits seit 20 Jahren das Hotel Glarnerhof in Glarus – die Gelegenheit, das 1907 erbaute Grandhotel zu kaufen. Das Haus war damals in einem desolaten Zustand. Der erfahrene Hotelier liess sich davon nicht abschrecken, sondern sah das Potenzial der Liegenschaft.

Sein Sohn Martin und dessen Frau Lydia übernahmen das Hotel 1977. Im gleichen Jahr wurde durch Zufall auch der Grundstein für die Positionierung als Märchenhotel gelegt. Ein kleines Mädchen soll im Speisesaal so laut geschrien haben, dass es den Eltern peinlich wurde. Der Hotelier versprach dem Mädchen ein Märchen. Es blieb nicht bei dem einen... Für die konsequente Weiterverfolgung



Ein Hotel, das die Herzen von Klein und Gross höherschlagen lässt.

dieser Ausrichtung wurden Martin und Lydia Vogel 2006 mit dem Sonderpreis «Klein und kreativ» des Tourismuspreises Milestone ausgezeichnet. An der anschlies-

senden Cocktailparty lernten sich Nadja Bänziger und Patric Vogel kennen. Heute führen die beiden als Ehepaar Vogel das Märchenhotel in dritter Generation. bbe

Hotelier des Jahres

Mit dem Fach-Award «Hotelier des Jahres» werden jährlich Persönlichkeiten ausgezeichnet, die sich innerhalb der Branche durch Erfolg, Einzigartigkeit und Innovation profiliert haben und dadurch für die nationale Hotellerie von besonderem Interesse sind. Zusätzlich wird seit 2019 ein «Special Award» verliehen, der spezielle Leistungen würdigt. Mehr dazu auf Seite 16.

Die neunköpfige Jury wertet bei der Wahl insbesondere Managementleistung, Profitabilität, Innovation oder innovative Ausrichtung, Originalität, Risikobereitschaft, positives Image in der Branche sowie Kundenbezug.

hotelierdesjahres.ch

Special Award



Beat Kuhn

Managing Director, SV Hotel

Beat Kuhn, Sie sind für das Konzept Stay Kooook von SV Hotel mit dem «Special Award» gewürdigt worden. Was bedeutet Ihnen diese Auszeichnung?

Ich freue mich sehr über die Anerkennung. In erster Linie ist es eine riesige Bestätigung für das ganze Team. Was wir in den letzten rund fünf Jahren entwickelt und umgesetzt haben, funktioniert und begeistert. Sie bedeutet auch, dass innovative Konzepte eine mögliche Antwort auf die sich verändernden Reisebedürfnisse und Marktbedingungen sind und schwersten Krisen trotzen können. Nicht zuletzt hoffe ich, dass junge Talente in unserer Branche angespornt und motiviert werden, Neues zu wagen.

Was war ausschlaggebend für die Entwicklung?

Wir haben das Potenzial im Extended-Stay-Segment sehr früh erkannt. Viele Studien und Marktanalysen haben dies untermauert. Wir konnten bereits erstes Know-how durch die Marriott-Marke Residence Inn sammeln und haben evaluiert, welche Bedürfnisse die Zielgruppe hat. So stellten wir fest, dass es eine Marktlücke zwischen Airbnb,

«Ein Jahr Stay Kooook hat gezeigt, dass diese moderne Art des Wohnens ein breites Publikum anspricht.»

Extended-Stay und Lifestyle-Brands gibt, die die Vorteile moderner Übernachtungsformen in einem Angebot kombiniert. Diese Lücke wollen wir mit Stay Kooook schliessen. Wir sehen das Potenzial vor allem an zentralen, urbanen Standorten in den wichtigen Städten in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Natürlich wollen wir mit dem Produkt in diesem Segment längerfristig wachsen. Stay Kooook ist auch für Investoren sehr attraktiv, da wir mit wenig Fläche auskommen und dabei volle Funktionalität sowie Flexibilität anbieten.

Wie sind Sie bei der Entwicklung vorgegangen?

Wir arbeiteten mit Hospitality-Experten, Designern und Architekten zusammen. So haben wir ein intelligentes Raumdesign entwickelt, das auf rund 22 Quadratmetern eine optimale Flächenausnutzung ermöglicht. Ausserdem bietet das Studio dem Bewohnenden alle Annehmlichkeiten für einen längeren Aufenthalt, die er auch auf grösserem Raum hätte. Durch unser smartes, modulares Wohnelement lässt sich jedes Studio situativ den individuellen Bedürfnissen anpassen. Zudem können die Bewohnenden ihren Raum auf Wunsch persönlich einrichten. Individualisierung ist ein ganz wichtiger Punkt, damit sich unsere Gäste auch bei längeren Aufenthalten wohlfühlen. Ein absoluter Mehrwert bietet unser Host. Er stellt den lokalen Bezug her und liefert Insidertipps aus erster Hand.

Neu werden Sie neben den Studios auch smart ausgestattete Zimmer anbieten. Warum?

Ein Jahr Stay Kooook hat gezeigt, dass diese moderne Art des Wohnens ein breites Publikum anspricht. Der gemeinsame Bereich mit Wohnzimmer und Küche als Begegnungs- und Arbeitsort, die unkomplizierte digitale Gästereise und die Nähe zu den Hosts entsprechen auch den Bedürfnissen von Kurzreisenden. Diese benötigen aber kein Studio mit Kitchenette und Waschmaschine, vielmehr ein funktionelles Zimmer mit top Schlafkomfort und erstklassigem Duscherlebnis.

Stay Kooook ist eine Entwicklung von SV Hotel. Das Konzept richtet sich an Gäste, die eine praktische und flexible Übernachtungsmöglichkeit zu einem fairen Preis suchen. Bern Wankdorf eröffnete 2020, Nürnberg City (D) ist für 2022 geplant wie auch Leipzig City (D) und Bern City. Weitere zentrale, urbane Standorte folgen.

staykooook.com

Abendveranstaltung



v. l.: Jurypräsident André Witschi, die Hoteliers des Jahres Patric und Nadja Vogel, Beat Kuhn, Preisträger «Special Award», Vize-Jurypräsidentin Anne C

Impulsgeber für die ganze

Gross ist jeweils die Spannung, wer die begehrten Trophäen «Hotelier des Jahres» und «Special Award» erhält. Sind es doch Awards von der Branche für die Branche.

BERNADETTE BISSIG

Die Preisverleihung Hotelier des Jahres war das Highlight von Tag 1 des Hospitality Summit. Rund 700 Hoteliere, Hoteliers und Brancheninsider wohnten dem Event bei. Aileen Zumstein, Gastgeberin und Moderatorin des Gala-Abends, brachte die Stimmung am Hospitality Summit gleich zu Beginn der Preisverleihung auf den Punkt: «Ich habe heute so viel gute Energie und so viel Mut gespürt.» Energie und Mut sollten auch den Abend prägen. Für die Steigerung der guten Energie war der Basler Newcomer Zian mitverantwortlich, der den Abend musikalisch begleitete. Eine grosse Portion Mut stand auch bei den Preisträgern im Zentrum.

Mit viel Mut eine Marktlücke geschlossen

Mit dem «Special Award», der dieses Jahr zum zweiten Mal verliehen wurde, würdigte die Jury eine spezielle, herausragende Leistung. Anne Cheseaux, Jury-Vizepräsidentin, löfnete das Geheimnis: Beat Kuhn, Managing Director bei SV Hotel, durfte den «Special Award» für die Entwicklung innovativer Hotelkonzepte und für die Lancierung von Stay Kooook entgegennehmen. Dazu Anne Cheseaux: «Beat Kuhn hat ein Flair für Trends. Mit der Umsetzung des Extended-Stay-Konzepts Stay Kooook hat er eine



«Es ist grossartig, dass ein Hotelierpaar gewonnen hat. Ein schönes Zeichen für all die Paare, die gemeinsam einen Betrieb führen.»

Karin Kunz
Generaldirektorin Kursaal
Bern

Marktlücke gefunden und viel Mut bewiesen.» Weiter lobte sie in ihrer Laudatio: «Erstmals in der jüngeren Geschichte der Schweizer Hotellerie hat eine Schweizer Hotelgruppe ein Hotelprojekt entwickelt, das internationales Wachstumspotenzial hat und wirklich neuartig ist.» Weiter führte sie aus: «Mit Beat Kuhn zeichnet die Jury den zurzeit wahrscheinlich international erfolgreichsten Schweizer Hospitality-Manager aus.»

Beat Kuhn war es auf der Bühne sichtlich unwohl. Er schämte sich ein klein wenig ob all der Aufmerksamkeit, die seiner Person zukomme, meinte er. Doch er freute sich sehr für sein Team. «Dass ich dieses Konzept umsetzen konnte, ist ein Verdienst der

SV Group, insbesondere von CEO Patrick Camele und des Verwaltungsrates.

Messerscharfe Positionierung und viel Innovationsgeist

Und dann war es auch schon Zeit für den «Hotelier des Jahres». Mit dieser Auszeichnung sollen jährlich Persönlichkeiten ausgezeichnet werden, die sich innerhalb der Branche durch Erfolg, Kreativität und Innovation profiliert haben und dadurch für die nationale Hotellerie von besonderem Interesse sind.

Laut Fiorenzo Fässler, Initiant und Veranstalter des Fach-Awards, waren rund 36 Bewerbungen eingegangen. Bei der Beurteilung dieser Projekte legte die hochkarätige Jury – alle sehr tief im Hotelleriebusiness drin – Wert auf eine klare Positionierung, eine weitsichtige Strategie, Rentabilität und Innovation.

Die Spannung stieg nochmals merklich an im Saal, als Jurypräsident André Witschi zu seiner Laudatio ansetzte. Erstmals in der Geschichte des bereits zum sechsten Mal durchgeführten Awards hat die Jury ein Hotelierpaar ausgezeichnet, das gemeinsam operativ tätig ist: Nadja und Patric Vogel vom Märchenhotel in Braunwald, einer kleinen Destination im hintersten Glarnerland. Dort betreibt das Paar in dritter Generation als Familienbetrieb ein Hotel für Familien.

«Es ist nicht einfach, ein gut positioniertes Hotel zu übernehmen und erfolgreich weiterzuführen», würdigte Jurypräsident André Witschi die Leistung der beiden Gastgeber. Dem Paar, welches das Hotel nunmehr seit zehn Jahren erfolgreich führt, sei



heseaux und Veranstalter Fiorenzo Fässler.

Corinne Glanzmann



1



2

1. Die Abendveranstaltung war gut besucht. Rund 700 Teilnehmende waren dabei.

2. Erwartungsvolle Spannung im Saal.

3. Bei der Vorbereitung der Desserts für das Flying Dinner.

4. Fünf Zürcher Hotels bestritten das Edelcatering des Abends gemeinsam.

5. Konzentriertes, speditives Anrichten war gefragt. Für die Köchinnen und Köche der fünf Hotels war es eine schöne Erfahrung, nach so langer Zeit wieder für so viele Gäste zu kochen.

Bilder Corinne Glanzmann, Philipp Schmidli



3



4



5

Branche

Preisträger

Wer bisher gekürt wurde

Der Fach-Award wird seit 2015 verliehen. Folgende Hoteliers und Hotelières konnten den Hotelier-Award und den Special Award – seit 2019 – entgegennehmen.

Hotelier des Jahres 2015
Raphael Wyniger, Wyniger Gruppe, Basel

Hotelier des Jahres 2016
Felix Suhner, Balance Familie, Meisterschwanden

Hotelier des Jahres 2017
Fritz Erni, Art Deco Hotel Montana, Luzern

Hotelier des Jahres 2018
Kurt Baumgartner, Belvédère Hotels, Scuol

Hotelier des Jahres 2019
Yvette Thüring, Le Mirador Resort & Spa, Mont-Pèlerin, Vevey

Special Award 2019
Chris Rosser, Hotel Krone, Thun, sowie Hotel Schützen, Steffisburg

Hoteliers des Jahres 2021
Nadja und Patric Vogel, Märchenhotel, Braunwald

Special Award 2021
Beat Kuhn, SV Hotel, Schweiz und Deutschland

Die Preisverleihung des «Hotelier des Jahres 2022» findet wiederum im Rahmen des Hospitality Summit von HotellerieSuisse statt, voraussichtlich am 7. und 8. Juni 2022.

dies jedoch meisterhaft gelungen. Sie hätten Jahr für Jahr beste Bewertungen, eine ausgezeichnete Auslastung und ein hohes Preisniveau. Zudem hätten sie die Positionierung als Familienhotel, die bereits die Eltern von Patric Vogel implementiert hatten, strategisch klug weitergeführt. «Mit diesem wirklich einzigartig positionierten Hotel will die Jury ein Zeichen setzen, damit beim Thema Strategie möglichst viele Nachahmer gefunden werden.»

Ein Ehrenplatz für den Award «Hoteliers des Jahres»

Nadja und Patric Vogel zeigten sich sehr gerührt. Es sei eine Ehre für sie, in einer Reihe mit solch erfolgreichen Unternehmern zu stehen. Etwa mit Fritz Erni, dem langjährigen Direktor des Art Deco Hotel Montana.

Nadja Vogel betonte, welches Privileg sie hätten, eine solch tolle Aufgabe zu haben: «In der Ferienhotellerie begleiten wir die Gäste an ihren schönsten Tagen des Jahres. Dabei könnten sie nach wie vor auf die Unterstützung von Patrics Eltern zählen. Zudem sei ganz Braunwald eine grosse Familie, die einander unterstützte.

Auf die abschliessende Frage von Aileen Zumstein, wo der Award denn nun zu stehen komme, meinte Patric Vogel mit einem Schmunzeln: «Es gab da mal so eine Vitrine, die mein Vater für Preise vorgesehen hatte. Vor fünf Jahren haben wir an diesem Ort eine Vitrine gemacht.» Die logische Folge daraus: Die edle Trophäe wird neben edlen Tropfen zu stehen kommen.



«Beat Kuhn hat den «Special Award» mehr als verdient. Er sorgt mit seinen Ideen für Lichtblicke in der Hotellerie.»

Michael Böhler
Group General Manager,
Meili Gruppe
Zürich

#bettertogether

Ein Schmaus für Gaumen und Ohren

Nach der Preisverleihung war die Award-Night noch lange nicht vorbei. Lockeres Dinner und entspanntes Networking standen noch auf dem Programm. Dabei lautete das Motto auch bei der Kulinarik «Von der Branche für die Branche». Das Edelcatering für die Gala steuerten Zürcher Hotels bei. So hatten das «Dolder Grand», das «Park Hyatt», die drei Hotels Storch, Alex Lake Zürich und Widder der Living-Circle-Gruppe sowie die Meili-Gruppe je einen «Marktstand», wo sie den Teilnehmenden ihre hochkarätigen Leckerbissen anboten.

Als lockeres Flying Dinner konzipiert, zirkulierten die Gäste zwischen Stehtischen und den sieben Ständen, wo sie sich etwa bei Tarik Lange vom «Park Hyatt» ein Tellerchen mit Schweizer Lachsfilet, Erbse, schwarzer Knoblauchcreme und Salzmelone schnappten, sich zwischen einem Schwatz mit Branchenkolleginnen und -kollegen zur Abwechslung ein veganes Häppchen einer Kürbisvariation mit gebackenen Kichererbsen bei Ingo Kühn vom «Dolder Grand» abholten. Um sich danach etwa noch an einem Fleischgericht mit Lamm-Mignonette, Fregola Sarda,

Taggiasca-Oliven und getrockneten Tomaten von Maurice Marro vom «Baur au Lac» göttlich zu tun. Die süsse Krönung hatten Tino Staub vom Hotel Alex Lake Zürich und Pascal Schmutz, kulinarischer Berater der Meili-Gruppe, im Angebot. Zur Auswahl standen bei Pascal Schmutz zwei Desserts, einmal nuss- und einmal schoggilastig. Tino Staub kredenzte luftige Macarons. Wer den Magen mit Käse schliessen wollte, wurde beim Marktstand von Jumi glücklich, einem innovativen Berner Unternehmen, das sich mit seinen Käse- und Fleischspezialitäten auch in der gehobenen Gastronomie und Hotellerie einen Namen gemacht hat.

«Es ist ein toller Beitrag für die Branche»

Insgesamt hatten die fünf Hotels je 500 Portionen vorbereitet, aufgeteilt in acht verschiedene salzige Gerichte mit Fleisch, Fisch, veganen oder vegetarischen Komponenten sowie drei verschiedene Desserts. «Das Lachsfilet kam bei den Gästen sehr gut an – wie auch das Schweizer Short Rib», so Tarik Lange vom «Park Hyatt». Bei Marcel Köhn von der Living-Cir-

cle-Gruppe gingen der Lachs und das Onsen-Ei ebenfalls weg wie «heisse Weggli». Und alle Köche sind sich einig: Es war schön, wieder einmal an einem solch grossen Event dabei gewesen zu sein.

«Es ist ein toller Beitrag für die Branche, den die beteiligten Hotels mit ihrer Teilnahme geleistet haben», zeigt sich Adriano Pirola von der Agentur Woehrl Pirola begeistert, die massgeblich an der Eventgestaltung des Hospitality Summit beteiligt war. «Für zukünftige Award-Galas können wir uns durchaus vorstellen, andere Regionen wie die Westschweiz oder das Tessin miteinzubeziehen.»

Doch nicht nur für Speis war gesorgt, sondern auch für Trank. An den verschiedenen Bars in der weitläufigen Halle waren Weine von Bindella und Arvi im Angebot, die Palette von San Pellegrino löschte den Durst, und beim Kaffeetruck von Nespresso war Koffein in verschiedensten Varianten im Angebot. Wem neben Wein nach etwas Stärkerem war, der wurde an der Red-Bull-Bar glücklich. Im Hintergrund sorgte DJ Bazzoka für den passenden Soundteppich.