

«200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz»

Zeit-Reise

Januar 2015

Tourismus

Alles begann auf der Rigi

Gastfreundschaft

So wird die Zentralschweiz besser

Gästival

Das sind die Highlights des Jubiläums



Gästival

200 Jahre Tourismus Zentralschweiz

Nostalgiefahrt der Vitznau-Rigi-Bahn
zum 125-Jahr-Jubiläum im April 1996.



Der Stein des Lebens und der Liebe

«Beim Rubin wechseln lichte
und samtene Töne von Rosa
bis zu dunklem Purpur:
Je leuchtender, je lebhafter
das Rot funkelt,
desto erlesener und kostbarer
ist der Stein des Lebens
und der Liebe.»

Dr. Eduard J. Gübelin (1913–2005)

6.95 ct Rubin aus Burma
im Ovalschliff



Gästival

Feiern wir gemeinsam!

Gästival – dieses Wortspiel sagt alles: 2015 wird in der Inner-schweiz zum Jahr der Gastfreundschaft, **zu einem Festival von Gast und Gastgeber**. 200 Jahre nach den ersten Pionierleistungen unserer Vorfahren in unserer Region vereinen sich die Kräfte zu einem einmaligen Jubiläumsjahr. Einzigartig ist das Zusammengehen der fünf Kantone mit den Tourismusorganisationen der Zentralschweiz, mit den Kulturschaffenden, mit der Wirtschaft, mit den Sportvereinen, mit den Unternehmen und den Mitarbeitenden in der Tourismusbranche, mit der Bevölkerung und mit den Gästen. Gästival macht es möglich, es bringt Gäste und Gastgeber zusammen.

Wir alle sind Gäste und Gastgeber

Wir alle wollen unsere positive Kraft, unsere Frohnatur, unsere Naturverbundenheit und unsere Ausstrahlung zeigen. Denn wir alle sind mit der Zentralschweiz verbunden, lieben unsere Landschaft, unseren Lebensraum, unser kulturelles Erbe und wissen um die Bedeutung der Gastfreundschaft. Wir alle sind Gäste und Gastgeber zugleich. 2015 gibt uns Anlass innezuhalten, uns der Errungenschaften, vor allem aber der Gemeinsamkeiten bewusst zu werden und das Potenzial unserer wunderbaren Region zu erkennen und zu geniessen. Gästival soll Gastfreundschaft zelebrieren und dabei einen kleinen, wenn auch nicht unbedeutenden Markstein setzen. Gastfreundschaft ist ein immerwährender Prozess, der nicht an ein Jubiläumsjahr gebunden ist.

Blütezeit der Gastfreundschaft

Gästival gibt uns den Rahmen, um über das Erreichte und das Kommende nachzudenken, um Wertschätzung zu zeigen



und zu erhalten. Für den Zentralschweizer Tourismus ist es eine Blütezeit, symbolisiert durch eine blühende Seerose auf dem Vierwaldstättersee. Diese schwimmende Seerose mit einem Durchmesser von 48 Metern ist eine Pionierleistung, die an die Tradition der bahnbrechenden Taten in unserer Region anknüpft. Wir hoffen, im Sommer 2015 möglichst viele Besucher auf unserer blühenden Seerose begrüssen zu dürfen. Blühen soll der Tourismus auch in Zukunft – mit nachhaltigen Projekten wie dem neuen Waldstätterweg oder dem ausgebauten Tell-Pass. Feiern wir also die Gastfreundschaft gemeinsam – und mit einem zuversichtlichen Blick in die Zukunft.

Adelbert Bütler, Präsident «200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz»

«Zeit-Reise»

«Zeit-Reise» erscheint aus Anlass des 200-Jahr-Jubiläums des Tourismus und der Gastfreundschaft in der Zentralschweiz. 2015 wird in der ganzen Region und während des ganzen Jahres gefeiert. «Zeit-Reise» ist ein Medienprojekt von Gästival und der LZ Medien AG. Es wird unterstützt von Bucherer, Embassy und Gübelin.

Inhalt

200 Jahre Tourismus in der Zentralschweiz: Eine Königin für Könige	4
Der neue Waldstätterweg: Geschichte zu Fuss erleben	14
Reisen heisst sehen: Der Tourismus lebt von Bildern	18
Seerose: Blütezeit – ein Kunstwerk auf dem See	24
Gastfreundschaft: Was die Gäste wollen	28
Luzern setzt auf «Premium»-Qualität	33
Jürg Stettler: «Bevölkerung kommt Schlüsselrolle zu»	36
«Friendly Hosts» für die ganze Innerschweiz	38
Mitmachkampagne: Fasnacht für Gäste	40
Das Gästival – die wichtigsten Fakten	44
Impressum und Bildnachweis	46



200 Jahre Tourismus in der Zentralschweiz

Eine Königin für Könige

Natur, Geschichte und Hirtenidylle lockten die ersten Touristen in die Zentralschweiz. Dann, mit den Hotel- und Bergbahnbauten der Belle Epoque, kam es zur gelobten «Massenhaftigkeit des Fremdenandrangs». Und immer fand sich ein Berg in der Hauptrolle – die Rigi.

Mit der Aufklärung in Europa, mit dem Zusammenbruch der alten Herrschaft in der Schweiz und mit der Reiselust einer neuen europäischen Elite begann das, was sich heute Tourismus nennt, vor rund 200 Jahren in der Innerschweiz. Nicht mehr nur Pilger und Kurgäste entdeckten die Alpen, sondern auch Maler, Literaten und eine reiche Oberschicht, die ohne Zweck, nur zum Vergnügen, nur um des Reisens willen in die Schweiz kamen. Dass dieser Aufschwung ausgerechnet um 1815 einsetzte, hatte mit der politischen Lage in Europa zu tun. Nach dem Ende der napoleonischen Kriege und der Aufhebung der Kontinentalsperre, die es den Engländern seit 1805 verunmöglicht hatte, nach Europa zu kommen, wurde die Schweiz von den vermögenden Engländern als Reiseland entdeckt.

Besonders die Innerschweiz hatte es den Engländern angetan. Natur, Geschichte und Hirtenidylle waren hier in überschaubarer und komprimierter Form zu bewundern.

«Sein schauerlicher Karackter»
«Wegen seines pitoresken, romantischen, grossen und schauerlichen Karackters, und der grossen Mannigfaltigkeit in den Nüanzierungen desselben» sei der Vierwaldstättersee «einer der interessantesten Seen der Schweiz», hiess es schon in einem Reiseführer von 1793. 1885, nachdem die technischen Errungenschaften wie Dampfschiffahrt, Eisenbahn und Bergbahnen hinzugekommen waren, schrieb Gustav Peyer in seinem bekannten Reiseführer, der Vierwaldstättersee sei «nicht nur der centralste und grossartigste, sondern auch

der besuchteste aller Schweizer Seen» und dass selbst «das gefeierte Berner Oberland [...], was die Massenhaftigkeit des Fremdenandrangs betrifft, mit den romantischen Waldstätten nicht mehr concurrieren» könne.

Rigi prägt das Bild der Schweiz

Eine zentrale Bedeutung kam immer der Rigi zu. Was die Besucher auf der Rigi erlebten, prägte das touristische Bild der Schweiz und ihre Aussenwahrnehmung. Künstler und Monarchen schwärmten von den Sonnenaufgängen, Naturforscher vermessen die Alpen von der Rigi aus. Heinrich Keller aus Zürich begann 1804, die Aussicht von der Rigi in Panoramabildern zu malen. Er machte die Königin der Berge bekannt.

Keller war es auch, der Geld sammelte, um ein Berggasthaus auf der Rigi zu bauen. Bis zu diesem Zeitpunkt gab es nur bescheidene Übernachtungs- und Verpflegungsmöglichkeiten auf Rigi-Klösterli und Rigi-Kaltbad. 1815 hatte er das Geld beisammen: 971 Franken genühten, um den Bau zu beginnen (das entspräche heute rund 25 000 Franken). Allerdings bedurfte es eines zweiten Spendenaufrufes in den grossen Städten der Schweiz, um den Bau zu vollenden. Schliesslich wurde das erste Gipfelhotel der Schweiz am 6. August 1816 eröffnet.

Es zählte sechs Betten. Bauherr war Joseph Martin Bürgi, Tuchsneider und Bergführer aus Arth, der seit 1805 das Hotel Krone auf Rigi-Klösterli führte. Gleichzeitig wurde mit dem «Goldenen Adler» in Küsnacht das erste Seehotel eröffnet (siehe Kasten auf Seite 7). Mit einem Schlag hatte die Innerschweiz nicht nur ein Gipfel-, sondern auch ein Seehotel. Nun war es für die Gäste aus der Schweiz und Europa möglich, in Luzern zu übernachten, mit dem Schiff nach Küsnacht zu fahren, um dort Zwischenquartier zu beziehen. Von dort aus war es einfach, die Rigi zu besteigen, die Nacht im Berggasthaus zu verbringen und dann den Sonnenaufgang zu erleben – eine bequeme Tour in die Alpen war möglich.

Das erste Alpenhotel der Schweiz

Tatsächlich steht die Eröffnung des ersten Berggasthauses auf Rigi-Kulm für den Beginn einer neuen Ära des Reisens und der Gastfreundschaft. In der Tourismusgeschichte wird sie auch als die «Geburtsstunde der alpinen Hotellerie» bezeichnet. In den anderen Tourismusregionen folgte man dem Beispiel. Gasthäuser entstanden im Berner Oberland auf dem Faulhorn (1823), auf der Kleinen Scheidegg (1840) und auf dem Briener Rothorn (1840), gefolgt von den Unterkünften für die ersten Alpinisten im Wallis.

Ausschnitt aus dem Rigi-Panorama von Heinrich Keller aus dem Jahre 1815. Touristen entdecken die Bergwelt, jeder Gipfel wird erwähnt.

1815



1815 befand sich das Berggasthaus auf Rigi-Kulm in Bau. 1816 wurde es eröffnet.

EMBASSY

MAKING LUXURY PERSONAL AGAIN

Cartier

VACHERON CONSTANTIN

PIAGET

CHANEL

A. LANGE & SÖHNE
GLASHÜTTE I/SA

HERMÈS
PARIS

AP
AUDEMARS PIGUET
Le maître de l'horlogerie depuis 1875

JB
BLANCPAIN

H
HUBLOT

ULYSSE NARDIN
SINCE 1848

PANERAI

JAEGGER-LECOULTRE

LONGINES
SWISS WATCHES

IWC

Breguet
Depuis 1775

GP
GREUBEL FORSEY
INVENTEURS HORLOGERS

Van Cleef & Arpels

BVLGARI

BREITLING
1884

URWERK
GENÈVE

HARRY WINSTON
TIMEPIECES

FRANCK MULLER
GENÈVE

J* D
JAQUET DROZ

MONT
BLANC

Bell & Ross

ARNOLD & SON
SINCE 1764

BOVET
1822
播威

VERTU

ZENITH
SWISS WATCH MANUFACTURE
SINCE 1849

GP
GIRARD-PERREGAUX
WATCHES FOR THE FEW SINCE 1791

H. Moser & Cie.

LAURENT FERRIER
GENÈVE

Lucerne:

Embassy – Grendelstrasse 2, CH-6004 Lucerne, Tel.: +41 (0)41 418 20 80

Embassy – Kapellplatz 12, CH-6004 Lucerne, Tel.: +41 (0)41 418 50 80

Vacheron Constantin Boutique – Kapellplatz 10, CH-6004 Lucerne, Tel.: +41 (0)41 418 12 88

Officine Panerai Boutique – Kapellplatz 9, CH-6004 Lucerne, Tel.: +41 (0)41 418 12 80

Hermès Boutique – Schweizerhofquai 4, CH-6004 Lucerne, Tel.: +41 (0)41 418 60 80

St. Moritz:

Embassy – Palace Arcade, CH-7500 St. Moritz, Tel.: +41 (0)81 833 35 31

WWW.EMBASSY.CH

→ Erst jetzt waren die Voraussetzungen für den Aufschwung auch in Luzern geschaffen. Mit der Rigi als Reiseziel und dem Vierwaldstättersee als pittoreskem Verkehrsweg wuchs die touristische Bedeutung der Zentralschweiz rasch. Fast gleichzeitig entstand das erste Seehotel in Luzern, der «Schwanen» (1835), und fuhr das erste Dampfschiff, die «Stadt Luzern» (1837, ursprünglich als Transportschiff geplant).

Beginn des modernen Tourismus

Spätestens mit der Einführung der Dampfschiffahrt wurde der Vierwaldstättersee zu einer touristischen Drehscheibe der ganzen Zentralschweiz. Schon damals bildete eine Fahrt mit dem Dampfschiff häufig den Ausgangs- oder Endpunkt einer Reise zu historischen oder landschaftlichen Sehenswürdigkeiten.

Mit der Dampfschiffahrt begann in den Dreissigerjahren des 19. Jahrhunderts auch der moderne Tourismus. Er war eine Folge der Industrialisierung, die nicht nur Innovationen (wie auch die Eisenbahn) und Pionierleistungen (wie später die Bergbahnen) hervorbrachte, sondern auch eine bürgerliche Elite, die willig war, ihr Geld für Reisen auszugeben. Neben der Genferseeregion und dem Berner Oberland avancierte die Innerschweiz zur führenden Tourismusregion der Schweiz – mit einer überdurchschnittlichen internationalen Ausstrahlung.

Dabei profitierte die Vierwaldstätterseeregion nicht nur von den Schönheiten der Natur und dem frühen Ausbau der Hotel- und Verkehrsinfrastruktur, sondern auch von der prominenten Geschichte der Eidgenossenschaft.

Geschichte als Standortvorteil

Die gebildeten Europäer dürstete es nach Geschichtsidylle. Sie erlebten ihr eigenes 19. Jahrhundert als eine Zeit der Wirren mit bürgerlichen Revolutionen und aristokratischen Gegenrevolutionen. In der Schweiz vermischten sich die Freiheitslegenden mit der Idylle einer heilen, wenn auch armen Welt. Hier suchten die Europäer, was sie unter einer freiheitlichen Gesellschaft verstanden.

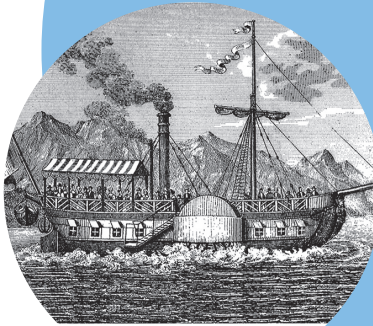
Besonders in der Innerschweiz manifestierte sich die Erinnerungskultur als ein nachhaltiger Standortvorteil. Schon in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts – besonders nach der Uraufführung des Tell-Dramas von Friedrich Schiller in Weimar (1804) – wussten die Menschen in der Innerschweiz um die Ausstrahlungskraft ihrer Geschichtsüberlieferung.

Verklärung von Orten und Menschen

Geschichte zu inszenieren, lag in der Urschweiz angesichts der Fülle von historischen Stätten auf der Hand. Bewusst und erfolgreich wurden Teile des historischen Selbstverständnisses umgedeutet in



1837



Bateau à vapeur «Stadt Luzern» 1837
Kopiert nach einem Hotelprospekt
des «Schwanen»

Die «Stadt Luzern» war das erste Dampfschiff auf dem Vierwaldstättersee (aus einem Prospekt des «Schwanen» in Luzern).

Das heutige Rathaus von Küsnacht war 1816 das erste Seehotel



Dort, wo heute geheiratet wird, kehrten einst Gäste aus aller Welt ein. Im zweiten Stock des heutigen Rathauses von Küsnacht befindet sich der Ratsaal, der auch für Trauungen genutzt wird. Ursprünglich war das herrschaftliche Gebäude von Pfarrer Franz Karl Sidler als Privatpfarrhaus im Stil eines barocken Palais direkt am See gebaut worden. Das war 1728. 1816 wandelte es Jakob Christoph Trutmann, Schreiber der Landschaft Küsnacht, in ein Hotel um – den «Goldener Adler». Es war das erste Seehotel der Innerschweiz. 1820 übernachtete hier der schwäbische Dichter Ludwig Uhland auf seiner Hochzeitsreise. 1833, in der stürmischen Zeit der Schwyzer Kantonstrennung, klopfte alt Schultheiss Josef Karl Amrhyn von Luzern als eidgenössischer Vermittler an. 1842 wurde das Anwesen aus der Stiftung der Gebrüder Franz und Karl Violat an den Bezirk verkauft. Seither wird es als Rat- und Gerichtshaus verwendet.

Ein Bild, das alles über den Tourismus in der Zentralschweiz sagt: See, Berge, Luxus-hotellerie, Innovationen wie Dampfschiff und Axenstrasse, dazu die von Nationalstolz zeugenden Schweizerflaggen (Ansicht von Brunnen mit dem «Waldstätterhof» um 1870).



→ mystische Überhöhungen von Orten und Persönlichkeiten. So wurden nicht nur die Tell-Sage, sondern auch Niklaus von Flüe oder die Rütli-Wiese benutzt, um Schweiz-Bilder zu fabrizieren, die sich an Touristen richteten. Besonders in der Zeit des europäischen Nationalismus, der in die Blütezeit des Tourismus nach dem Deutsch-Französischen Krieg von 1870/71 fiel, waren die Europäer empfänglich für Geschichtsbilder, die von Freiheit und Unabhängigkeit schwärmten. Doch nicht

«Nichts übertrifft die Schönheit des Sees... das wunderbare Farbenspiel von Saphirblau bis Emeraldgrün.»

Königin Victoria, 1868

nur die Aussenwahrnehmung der Schweiz wurde durch das Bild geprägt, das auf Geschichtslegenden und Inszenierungen beruht. Auch das Selbstverständnis und die Selbstwahrnehmung der Schweiz wurden beeinflusst – bis heute. Auch in der Belle Epoque, der Zeit des langen Friedens zwischen dem Deutsch-Französischen Krieg von 1870/71 und dem Ersten Weltkrieg von 1914 bis 1918 fand sich die Rigi in der Rolle der touristischen Schrittmacherin. Beflügelt von den Zehntausenden von Besuchern,

die in den Fünfzigerjahren des 19. Jahrhunderts auf der Rigi übernachteten, wurde der Ausbau des kommerziellen Aussichtstourismus vorangetrieben. 1871 war die Rigi bereit für den Ansturm vor allem der deutschen Gäste. Mit der Eröffnung der Zahnradbahn von Vitznau auf die Rigi wurde ein regelrechter Boom ausgelöst.

Reisen wie im Kino

Eine der wesentlichen Voraussetzungen für den Bau der Rigi-Bahn war die Er-schliessung der Zentralschweiz durch die Schweizerische Centralbahn. 1859 wurde der erste Bahnhof in Luzern eröffnet, die Anbindung an Basel (an Zürich erst ab 1864) führte zu einem Massenansturm

von Gästen in Luzern und in der Inner-schweiz. Mit der Eisenbahn, die schnell, günstig und witterungsunabhängig war, wurde das Reisen revolutioniert. Wie in einem Kinositz bewegte sich der Fahrgast durch die Landschaft, die zu einem Teil des Reisezieles wurde. Es entstand ein neues Gefühl für Raum und Zeit; der Tourismus erreichte eine neue Mittelschicht.

Lob auf die Gastfreundschaft

Inbegriff der neuen Gruppenreisen, die mit der Eisenbahn aufkamen, war Thomas Cook. 1863 führte die erste Gruppenreise in die Schweiz, 1880 kamen wöchentliche Extrazüge mit englischen Gruppen von bis zu 150 Personen in Luzern an. Luzern, Engelberg, die Rigi und die italienischen Seen waren das Standardprogramm einer sechstägigen All-inclusive-Reise. Jemima Morell, die 1863 mit der ersten Pauschalreise von Thomas Cook auch nach Luzern und auf die Rigi kam, lobte die Gastfreundschaft: «Zweifellos verstehen sich die Schweizer auf bequeme Zugreisen. Die Bahnverantwortlichen legen es nicht darauf an, die Fremden möglichst rasch durch ihr schönes Land zu schleusen, sondern führen sie mit Begeisterung von Station zu Station.»

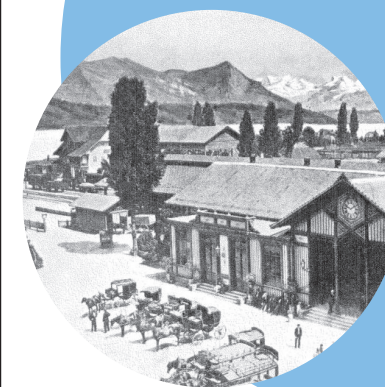
«Kein Geld, kein Schweizer»

Nicht immer wurde die Gastfreundschaft aber gelobt. «Kein Geld, kein Schweizer», spielte James Fenimore Cooper, der US-Schriftsteller («Lederstrumpf»), der während sieben Jahren in Europa lebte, auf die bedingte Leistungsbereitschaft der Gastgeber an. Das war 1836. 1861 schrieb ein französischer Künstler, Adolphe Desbarolles, über die Schweiz: «Mit allem wird in diesem Land ein Ge-schäft gemacht, sogar mit dem Liebreiz der Kinder.»

Offenbar war der Konkurrenzkampf unter den Gewerbetreibenden, die um die aus-ländische Kundschaft buhlten, gross. Beleg



1859

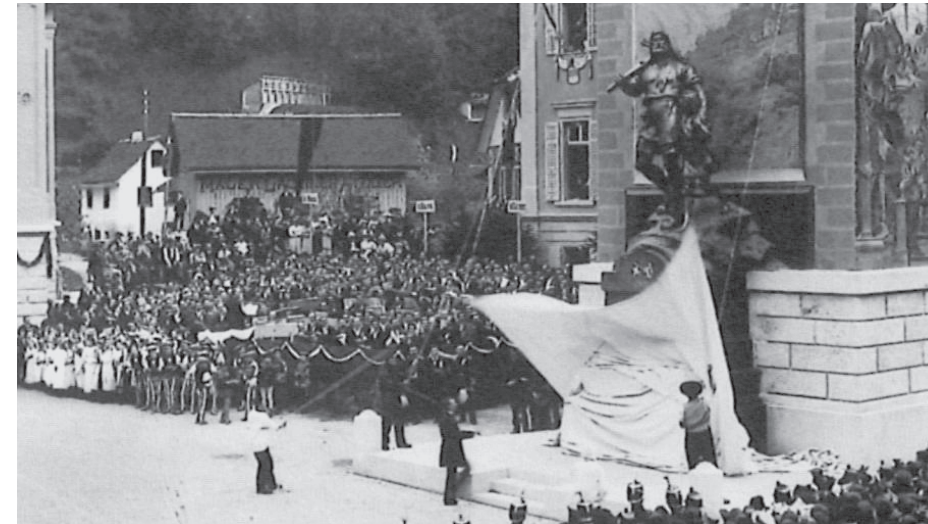


Der erste Bahnhof in Luzern wird eröffnet.

Exklusiv bei
MANOR
25% Rabatt*
 auf die Seerosen-
 Tagestickets.
* nur mit der Manor Karte
 (exkl. Vorverkaufs-
 gebühren)

Donnons du style
 à la vie

MANOR



28. August 1895:
 Enthüllung des Tell-
 denkmals in Altdorf.
 1899 wird das Tell-
 spielhaus mit 1200
 Plätzen eröffnet.

→ dafür ist Punkt 2 aus dem «Reglement über den Reisendentransport in Weggis» von 1862. Dort heisst es: «Den Pferdehaltern, Trägern, Führern, Wegweisern u. dgl. ist untersagt, den ankommenden Reisenden selbst sich anzutragen u. sie für sich zu gewinnen, indem man ihnen Wege u. Gänge versperrt, sie herumstösst od. zerrt od. ihnen Dienste zu geringern Tarifen anbietet, als der obrigkeitliche Tarif bestimmt.»

«... einer der
 traurigsten Anblicke,
 die mir je unter die
 Augen gekommen sind.»

Mark Twain, 1880, über die
 durchfrorenen Gäste vor dem
 Sonnenaufgang auf der Rigi

Boom der Bergbahnen

Auf der Rigi verschmolzen Bahn- und Naturerlebnis zu einem neuartigen Ensemble. Nun waren auch Tagesausflüge für Gäste, die in Luzern oder Zürich übernachteten, möglich. Sofort stiegen die Besucherzahlen an, das Vorbild der ersten Bergbahn in Europa wurde bis zu Beginn des Ersten Weltkrieges überall in Europa kopiert.

Auch in der Zentralschweiz ist die Liste der Bergbahnen, die in der Belle Epoque entstanden, beeindruckend:

1871: Vitznau–Rigi-Staffel (1873 bis Rigi-Kulm, Zahnradbahn); 1875: Arth–Rigi-Staffel (Zahnradbahn); 1884: Luzern–

Gütsch (Standseilbahn); 1888: Kehrsiten–Bürgenstock (Standseilbahn); 1888: Brünigbahn (Eisenbahn); 1889: Alpnach–Pilatus (Zahnradbahn); 1893: Stans–Stanserhorn (Standseilbahn); 1898: Stansstad–Engelberg (und 1899: Stansstad–Stans, Strassenbahn); 1902: Kriens–Sonnenberg (Standseilbahn); 1905: Brunnen–Axenstein (Zahnradbahn); 1905: Hammetschwandlift auf dem Bürgenstock; 1906: Flüelen–Altdorf (Strassenbahn); 1910:

Luzern–Montana (Standseilbahn); 1912: Luzern–Dietschiberg (Standseilbahn).

Neben den Bergbahnen wurde auch die übrige Infrastruktur ausgebaut. Luzern erhielt ein Trinkwassernetz (um 1870) und ein Stromnetz (1886); die Elektrifizierung wurde vor allem durch die Hotellerie vorangetrieben. Die ersten Stromabonnenten in der Stadt waren «Schweizerhof», «Du Lac», «Gütsch» und «National». 1889 waren 30 Hotels in der Schweiz elektrifiziert, dagegen nur 3 Bahnhöfe, 28 Dampfschiffe, 12 Restaurants und 15 private Wohnhäuser. 1865 begann Luzern, die Tourismusmeile im Wey-Quartier zu planen (siehe auch



1861



Auf dem Pilatus wird das Gasthaus eröffnet (Panorama von Xaver Schwegler von 1855).

1889 wird die Zahnradbahn auf den Pilatus eröffnet. Zwei Welten treffen aufeinander – modernste Bahntechnik und der sagemumwobene Berg (Aquarell von Ulrich Gutersohn um 1900).



→ Seite 22 und 23). Gleichzeitig wurde die Axenstrasse gebaut, die Brunnen als ein neues Tourismuszentrum erschloss. 1869 wurde das Grand Hotel Axenstein in Morschach eröffnet, in Brunnen folgten das Hotel Waldstätterhof (1870) und das Grand Hotel Brunnen (1905). Die eigentliche Hochkonjunktur erlebte die Region erst nach der Wirtschaftskrise um 1885. Zwischen 1890 und 1910, in den goldenen Jahren der Belle Epoque, boomte die Hotellerie. Alleine in der Stadt Luzern entstanden 28 neue Hotels, und die Zahl der Gästebetten vervielfachte sich zwischen 1892 und 1914 von 3800 auf 9400.

Nun reisten auch Fabrikanten, Beamte, Geschäftsleute, Anwälte und Ärzte. Zunächst stammte der grösste Teil der Gäste aus England, ab den Achtzigerjahren aus Deutschland. Vor dem Ersten Weltkrieg

«Ein ächt germanisch Weib.»
«Vaterland», 3. Mai 1893, über die deutsche Kaiserin beim Staatsbesuch von Wilhelm II. in Luzern

machten die Deutschen rund einen Drittel der Gäste aus; dahinter folgten Engländer, Franzosen, Amerikaner und Schweizer.

Könige machen Werbung

Eine nicht zu unterschätzende Werbewirkung hatten die Reisen der «allerhöchsten Gäste», der gekrönten Häupter. Die englische Königin Victoria verbrachte die Sommerferien 1868 in der Zentralschweiz, teilweise inkognito. Bekannt ist ihr Besuch der Baustelle des Grand Hotels Axenstein.

Der deutsche Kaiser Wilhelm II. besuchte Luzern auf seinem Staatsbesuch von 1893, König Ludwig II. von Bayern liess 1881 an den «Originalschauplätzen» aus «Wilhelm Tell» von Friedrich Schiller rezitieren. Aber auch Königin Sophie der Niederlande (1853), König Leopold I. von Belgien (1854), König Johann von Sachsen (1857), die Zarin von Russland (1860), König Ferdinand von Portugal (1863), Kaiser Napoleon III. von Frankreich (1865) und König Wilhelm III. von Holland (1865) besuchten die Innerschweiz. Mehrfach zu Gast war Kaiserin Elisabeth von Österreich.

Das schnelle Ende mit dem Krieg

Luzern bot immer mehr für die Unterhaltung der Gäste. 1882 wurde der Kursaal eröffnet, ab 1885 fanden Seenachtsfeste statt, Regatten seit 1884 (auf dem See, seit 1933 auf dem Rotsee), Pferderennen seit 1898, Tennis und Golf seit 1901 und 1902, das Lido wurde 1929 eröffnet, die Musikfestwochen starteten 1938.

Die eigentliche Blütezeit des Tourismus dauerte bis 1914. Mit dem Ausbruch des Ersten Weltkrieges im Juli 1914 blieben auch die Gäste aus – schlagartig. Luzern zählte im August 1913 noch 73 786 Reisegäste, im August 1914 waren es nur noch 8 937.



LACRIMA

Diamantkollektion
aus dem Atelier Bucherer

BUCHERER
1888

UHREN SCHMUCK JUWELEN
Luzern Schwanenplatz 5 | bucherer.com



Der neue Waldstätterweg

Geschichte zu Fuss erleben



Der Waldstätterweg
in Beckenried.

Warum, wann, wo und wie kamen die ersten Touristen an den Vierwaldstättersee und in die Innerschweiz? Was ist von dieser Geschichte überliefert? Und was prägt die Kultur, Natur und Gesellschaft noch heute?

Dies sind Fragen, die auf dem neuen Waldstätterweg rund um den Vierwaldstättersee beantwortet werden. Ab dem 1. Mai 2015 wird Wandern auf historischen Pfaden in der Zentralschweiz möglich sein. Der ursprüngliche Waldstätterweg, der 1991 als Beitrag der Innerschweizer Kantone an das 700-Jahr-Jubiläum der Eidgenossenschaft erstellt wurde, wird von Gästival zu neuem Leben erweckt. Während der Weg der Schweiz um den Urnersee führt, umrundet der Waldstätterweg die anderen Arme des Sees von Brunnen bis auf das Rütli. Der neue Weg ist 119,6 Kilometer lang. Mehr als die Hälfte der Strecke besteht aus historischen Verkehrswegen. Auf diesen wanderten einst Pilger und Literaten (wie Johann Wolfgang von Goethe, Mark Twain oder Leo Tolstoi), Philosophen (wie Georg Wilhelm Friedrich Hegel oder Friedrich Nietzsche) und Maler (wie William Turner), Musiker (wie Felix Mendelssohn-Bartholdy, Franz Liszt oder Richard Wagner) und Monarchen (wie Königin Victoria oder Ludwig II. von Bayern), ebenso die Pioniere des modernen Tourismus.

Nr. 98 im Wanderwegnetz

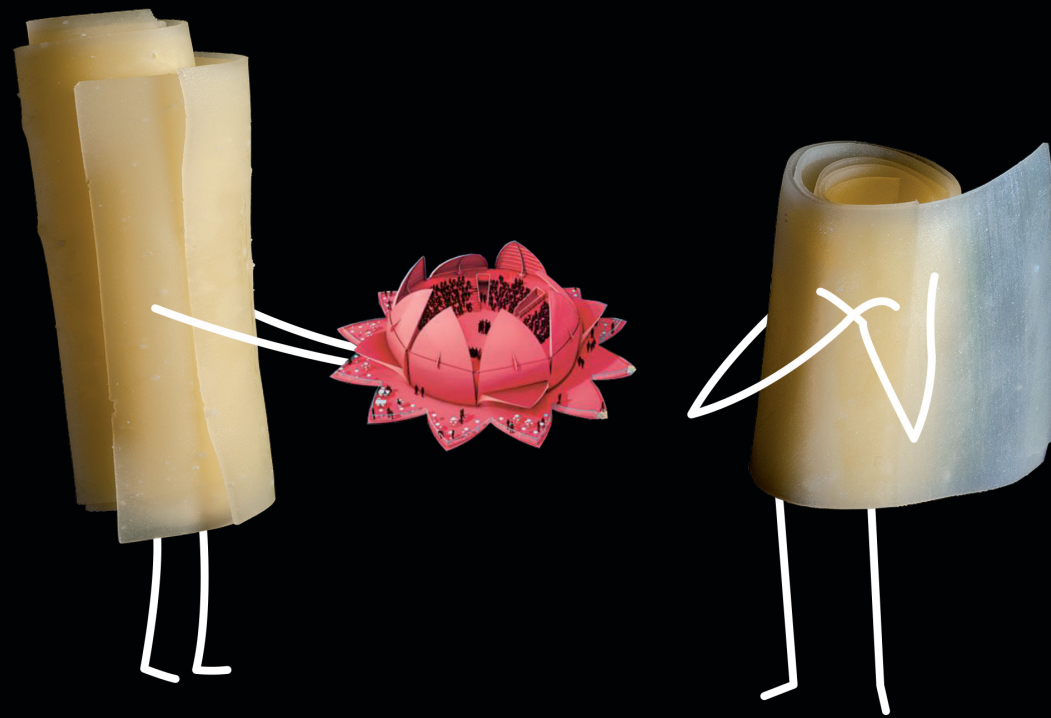
Der neue Waldstätterweg wird als regionale Route in das Netz von Schweiz-Mobil/Wanderland aufgenommen und durchgehend in beiden Richtungen als Route Nr. 98 signalisiert. Die Nummernwahl schliesst an den Weg der Schweiz an, der die Nr. 99 trägt. Der neue Waldstätterweg wird eine klassische Fernwanderroute sein, die sich ganz oder in Teilen, auch in Tagesetappen, erleben lässt (für die Streckenführung und Wanderzeiten siehe Karte auf Seite 17).



1863



Die erste Gruppenreise von
Thomas Cook auf die Rigi
(Bild der Heiligkreuz-Kapelle).



**sbrinz AOP –
für Gäste nur das Beste!**



→ Erlebbar wird die Geschichte dank einer elektronischen App. Diese erzählt an fünfzig Standorten mit Texten, Abbildungen und mit historischen Film- und Tondokumenten von der Tourismus- und Agrargeschichte der Vierwaldstätterseeregion. Als Wegbegleiter wird auch der neue Kulturlandschaftsführer «Waldstätterweg und Weg der Schweiz» dienen. Ausserdem wird es entlang der historischen Wege möglich sein, auch touristische Angebote – Bahnen, Hotels, Restaurants usw. – im Voraus zu buchen.

Didaktikplattform für Schulen

Eine neue Didaktikplattform richtet sich zudem an Schüler und Lehrer der Primar- und der Sekundarstufe I und II. Gegenwärtig wird das Unterrichtsmaterial, das kompatibel mit den Anforderungen des Lehrplans 21 ist, aufbereitet.

«Wenn man aus den Bergen kommt und nach dem Rigi sieht, das ist, als käme am Ende der Oper die Ouvertüre.»

Felix Mendelssohn-Bartholdy, zwischen 1830 und 1832

Dabei werden fünf didaktische Thementouren angeboten. Eine der Touren heisst «Schöne Aussichten!» und thematisiert die Bilderwelt des Tourismus. Auf einer zweitägigen Exkursion, die am ersten Tag in das Alpineum und das Bourbaki-Panorama in Luzern führt, werden die Schüler von einem historischen Reiseführer begleitet – Michael Aschwanden (1865 bis 1940) aus Uri. Aschwanden war Fotograf an der Axengalerie und ein Tüftler. Er schaffte es dank eines neuen Entwicklungsverfahrens, erstmals Instant-Fotografien an Touristen zu verkaufen. Am zweiten Tag fahren die Schüler mit dem Postauto auf der historischen Axenstrasse von Flüelen über Brunnen und Gersau auf der Waldstätterroute nach Vitznau. Selbstverständlich wird ein Fotostopp bei Brünischart (zwischen Brunnen und Gersau) eingeschaltet, wo Aschwanden seine Bilder machte.



Der Waldstätterweg (rot) lässt sich in sieben Etappen erwandern. Er ergänzt den Weg der Schweiz (grün).

Der Tourismus lebt von Bildern

Reisen heisst sehen

Panoramablick vom Hotel National, das 1870 als erstes Grand Hotel im Stil des Historismus in Luzern erbaut wurde.

Wer reist, macht sich ein Bild. Und er macht Bilder. Vorstellungen über ein Reiseziel bilden den Ursprung der modernen Reiselust. Gleichzeitig werden Aussichten und Sehenswürdigkeiten inszeniert, der Tourismus erzeugt seine eigenen Bilderwelten. Luzern ist ein Paradebeispiel dafür.

Hans Conrad Escher von der Linth war ein Naturforscher der ersten Stunde. 1000 Aquarelle und Zeichnungen, darunter über 200 Panoramen, schuf er zwischen 1780 und 1822 in der Inner-schweiz. Es war die Zeit der Vermessung und Verbildlichung der Alpen. Das herausragendste Beispiel entstand zwischen 1762 und 1786 – das Relief der Urschweiz von Franz Ludwig Pfyffer von Wyher, das noch heute zu den

grossen Attraktionen des Gletschergartens in Luzern zählt.

Es war der Beginn der breiten-wirksamen Entdeckung der Alpen. Künstler bildeten die Natur ab – mit einem wissenschaftlichen Auftrag zwar, aber auch mit Verklärung und Schwärmerei. Naturphänomene wie die Kraft des Lichtes fanden Eingang in die Malerei, etwa von William Turner (1775–1881), die Nachfrage nach

«Keine Feder beschreibt, kein Pinsel malt die entzückende Aussicht ... auf den See und nach der majestätischen Alpenkette.»

Reiseführer von 1855

Andenken in Öl und Grafik stieg rund um den Vierwaldstättersee, bereits Mitte des 19. Jahrhunderts hatte sich eine publikumswirksame Touristenmalerei etabliert. Zu den Kunden von Josef Zelger, der 1851 von Stans nach Luzern zog und sein Schnellmaler-Atelier neben dem neuen «Schweizerhof» einrichtete, gehörten auch die englische Königin Victoria und der bayrische König Ludwig II.

Tourismus lebt von Bildern

Erst mit diesem Einsatz und später – um 1890 – mit der Vervielfältigung von Bildern setzte der Tourismus-Boom ein. Veduten, Panoramen, Dioramen, Landschaftsmalerei und Ansichtskarten prägten den frühen Tourismus. Sie wurden zu einem wesentlichen Instrument der Vermarktung von Landschaften, Städten und Gefühlen – wie es heute Bilder in

Prospekten, Katalogen und Filmen sind. Bilder nahmen schon früh auch die Rolle von Andenken ein. Und sie eigneten sich, den Neid der Daheimgebliebenen zu wecken. Heute sind es die Selfies vor der Kapellbrücke in Luzern, Ende des 19. Jahrhunderts waren es die Postkarten mit einem flüchtigen «Gruss aus Luzern».

Tourismus inszeniert Bilder

Schon der frühe Tourismus gab sich dabei nicht mit den Gegebenheiten der Natur zufrieden. Aussichten wurden inszeniert. Auf der Rigi wurden Aussichtsplattformen gebaut – ein Pavillon auf dem Känzeli und ein Holzturm auf Rigi-Kulm. Später kamen die Bergbahnen dazu. Berge wurden zu Aussichtsbergen. Und in der Stadt Luzern musste die Hofbrücke weichen. 1805 diente sie noch als Aussichtsterrasse mit einer kleinen Tafel in der Mitte, be-



Eröffnung des Grand Hotels Bürgenstock durch Franz Josef Bucher-Durrer.

WELCOME TO OUR WORLD

Im Epizentrum extremster Missionen verlassen sich Ausnahmepiloten, die täglich Höchstbelastungen ausgesetzt sind, hinsichtlich Sicherheit ausschliesslich auf die leistungsstärksten Instrumente. Im Epizentrum extremster Missionen ist die Avenger von Breitling in ihrem Element. Die Avenger Modelle, ein Konzentrat aus Performance, Präzision und Funktionalität, zeichnen sich durch ihre ultrarobuste Konstruktion und ihre Wasserdichtheit von 300 bis 3000 Tiefenmetern aus. In diesen authentischen Instruments for Professionals ticken von der COSC – der höchsten offiziellen Instanz in Sachen Zuverlässigkeit und Präzision – Chronometer-zertifizierte Automatikwerke. Willkommen in der Welt von Breitling.



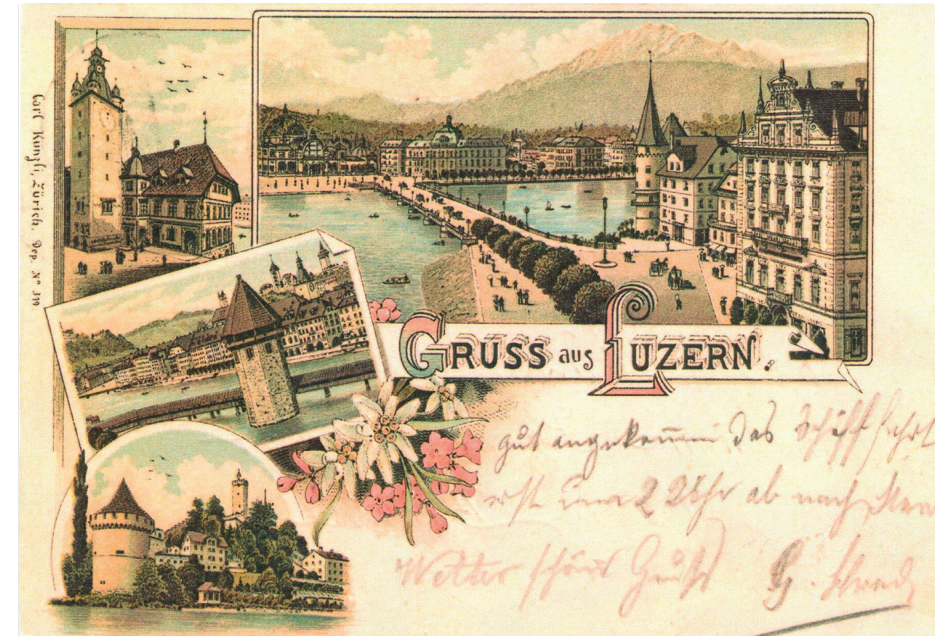
GÜBELIN



SUPER AVENGER II



INSTRUMENTS FOR PROFESSIONALS™



Sehen und gesehen werden – von der Postkarten- zur Selfie-Welt (links eine Ansichtskarte von 1900, unten asiatische Touristen vor der Kapellbrücke).

→ schriftet als «Gebirgs- und Höhenzeiger», wie Arthur Schopenhauer schrieb. 1835 beschloss aber der Stadtrat, das «bedeckte Gerüst» vor dem neuen «Schwanen» abzureissen. Es versperre nur die Aussicht der reichen Gäste. Inszeniert wurden auch die Hotelwelten. Während die ersten Hotels in der Inner-schweiz noch ohne Rücksicht auf die Aus-sicht in die Natur gebaut wurden, änderte sich dies nach 1830. Lage und Architektur der Hotels sollten die Bilderwünsche und -vorstellungen der Gäste erfüllen. Die heutigen Resorts – beispielsweise das «Chedi» in Andermatt – unterscheiden sich in dieser Beziehung nicht von den Grand Hotels der Belle Epoque.



Tourismus erzeugt Bilder

Damit aber nicht genug: In der Blütezeit der Belle Epoque beschränkte sich der Tourismus nicht auf die Inszenierung der Landschaft und des Hotelenerlebnisses. Er begann, die Geschichte zu interpretieren, durchaus eigenwillig, und nicht nur Bilder, sondern Geschichtsbilder zu produzieren – von Freiheit und Heldentum. Er begann, eine heile Welt zu verkaufen, Bilder von Heimat und einer intakten Natur. Er schuf

damit eine Gegenwelt zum Alltag. Friedrich Schiller hatte die Tell-Sage zwar schon 1804 geschrieben (ohne jemals einen Fuss in die Innerschweiz gesetzt zu haben) und damit die Freiheitslegende in den deutschsprachigen Raum hinausgetragen. Touristisch wurde Wilhelm Tell aber erst gegen Ende des 19. Jahrhunderts aus- geschlachtet. 1895 antworteten die Urner mit der Enthüllung des Tell-Denkmal in



→ Altdorf auf das Tell-Fieber der Schweiz-besucher, 1899 wurde das Tellspielhaus eröffnet – mit einer Kapazität von 1200 Plätzen. Tausende von Touristen kamen nach Altdorf, so dass 1906 sogar eine Strassenbahn von Flüelen bis vor das Denkmal gebaut wurde. Sie war bis 1951 in Betrieb.

Eng, schmutzig, unbeleuchtet

Luzern befand sich Mitte des 19. Jahrhunderts in einem dramatischen Umbruch. Seit dem Mittelalter hatte die Stadt davon gelebt, Söldner in die Fremde zu schicken – eine Einnahmequelle, die 1848, nach der Gründung des Bundesstaates, wegfiel. Zudem hatte sich Luzern vor der Industrialisierung verschlossen. Statt in Fabrikbauten investierten die (vorwiegend auswärtigen) Geldgeber nun in Hotelbauten und Bahnen. Statt das Geld in der Fremde zu verdienen, wurden die Fremden also in die Innerschweiz geholt. Luzern war aber für den Tourismus nicht geeignet; die Stadt diente zunächst

«Ich war von der Herrlichkeit dieses Wassers, der Berge und des Himmels ... bis in die tiefste Seele erschüttert.»

Leo Tolstoi, 1857, im «Schweizerhof»

nur als Ausgangspunkt für die Reise auf die Rigi. «Die Stadt, die an einem sanften Abhange erbaut ist, scheint von fern viel schöner und grösser, als sie wirklich ist, wozu die vielen Thürme in ihren Mauern nicht wenig beitragen», schrieb Christoph Meiners, ein deutscher Philosoph, 1782. Und noch 1857 beschwerte sich Leo Tolstoi: «Die engen, schmutzigen, unbeleuchteten Gassen, ... die Begegnungen mit betrunkenen Arbeitern und mit Frauen, die Wasser holten, ... vermochten meine düstere Stimmung nicht zu verscheuchen.» Erst jetzt trat Luzern in ein neues Zeitalter ein. Jetzt wurden die Stadtmauern geschleift, um Platz für das Neue zu schaffen. Faktisch endete in Luzern erst jetzt, dann auch mit dem Bau des ersten Bahnhofs und der Neustadt, das Mittelalter.

Bildermeile in Luzern

Luzern erkannte die Bedeutung und die Funktionsweise des Tourismus. 1836 bis 1845 wurde der Schweizerhof-Quai als



Aussichtspromenade ausserhalb der mittelalterlichen Stadt aufgeschüttet. Er diente als Tribüne zur Bewunderung der Bergwelt und als Bühne für den gesellschaftlichen Auftritt. Gleichzeitig wurde die Stadt zu einer Attraktion umgebaut und für ein internationales Publikum inszeniert. 1865 folgte ein eigentlicher «Masterplan Tourismus». Seit 1821 war das Löwendenkmal eine der grossen Sehenswürdigkeiten von Luzern, aber nicht mit der Stadt verbunden. Nun wurde das Wey-Quartier erschlossen – mit einem neuartigen Instrument, mit einem Bebauungsplan. Auf dem Reissbrett wurde eine Touristenmeile geplant mit einem Boulevard

zwischen See und Löwendenkmal und mit einem rechteckigen Strassenbild. Die gekrümmte Hofstrasse war schon damals das letzte Relikt des alten Luzern. Die kleinen Gewerbebuden verschwanden, bis 1900 war in jedem zweiten Gebäude ein Tourismusbetrieb untergebracht. Vor allem wurde der Abschnitt zwischen See und Löwendenkmal zu einer «Sehmeile». 1860 wurde der Museumsplatz an der Stelle des alten Weggistores geschaffen. Dioramen lösten Panoramen ab, Show-Effekte mit Wind und Dampf erhöhten das Seherlebnis. Überall in der Stadt wurden Dioramen ausgestellt, aber das Wey- etablierte sich als das Museumsquartier. 1873 wurde der Gletschergarten eröffnet, 1886 folgte das Löwendenkmal-Museum (heute Alpineum), 1889 wurde das Rundgebäude für das Bourbaki-Panorama gebaut, 1909/10 zog das Friedensmuseum von einer Holzburg beim Bahnhof in ein neues Gebäude im Museumsquartier um (in das heutige Fluhmatt-Schulhaus). Die Planer hatten damit bemerkenswerte Weichen gestellt. Luzern wollte nicht nur eine Touristenstadt für Naturschauspiele und Landschaften sein, sondern auch für Museen mit politischen Inhalten.

Zwischen dem Löwendenkmal (Bild oben), das 1821 eingeweiht wurde, und dem See entstand eine Tourismusmeile mit Sehenswürdigkeiten. Dazu gehörte auch das 112 mal 10 Meter grosse Bourbaki-Rundgemälde (rechts), das 1889 erstmals in der Rotunde am Löwenplatz gezeigt wurde.

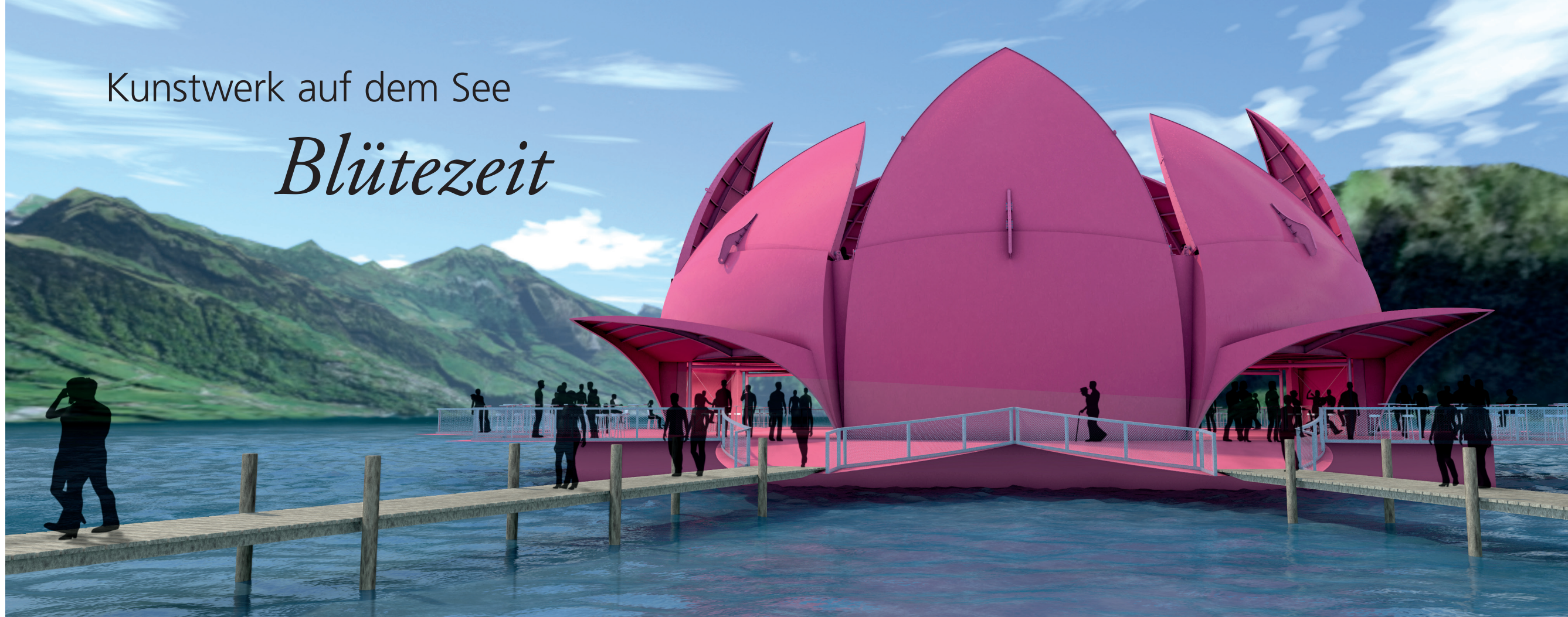


Das erste Hotel mit Winterbetrieb eröffnet in Andermatt (Postkarte von 1905).

Kunstwerk auf dem See

Blütezeit

Die schwimmende Plattform in einer Visualisierung – die Farbe ist dem natürlichen Pink der Seerose nachempfunden.



Herzstück des Tourismusjubiläums ist die Seerose, die schwimmende Gästival-Plattform auf dem Vierwaldstättersee. Sie ist weder Schiff noch Gebäude, sondern eine Skulptur – 48 Meter breit und 16 Meter hoch. Sie wird vom 29. Mai bis am 4. Oktober auf dem See unterwegs sein.

Mit dem Bau der Seerose ist im September 2014 begonnen worden. In der Werft der Shiptec AG, einem Tochterunternehmen der Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees (SGV), werden in Luzern zurzeit die riesigen Stahlträger auf die Pontons montiert. Gleichzeitig werden die Blütenblätter in der Schlosserei von Andreas Rohrer in Kägiswil zusammengeschweisst. Im April 2015 wird die Stahlkonstruktion fertiggestellt sein. Danach erfolgt der Innenausbau. Entworfen wurde die Seerose von Dolmus Architekten in Luzern. Sie lehnt sich an Entwürfe eines Ideenwettbewerbes der Hochschule Luzern

(Technik & Architektur, Design & Kunst) vom Sommer 2013 an. Die Planungs- und Baukosten sind mit 3 Millionen Franken veranschlagt.

Leergewicht von fast 500 Tonnen

Leer wird die Seerose 462 Tonnen wiegen, geflutet 1322 Tonnen. Sie wird über insgesamt acht Blütenblätter verfügen, die einklappbar sind. Damit wird ein optimaler Wetterschutz gegen Wind und Regen geboten. Die Zuschauerkapazität in der Arena reicht von 110 bis zu 493 Personen; davon sind 400 Sitzplätze gedeckt. Inklusive Personal und Gastronomiebereiche

ist die Seerose für maximal 700 Personen ausgelegt. Die Gastronomie ist in einem gedeckten Bereich im Erdgeschoss mit einer Fläche von rund 500 Quadratmetern untergebracht. Dort können bis zu 300 Personen sitzend verpflegt werden. Die Seerose ist rollstuhlgängig und mit einem Aufzug ausgestattet.

Sechs Stationen

Vom 29. Mai bis 4. Oktober 2015 wird die Seerose an sechs verschiedenen Orten in der Innerschweiz anlegen. Während jeweils drei Wochen wird die Plattform als Begegnungsort für die Bevölkerung und Gäste sowie als Bühne für eine Vielzahl von kulturellen Anlässen dienen.

Die Stationen sind die folgenden:

- **Luzern:** 29. Mai bis 21. Juni.
- **Stansstad:** 25. Juni bis 12. Juli.
- **Brunnen:** 6. Juli bis 2. August.
- **Alpnachstad:** 6. bis 23. August.
- **Flüelen:** 27. August bis 13. September.
- **Vitznau:** 17. September bis 4. Oktober.

«Ach, Du würdest Luzern nicht wiedererkennen, bloss die Brücken und neun alten Türme.»

Mark Twain, 1897 an einen Freund, mit dem er 1878 in Luzern war

Auf die Besucher der Seerose wartet ein vielfältiges und abwechslungsreiches Programm. Während des Tages werden die Zutaten der Gastfreundschaft zelebriert. Freude, Neugierde, Leidenschaft und Herzlichkeit prägen die Seerose – in künstlerischen Darbietungen und in der Gastronomie. Ebenso lässt sich die einzigartige Tourismusgeschichte der





VIVE ELLE

NEUE DIAMANT-KOLLEKTION
AUS DEM ATELIER BUCHERER

Das feine Formenspiel
im Esprit des Art déco –
Triumph der Schönheit,
Hommage an die Sinnlichkeit
der 20er-Jahre.

BUCHERER
1888

UHREN SCHMUCK JUWELEN
Luzern Schwanenplatz 5 | bucherer.com

→ Innerschweiz auf der Seerose erleben. Lustvoll, verspielt und unterhaltsam wird sie in künstlerischen Interventionen erzählt. Historische Figuren treten in Erscheinung, informieren und erzählen aus ihrer Zeit. Am Abend wird die Seerose als Eventbühne für Konzerte, Theater und andere kulturelle Veranstaltungen genutzt. 493 Gäste finden Platz in der Arena. Hier treffen Gäste auf Gastgeber und erleben die Vielseitigkeit der Zentralschweiz in ihrer ganzen Farbigkeit und ihrem ganzen Reichtum.

Kantone mit eigenen Highlights

Je nach Standort finden unterschiedliche kantonale und regionale Anlässe statt. Jeder Kanton erhält auch eine «Carte Blanche»: Kulturschaffende aus den beteiligten Kantonen sind daran, neuartige

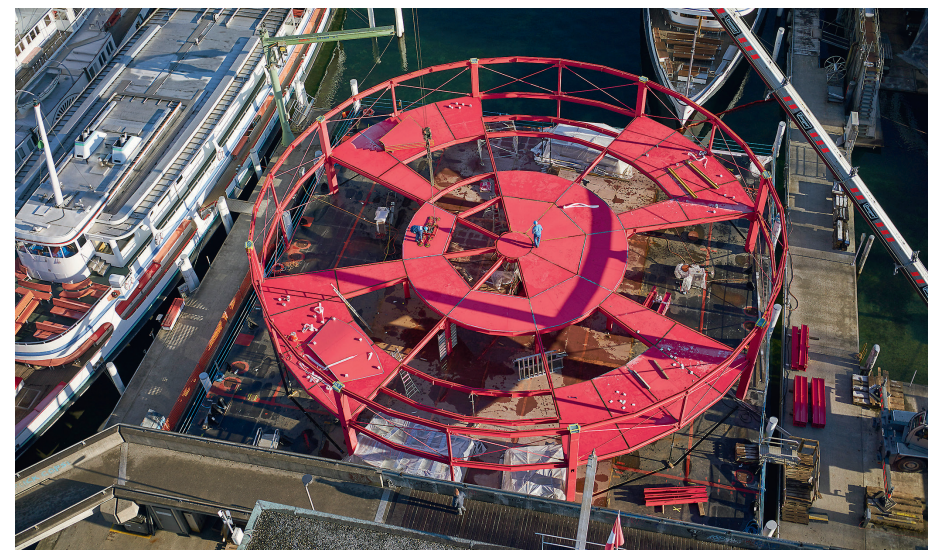
und spartenübergreifende Projekte zu entwickeln. Sie werden sie auf der Seerose zur Aufführung bringen und damit neue Zugänge zur eigenen Kulturlandschaft ermöglichen.

Comedy, Brauchtum, Clubbing

Daneben stehen Comedy und Kabarett, Brauchtum (mit Show-Schwingen) und Clubbing, Konzerte und Kulinarik auf dem Programm. Fixpunkte ziehen sich durch die Programmierung, etwa eine Early-Night-Show, die Dominic Deville, Autor, Schauspieler und Entertainer aus Luzern, jeden Montag als Showmaster moderieren wird. Spezielle Angebote werden sich auf der Seerose an Schulen und Gruppen richten, auch ein Corporate Catering ist möglich.

Seerose-Tickets sind im Vorverkauf erhältlich

Ab sofort sind die Tickets für den Tageseintritt auf der Seerose erhältlich. Erlebnis-tickets kosten zwischen 10 und 15 Franken. Sie sind buchbar über www.gaestival.ch, www.ticketcorner.ch oder die üblichen Ticketcorner-Vorverkaufsstellen sowie Bahn-schalter. Die Preisgestaltung ist auf Familien ausgerichtet. Erwachsene bezahlen 15 Franken für ein Tagesticket (von 10 bis 17.30 Uhr), dabei sind 2 Kinder in Begleitung eines Erwachsenen gratis. Jugendliche von 12 bis 16 Jahren (ohne Begleitung) und AHV/IV-Bezüger sowie Studenten bezahlen 10 Franken. Buchungen für Corporate Events, Schulklassen oder Gruppen können direkt beim Gästival-Büro vorgenommen werden, per Mail an ticketing@gaestival.ch oder per Telefon über **041 375 75 24**. Tickets für die Abendvorstellungen werden ab März erhältlich sein.



Bau der Stanserhornbahn.
Das Bild zeigt den Erbauer, Franz
Josef Durrer-Bucher, auf dem
Felsenweg auf dem Stanserhorn.

Vor der Werft in Luzern
entsteht die Seerose (Bild
vom 13. Januar 2015).

Gastfreundschaft in der Zentralschweiz

Was die Gäste wollen

Das schätzen die Gäste:

- ↑ Erreichbarkeit
- ↑ Sehenswürdigkeiten
- ↑ Natur/Landschaft/Berge
- ↑ Gastfreundschaft
- ↑ Kulturangebote

Das kritisieren die Gäste:

- ↓ Preis/Leistung
- ↓ Gastronomie
- ↓ Ladenöffnungszeiten

Der erste Eindruck zählt – besonders in Luzern, das mehrheitlich von Erstbesuchern bereist wird. Dies geht aus einer umfassenden Gästebefragung von Schweiz Tourismus hervor. Und: Der erste Eindruck hat unmittelbar mit Gastfreundschaft zu tun.

58 Prozent der Touristen, die nach Luzern kommen, sind sogenannte «Erstbesucher». Dies überrascht in einer Destination wie Luzern, die auch vom Tagestourismus lebt, kaum. Dennoch ist der Anteil hoch. Gesamtschweizerisch beträgt er 16 Prozent, in der übrigen Innerschweiz nur gerade 10 Prozent. Ermittelt wurden die Zahlen von Schweiz Tourismus im «Tourismus Monitor Schweiz», für den rund 14 000 Gäste befragt wurden (siehe Kasten auf Seite 30).

Umgekehrt ist das Verhältnis bei den Stammgästen. In der Innerschweiz sind 77 Prozent der Besucher mehr als fünf Mal in der gleichen Destination abgestiegen, in Luzern sind es nur gerade 10 Prozent. Um diesen Anteil zu erhöhen, will Luzern nun eine «Premium»-Qualitätsstrategie entwickeln (siehe Kasten auf Seite 33).

Gastfreundschaft hat Potenzial

Dabei spielt die Gastfreundschaft laut Marcel Perren, Direktor von Luzern Tourismus, eine nicht zu unterschätzende Rolle. Zwar geben 78 Prozent der Gäste an, mit der Freundlichkeit zufrieden zu sein (was dem schweizerischen Durchschnitt entspricht), doch nur 16 Prozent empfinden die Gastfreundschaft, auch bezogen auf die Bevölkerung, als eine Stärke von Luzern.

Immerhin liegt dieser Wert über dem schweizerischen Schnitt von 12 Prozent. Unterdurchschnittlich ist er in der übrigen Zentralschweiz. Gerade dort aber wird die Gastfreundschaft von den Touristen als ein wichtiges Bedürfnis genannt: 44 Pro-



Der Hammetschwandlift auf dem Bürgenstock wird eröffnet (Postkarte aus dem Kunstverlag Goetz, Luzern, um 1910).

Bild links: Rigi-Känzeli über dem Nebelmeer.

→ zent – im Vergleich zu 40 Prozent in der gesamten Schweiz und 34 Prozent in der Stadt Luzern (siehe auch Tabellen unten).

Die Wünsche der Touristen

Weshalb aber kommen die Touristen in die Zentralschweiz? Was sind die Wünsche der Gäste? Aufgrund der Befragung von Schweiz Tourismus lassen sich die Top-Ten-Bedürfnisse für Luzern und die übrige Innerschweiz feststellen (in Klammern jeweils die Werte für die gesamte Schweiz):

«Überall Lust und Glanz, Scherze und Lachen, Staunen und enthusiastische Freudenrufe.»

Die deutsche Zeitschrift «Bazar» im Sommer 1875 über den Schweizerhofquai Luzern

die Geschichte, die Kultur, der See und der Erlebniswert. Gastfreundschaft ist den Gästen aber wichtiger als beispielsweise der See, die Kultur, ein interessantes Erlebnis oder die gute Erreichbarkeit.

In der übrigen Innerschweiz rangiert die Gastfreundschaft ebenfalls an

fünfter Stelle der Top-Ten-

Gästebedürfnisse. Hier

zeigt sich, wie gross das Vermarktungspotenzial der Berge ist. 62 Prozent der Touristen besuchen die Region wegen der Berge. Überdurchschnittlich beliebt mit 48 Prozent sind auch die Sportaktivitäten.

Luzern:	
Natur	43% (44)
Preis/Leistung	39% (40)
Geschichte	39% (17)
Berge	35% (48)
Gastfreundschaft	34% (40)
See/Fluss	33% (19)
Kultur	32% (16)
Interessantes erleben	31% (18)
Erreichbarkeit	29% (30)
Klima/Wetter	29% (29)

Region Vierwaldstättersee:	
Berge	62% (48)
Sport	48% (29)
Natur	47% (44)
Preis/Leistung	46% (40)
Gastfreundschaft	44% (40)
Erreichbarkeit	37% (30)
Ruhe	35% (32)
Familienfreundlichkeit	33% (23)
Erholung	32% (32)
Verkehrsarmut	25% (17)

Das heisst: Alleinstellungsmerkmale in der Stadt Luzern (= markante Unterschiede zu den Werten in der ganzen Schweiz) sind

Ebenso zeigt die Erhebung, wie gefragt die Innerschweiz bei Familien ist. Nicht nur die Familienfreundlichkeit entspricht



14 000 Touristen aus 100 Ländern befragt

Der sogenannte «Tourismus Monitor Schweiz» (TMS) ist die grösste Gästebefragung der Schweiz, durchgeführt von Schweiz Tourismus für die gesamte Tourismusbranche. In der Wintersaison 2012/2013 und im Sommer 2013 wurden in 180 repräsentativ ausgewählten Schweizer Destinationen knapp 14 000 Übernachtungstouristen aus über 100 Herkunftsmärkten befragt. Die für die einzelnen Regionen ausgewerteten Ergebnisse liegen seit Herbst 2014 vor. Die Erhebung deckt eine Vielzahl von Themen ab, inklusive genutzter Informationsquellen, Buchungsverhalten, Gästebedürfnisse, Destinationsimage, touristischer Stärken und Schwächen sowie Gästezufriedenheit. 90 Prozent der Befragungen wurden mit Online-Fragebogen und über E-Mail mit Feriengästen durchgeführt, die an repräsentativen Punkten der jeweiligen Feriendestinationen übernachteten. 10 Prozent der Befragungen fanden in persönlichen Gesprächen mit den Gästen vor Ort statt.

EMBASSY
MAKING LUXURY PERSONAL AGAIN



DIE UHREN
GRÖSSTE UND EXKLUSIVSTE AUSWAHL



DER SCHMUCK
PIAGET / POMELLATO / BULGARI / EIGENKREATIONEN EMBASSY



DIE PANERAI BOUTIQUE



DIE VACHERON CONSTANTIN BOUTIQUE



DIE HERMÈS BOUTIQUE



DIE SCHOKOLADE
FEINSTE HÄNDGEFERTIGTE SCHWEIZER SCHOKOLADE

1 Embassy – Grendelstrasse 2, CH-6004 Luzern, Telefon +41 (0)41 418 20 80 – www.embassy.ch
Embassy – Kapellplatz 12, CH-6004 Luzern, Telefon +41 (0)41 418 50 80
Embassy – La Serlas, Palace Arcade, CH-7500 St. Moritz, Telefon +41 (0)81 833 35 31

2 Panerai Boutique – Kapellplatz 9, CH-6004 Luzern, Telefon +41 (0)41 418 12 80
3 Vacheron Constantin Boutique – Kapellplatz 10, CH-6004 Luzern, Telefon +41 (0)41 418 12 88

4 Hermès Boutique – Schweizerhofquai 4, CH-6004 Luzern, Telefon +41 (0)41 418 60 80

5 Max Chocolatier – Schweizerhofquai 2b, CH-6004 Luzern, Telefon +41 (0)41 418 70 90 – www.maxchocolatier.com



VICTORINOX

COMPANION FOR LIFE

FUNCTIONALITY IS PART OF OUR FAMILY.



SWISS CHAMP



TIMEPIECES



TRAVEL GEAR



FASHION



FRAGRANCES

GENEVA | ZÜRICH AIRPORT | BRUNNEN



Luzern setzt vermehrt auf «Premium»-Qualität

Luzern Tourismus hat die strategischen Ziele bis 2020 definiert. Erstens soll die Marke Luzern noch stärker als erstklassig wahrgenommen werden, zweitens will sich die Region Luzern-Vierwaldstättersee zur «Premium»-Erlebnisdestination entwickeln. «Premium» heisse nicht «teuer», sagt Marcel Perren, Tourismusdirektor von Luzern, sondern «Verbesserung der Angebotsqualität, Verlängerung von Hauptsaison und Aufenthaltsdauer sowie Beibehaltung eines beständigen Gästemix». Konkret stehe die Qualität der Dienstleistungen, Angebote und Infrastrukturen im Vordergrund. Dabei spiele die Gastfreundschaft eine zentrale Rolle. «Wir wollen authentische, persönliche Gastgeber sein.» Ziel sei es, dass «unsere Gäste möglichst viele Angebote nutzen und kombinieren, länger bleiben, auch in der Nebensaison reisen, zurückkehren und Luzern weiterempfehlen». Dadurch sei ein moderates Wachstum der Logiernächtezahlen bei einer höheren Wertschöpfung pro Gast möglich. Das betreffe alle Akteure der Tourismusbranche, zudem könne die Infrastruktur besser während des ganzen Jahres ausgelastet werden.

→ einem überdurchschnittlichen Bedürfnis (gemessen an den gesamtschweizerischen Zahlen), auch die Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr bei gleichzeitiger Einschränkung des Verkehrs am Ferienort werden von den Gästen in der Innerschweiz in überdurchschnittlichem Masse erwartet (nicht aber allgemeine Ruhe und Erholung).

Was in der übrigen Zentralschweiz von den Gästen als Stärken angegeben wird, lässt sich mit den Ergebnissen in der Stadt Luzern nicht vergleichen, da Schweiz Tourismus nicht die gleichen Befragungs- und Auswertungsmethoden anwendete (keine Mehrfachantworten). Hier werden als die grössten Stärken genannt (mit signifikanten Abweichungen gegenüber

«Es muss gesagt werden: Wir laufen längst nicht mehr in Bärenfellen umher.»

Franz Odermatt, Schriftsteller aus Stans, 1940

Stärken und Schwächen

Bedürfnisse und Wünsche sind das eine. Sie sind ausschlaggebend für die Wahl der Feriendestination. Wie sieht es aber aus, wenn die Gäste einmal hier sind? Wie beurteilen sie die touristischen Leistungen (in Klammern die schweizerischen Werte)?

Stadt Luzern – Stärken:

Natur	30% (19)
Aussicht/Landschaft	23% (15)
Berge	19% (14)
Anderes	18% (17)
Gastfreundschaft	16% (12)
Schönheit (allgemein)	15% (8)
See/Fluss	14% (8)
Kulturangebote/Events	14% (5)
Öffentlicher Verkehr	13% (7)
Sauberkeit	7% (5)

Stadt Luzern – Schwächen:

Preis/Leistung	67% (46)
Anderes	10% (13)
Klima/Wetter	7% (4)
Fremdsprachen	6% (3)
Gastfreundschaft	4% (6)
Unterkunft	3% (3)
Gastronomie	3% (1)
Wegweiser/Information	2% (1)
Öffentlicher Verkehr	2% (3)
Ladenöffnungszeiten	2% (1)



Die erste Luftseilbahn wird in Engelberg in Betrieb genommen (Bild von Versuchskabinen der Jochpassbahn von 1943).



VACHERON CONSTANTIN

Manufacture Horlogère, Genève, depuis 1755.



Patrimony Contemporaine

Vacheron Constantin Boutique : Kapellplatz 10 - Luzern - Tel. 041 418 12 88

Embassy Boutique : Grendelstrasse 2 - Luzern - Tel. 041 418 20 80

www.thehourlounge.com

www.vacheron-constantin.com



→ Auch in der übrigen Innerschweiz dreht sich die Hauptkritik der Gäste um das Preis-Leistungs-Verhältnis. Allerdings liegen die Nennungen mit 24 Prozent weit unter dem schweizerischen Schnitt.

Tops und Flops in Luzern

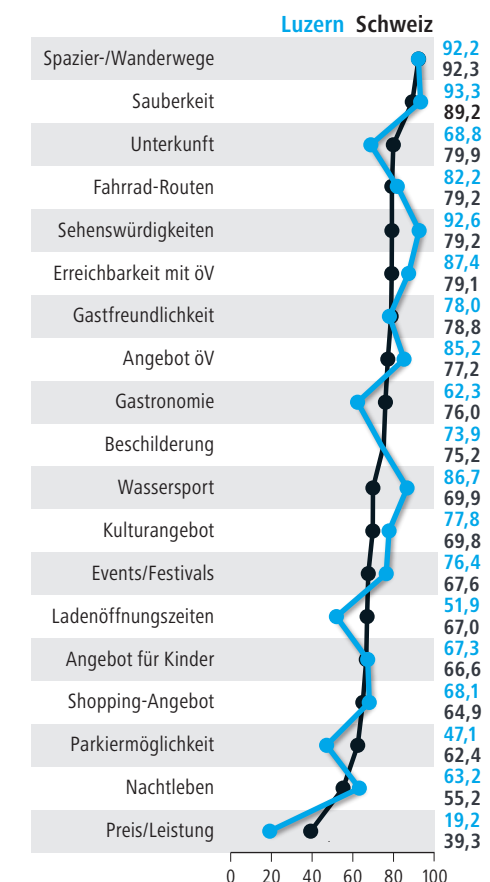
Schweiz Tourismus hat die Gäste auch nach ihrer Zufriedenheit mit dem Ferienort und mit den touristischen Angeboten befragt. Die Resultate sind nur für die Stadt Luzern ausgewertet.

Interessant ist hier der Vergleich mit den Beurteilungen in der gesamten Schweiz. Wiederum schneidet Luzern beim Preis-Leistungs-Verhältnis schlecht ab. Dies ist auch der Grund für die schlechte Bewertung der Unterkunft, wie eine Sonderauswertung ergeben hat.

Schlecht werden auch das gastronomische Angebot, die Parkiermöglichkeiten und die Ladenöffnungszeiten bewertet. Gute Noten erhalten der öffentliche Verkehr, die Wassersportmöglichkeiten und das Kulturangebot. Die nebenstehende Grafik verdeutlicht, wo Luzern in der Gästezufriedenheit besser und wo schlechter abschneidet als die übrige Schweiz.

Zufriedenheit der Gäste

Anteil der vollständig zufriedenen Gäste pro Kategorie, in Prozent



Grafik: web; Quelle: Tourism Monitor Switzerland 2013

Kultur und Brauchtum sind gefragt in der Innerschweiz – hier das Klausjagen in Küssnacht.

Jürg Stettler, Professor an der Hochschule Luzern, zur Gastfreundschaft

«Bevölkerung kommt eine Schlüsselrolle zu»

Jürg Stettler, wir haben es mit einem Begriff zu tun, der nicht leicht zu fassen ist. Was ist Gastfreundschaft?*

Tatsächlich lässt sich Gastfreundschaft nicht einfach auf einen Nenner bringen. Einerseits sind die Erwartungen der Gäste unterschiedlich – je nach Reisesituation und Herkunft. Andererseits handelt es sich um einen weichen Faktor.

Was es schwierig macht, Gastfreundschaft – etwa im Rahmen des Gästival-Projekts – zu messen.

Es ist eine komplexe Fragestellung, und erstaunlicherweise gibt es bisher kaum wissenschaftliche Grundlagen. Deshalb müssen wir die einzelnen Aspekte der Gastfreundschaft erfassen: Freundlichkeit, Herzlichkeit, Einfühlen in die Bedürfnisse des Gastes, Hilfsbereitschaft, auch die Fähigkeit, ein Lächeln zu schenken und Wünsche von den Lippen abzulesen.

Das sind sehr individuelle Eigenschaften.

Ja. Das hat sehr viel mit Einstellungen und Grundhaltungen zu tun. Deshalb ist es schwierig, Gastfreundschaft zu schulen.

Immer wieder schneiden wir – etwa gegenüber den Österreichern – schlecht ab. Liegt uns die Gastfreundschaft nicht im Blut?

Sie liegt uns weniger im Blut. In der Schweiz ist die professionelle Gastfreundschaft gut – in Hotels und Tourismusbetrieben, wo es klare Anforderungen gibt. Ansonsten verstehen es andere Kulturen besser, dem Gast das Gefühl zu vermitteln, dass er willkommen ist. In Österreich, aber auch in Griechenland oder Thailand sind die Alltagskultur und die Gastgeberkultur näher beieinander als bei uns. Wir haben

eine eigene Art, freundlich und herzlich zu sein. Wir sind eher verschlossen und reaktiv, gehen weniger direkt auf den Gast zu. Das sind keine schlechten Eigenschaften, aber für den Gast resultiert daraus ein anderes Erlebnis.

Wie wichtig ist denn das Verhalten der Bevölkerung für den Gast?

Der Bevölkerung kommt eine Schlüsselrolle zu. Sie ist Teil des Gesamterlebnisses eines Gastes. Dabei müssen wir allerdings unterscheiden: Vor allem für den Ferien-

gast in einem Bergdorf ist der Austausch mit den Einheimischen wichtig, für den Gruppenreisenden in einer grossen Gruppe mit einem dichtgedrängten Programm dagegen weniger. Es wäre am falschen Ort investiert, wenn man Gastfreundschaft für chinesische Gruppentouristen am Schwanenplatz in Luzern inszenierte.

Wie wichtig ist überhaupt Gastfreundschaft in der touristischen Dienstleistungskette?

Sie ist ein entscheidender Faktor. Weil wir in der Schweiz ein Problem mit dem

Preis-Leistungs-Verhältnis haben und weil die harten Faktoren – Infrastruktur, Landschaft – ausgezeichnet sind, haben wir das grösste Verbesserungspotenzial bei den weichen Faktoren. Hier können wir den Hebel ansetzen, und deshalb ist auch die Rolle der Bevölkerung so wichtig. Am meisten schätzt der Gast nämlich die echte ursprüngliche Gastfreundschaft, die überraschend und unentgeltlich ist. Für die professionelle Gastfreundschaft, die in einer durchgehenden Erlebniskette allerdings genauso wichtig ist, bezahlt er.

Auf der Rigi lassen sich asiatische Touristen den Weg von einem Mitarbeiter der Rigi-Bahnen erklären.



Gastfreundschaft wird (be)greifbar

Gastfreundschaft soll keine theoretische Grösse bleiben. Um den Begriff mit Inhalt zu füllen, haben sich das Gästival und das Institut für Tourismuswirtschaft (ITW) der Hochschule Luzern zusammengetan und ein Projekt erarbeitet, das Wissenschaft und Praxis vereint. Es wird unterstützt von der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) des Bundes und schliesst sowohl die Tourismusorganisationen der Kantone Luzern, Uri, Schwyz, Ob- und Nidwalden als auch zentrale touristische Leistungserbringer in diesen Kantonen mit ein (Verkehrshaus der Schweiz in Luzern, Seminar- und Wellnesshotel Stoos, Ski-Arena Andermatt-Sedrun, Brünig Park Lungern, Stanserhorn-Bahn).

Um eine möglichst konkrete Umsetzung des Projektes zu gewährleisten, hat jeder Projektpartner in seinem Betrieb einen Gastfreundschaftsverantwortlichen bestimmt. Ebenso wird für die Unternehmen ein Werkzeugkasten (Toolbox) der Gastfreundschaft entwickelt. Er enthält konkrete Hilfestellungen, um die Gastfreundschaft zu schulen, zu messen und letztlich zu verbessern (beispielsweise mit Mystery-Checks durch eigene Mitarbeiter in anderen Betrieben oder mit Schulungsworkshops in den eigenen Unternehmen). Für das Projekt wurde eine Webseite eingerichtet: www.gastfreundschaft-zentralschweiz.ch.



→ Was zur entscheidenden Frage führt: Wie lässt sich die Gastfreundschaft verbessern? Erstens über die Sensibilisierung. Wir müssen das Bewusstsein schärfen, was Gastfreundschaft ist, welche Faktoren wichtig sind, was wir verbessern können. Was heisst Gastfreundschaft für mich, was ist meine Rolle, was ist mein Beitrag? Deshalb findet das Gästival statt. Wir wollen eine vielleicht niederschwellige, dafür flächendeckende Verbesserung. Zweitens entwickeln wir konkrete Hilfsmittel und Instrumente, um Tourismusmitarbeiter und Führungspersonal zu unterstützen – mit Schulungsprogrammen und Verhaltensempfehlungen, auch in Gestik, Mimik und interkultureller Kompetenz. Das wird jetzt erarbeitet. Wir wissen aber: Es ist ein langfristiger Prozess, der über das Jubiläumsjahr 2015 hinausgeht.

* Jürg Stettler ist Leiter des Instituts für Tourismuswirtschaft ITW der Hochschule Luzern und Vizedirektor der Hochschule Luzern – Wirtschaft.



Eine «freundliche Gastgeberin» auf der Museggmauer in Luzern.

«Friendly Hosts» in der ganzen Innerschweiz

Wer kennt sie nicht, die «Friendly Hosts» in der Stadt Luzern? Sie stehen auf Strassen und Plätzen bereit und helfen in- und ausländischen Touristen, sich in der Stadt zurechtzufinden. Sie beantworten Fragen, geben Auskunft, haben nützliche Tipps. Sie verkörpern die Gastfreundschaft mit ihrer Hilfsbereitschaft und Ortskenntnis.

Im Rahmen des Gästival-Jubiläumsjahres wird die Idee nun auf die ganze Innerschweiz ausgeweitet. Die beliebten Botschafter der Gastfreundschaft werden sich ab Sommer 2015 an den stark frequentierten Tourismusorten rund um den Vierwaldstättersee um Gäste kümmern. Gegenwärtig werden sie rekrutiert, bis im Sommer werden sie ausgebildet sein.

Dabei sind die «Friendly Hosts» keine Verkäufer, sondern Helfer. Sie machen Fotos von Gästen, helfen mit Wegbeschreibungen zu Sehenswürdigkeiten oder Bahnen, empfehlen Restaurants, Unterhaltungs- und Ausflugsziele oder Museen und helfen mit Zug- und Schiffsverbindungen.

Begeisterung? «Volles Engagement für ein Ziel.»



swisski

helvetia

OFFIZIELLER SPONSOR

sporthilfe
Silber-Partner

Luca Aerni, Sandro Viletta, Nadja Jnglin-Kamer | Ski Alpin

Sponsoring – unser Beitrag zu Spitzenleistungen.

T 058 280 1000 (24 h)
Ihre Schweizer Versicherung.

helvetia

Mitmachkampagne

Gäste-Fasnacht

Sie kamen bereits 2005
als Touristen an die Fasnacht.
2015 soll es in Luzern
von ihnen wimmeln.

2015 wird
in der ganzen
Zentralschweiz
gefeiert. Institutionen
und Einzelpersonen aus
Kultur, Tourismus, Sport
und Gewerbe beteiligen
sich an der Gästival-
Mitmachkampagne. Bis-
her sind 160 Projekte
eingereicht worden,
über 80 werden
umgesetzt.

«Kommt in Gruppen, kommt als Einzelmasken, kommt als Russen, Chinesen oder Basler.» Es solle ein ungewöhnlicher Sturm auf die Luzerner Fasnacht werden, sagt Beat Felder. Er, der 2008 bereits das «JoDu Fäscht» als Fasnachtsthema lanciert hatte, ist der Initiant einer Gästival-Mitmachaktion, die auch die Fasnacht unter das Dach der Gastfreundschaft stellt. Bereits, so Beat Felder, hätten sich rund vierzig Gruppen gemeldet, die sich als «Gäste» unter die Fasnächtler mischen würden. Felder fordert aber auch Familien und Einzelmasken auf: «Haltet uns den Spiegel vor, lasst Eurer Kreativität freien Lauf. Luzerner, kommt als Touristen an die Fasnacht!» Für die Mitmachkampagne wurde eine eigene Webseite eingerichtet: www.fasnacht2015.ch. Der schönste Touristengrend wird zudem im traditionellen Fasnachtswettbewerb der Neuen Luzerner Zeitung prämiert. Wer in der Sonderkategorie teilnehmen will, meldet sich am Schmutzigen Donnerstag zwischen 10 und 13.30 Uhr im Hotel Schweizerhof.

«Die
Brücken sind
wohl gut, aber die
dreyeckichten Gemähld
unbedeutend.»

Johannes Georg Müller, um 1800
beim Anblick der Holzbrücken in
Luzern an seinen Bruder
Johannes von Müller

Institutionen und Einzelpersonen aus Kultur, Tourismus, Sport und Gewerbe beteiligen sich am Kernthema des Jubiläumsjahres, der Gastfreundschaft – und zwar in Form von selber erdachten und entwickelten Ideen und Projekten. Dabei reicht das Spektrum von Kleinstprojekten bis hin zu Grossanlässen wie der Fasnacht. Auch die Freilichtspiele auf Tribschen in Luzern stehen unter dem Motto der Tourismusgeschichte und der Gastfreundschaft (siehe Kasten auf Seite 43).

Mehr als 160 Vorschläge

Bereits sind mehr als 160 Vorschläge für Mitmachprojekte eingegangen. Über die Hälfte der Eingaben haben das Gästival-Label erhalten. Sie erfüllen die Kriterien, insbesondere den inhaltlichen Bezug zur Gastfreundschaft, und sind in einem Katalog eingetragen. Sie werden unter dem Gästival-Dach vermarktet und sind einsehbar auf der Gästival-Webseite (www.gaestival.ch) unter «Mitmachprojekte». Wie vielfältig die Mitmachkampagne ist, zeigt eine Auswahl von Beispielen, die Eingang in den Katalog gefunden haben:

In der ganzen Innerschweiz

Eröffnet wurde das Gästival bereits Anfang Dezember mit einer Mitmachaktion in Einsiedeln. Dort werden 2015 insgesamt neun Projekte stattfinden, den Auftakt machte die Ausstellung «Einsiedeln – seine Gasthäuser, seine Gäste» im Chärnehus Einsiedeln.

Ziel der Kampagne ist es, das Gästival in die ganze Zentralschweiz hinauszutragen.

- Das **Rollhotel** als mobiles B & B in einem Oldtimer-Wohnwagen beherbergt seine Gäste an den spannendsten und eindrucklichsten Orten der Zentralschweiz.
- Private und Firmen aus der ganzen Zentralschweiz organisieren einen **Dachterrassen-Day** und machen ihre Oasen über den Dächern für einen Tag der Öffentlichkeit zugänglich.



200 Jahre Gastfreundschaft

Mit meiner Bank im Hintergrund

-
- Der Verein **Gottardo-Wanderweg** entwickelt eine neue Themenwanderung «Genuss entlang der Gotthardbahn» unter Einbezug lokaler Produzenten.
 - Die «Internationale Gesellschaft für Neue Musik (IGNM) Zentralschweiz» als Gastgeberin bietet dem Komponisten **Wolfgang Rihm** eine Plattform.
 - Für Jugendliche aus Dänemark und der Schweiz organisiert der **BSV Stans** ein **Handballlager**. Den Jugendlichen werden ein Zuhause in Gastfamilien sowie diverse Ausflüge in der Region geboten.
 - Eine Reise zurück in die Belle Epoque bietet das Hotel Rigiblick am See in Buochs. In einer **szenisch-musikalisch-historischen Soiree** wird das 100-Jahr-Jubiläum des Hotels gefeiert.
 - Die Jubla Region Innerschweiz trägt das Gästival in die ganze Schweiz hinaus und lädt die Bevölkerung an den einzelnen Gastorten an einen **Lagertag** ein.
 - Der Pianist und Clavichordist Hansruedi Zeder (Hochdorf) spielt **Konzerte jeweils für einen Gast allein**. Es lebe der Gast.

- «**Literatur mobil**» kommt auf Besuch und schafft neue Zugänge zur Schweizer Literatur. Niklaus Lenherr realisiert das Literaturprojekt zusammen mit 26 Anbietern von «Schlaf im Stroh».

Grosser Zusammenhalt

Wie gross das Engagement ist, geht nur schon aus der langen Vorbereitungsphase hervor. Die ersten Projekte wurden bereits vor mehr als zwei Jahren eingereicht. In der Zwischenzeit hat ein reger Austausch unter den Initianten der Mitmachprojekte stattgefunden. An acht Input-Veranstaltungen trafen sich Interessierte und Involvierte, um sich auf den neusten Stand der Gästival-Planung bringen zu lassen, um Projektideen weiterzuspinnen und um sich mit anderen Teilnehmern zu vernetzen. Das erste Mitmach-Forum fand im März 2013 im Verkehrshaus Luzern statt, weitere Foren folgten im Landessender Beromünster, auf dem Fronalpstock, im Natur- und Tierpark Goldau, im Brünig-Park Lungern sowie auf dem Bürgenstock.

Luzerner Freilichtspiele heben mit dem Gästival ab

Ein prominentes Projekt der Gästival-Mitmachkampagne sind die Luzerner Freilichtspiele. «Das Luftschiff – Komödie einer Sommernacht», geschrieben von Thomas Hürlimann und inszeniert von Livio Andreina, basiert auf der Geschichte von Franz Josef Bucher-Durrer, dem grossen Hotel- und Bergbahnpionier aus Obwalden. Aufgeführt wird «Das Luftschiff» vom 9. Juni bis 15. Juli 2015.

Vorverkauf: www.freilichtspiele-luzern.ch, Telefon 0848 000 410 (Montag bis Freitag von 8 bis 11 Uhr), LZ Corner in Luzern, Stans und Altdorf). Hürlimann verwendet historisches Material aus der Biografie von Bucher-Durrer, lässt die Geschichte aber in einer einzigen Nacht spielen. Als Totgesagter kehrt der Weltunternehmer aus Kairo nach Luzern zurück und lanciert sein letztes Projekt: ein Luftschiff für Luzern.

Die Tourismusgeschichte wird auch in einer Vortragsreihe thematisiert. Die ersten Veranstaltungen finden statt: Sonntag, 8. Februar, 10.30 Uhr, Hotel Palace, Luzern: «Vom Bauernsohn zum Hotelkönig», Romano Cuonz erzählt über das Leben von Bucher-Durrer; Sonntag, 8. März, 10.30 Uhr, Verkehrshaus Luzern: «Technische Errungenschaften und Pionierleistungen», Spezial-Tour mit Daniel Geissmann, Leiter der Ausstellung und Sammlung des Verkehrshauses. Weitere Informationen: www.freilichtspiele-luzern.ch.



1945



Beginn des modernen Tourismus mit den Soldaten der US Army (Bild von 1945 im Gletschergarten in Luzern).

Gästival

Eine Pionierleistung

Das Jahr 2015 wird in der Zentralschweiz zum Jahr der Gastfreundschaft. Gefeiert wird die 200-jährige Tourismusgeschichte der Region, die 1815 mit den ersten Bauten des modernen Tourismus – dem Seehotel Goldener Adler in Küsnacht und dem Berggasthaus Rigi-Kulm – begann. Gefeiert werden die Pionierleistungen des 19. Jahrhunderts, die wesentlich zur wirtschaftlichen Entwicklung der Zentralschweiz beitrugen und noch heute eine wichtige Grundlage für die wirtschaftliche Kraft der Region bilden.

Schulterschluss im Tourismus

Dabei führt das Jubiläum selber zu einer Premiere. Erstmals haben sich die fünf Kantone der Innerschweiz (Luzern, Schwyz, Uri, Nid- und Obwalden) in einem gemeinsamen Tourismusprojekt zusammengeschlossen. Gästival ist ein Gemeinschaftswerk der öffentlichen Hand, von kulturellen und touristischen Leistungserbringern sowie von Privaten. Budgetiert ist ein Gesamtaufwand von rund 8 Millionen Franken. Die fünf Kantone sowie der Bund – über die Neue Regionalpolitik (NRP) – engagieren sich mit 3 Millionen Franken. Die restlichen Einnahmen werden über Sponsoringbeiträge von Unternehmen, Privaten und Stiftungen (4,184 Millionen Franken) sowie durch Erlöse aus den Jubiläumsaktivitäten (650 000 Franken) gedeckt.

Impulse für die Zentralschweiz

Inhaltlich richtet sich das Gästival in erster Linie an die Menschen in der Zentralschweiz, an die Gastgeberinnen und Gastgeber in Tourismus und Kultur, und in zweiter Linie an die Gäste. Es soll für

die Anliegen der Gastfreundschaft, eines Grundpfeilers im Umgang mit Gästen, sensibilisieren. Und es soll, über ein Projekt der Hochschule Luzern – Wirtschaft, zu einer nachhaltigen Verbesserung der Gastfreundschaft auch in den Tourismusunternehmen führen.

Gästival – mehr als die Seerose

Herzstück des Tourismusjubiläums ist die Seerose (siehe Seiten 24 bis 27). Mit weiteren Kernprojekten will das Gästival einerseits das Bewusstsein für die Bedeutung des Tourismus und der Tourismusgeschichte und andererseits für die Gastfreundschaft fördern. Die Kernprojekte sind:

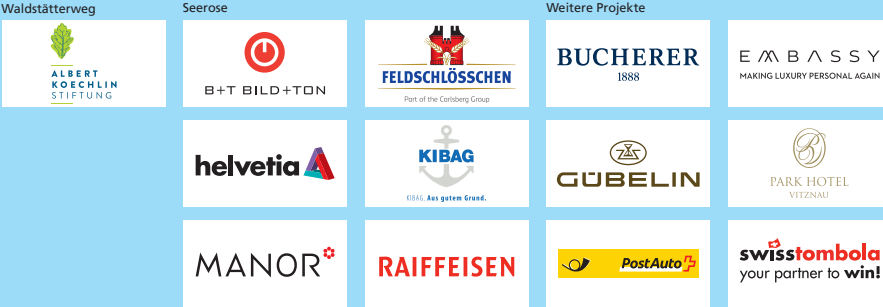
- Jubiläumsfest am 30. Mai in den fünf Kantonshauptorten mit dem Tisch als verbindendem Element und Symbol der Gastfreundschaft.
- Neulancierung des Waldstätterwegs (siehe Seiten 14 bis 17).
- Erweiterung des Gültigkeitsbereichs des Tell-Passes mit einem Billett für alle Transportmöglichkeiten.
- Aufarbeitung der Tourismusgeschichte und Darstellung auf der Seerose, auf dem Waldstätterweg und in den Medien.
- Ausbau des «Friendly Host»-Netztes (siehe Seite 38).
- Konkrete Hilfs- und Schulungsmittel für Unternehmen der Tourismusbranche (siehe Seiten 36 bis 38).

Hinzu kommt die Mitmachkampagne, an der fast hundert Vereine, Firmen und Organisationen aus Kultur, Sport und Tourismus beteiligt sind. Die Kampagne sorgt dafür, dass sich das Gästival in die ganze Zentralschweiz erstrecken wird – weit über die Ausstrahlungskraft der Seerose hinaus.

Offizielle Partner



Projekt-Partner



Medien-Partner



Sponsoren



Gönner

3D Animation Andy Meyer | Bank Julius Bär & Co. AG | Bucher Reisen AG, Luzern | Centralschweizerische Kraftwerke AG | CSS Versicherung | Ernst Göhner Stiftung | Grand Casino Luzern | Josef Müller Stiftung Muri | maxon motor ag | Natur- und Tierpark Goldau | Nolax AG | OPES Holding AG | Rütli-Stiftung | Stadt Luzern | Kulturförderung | Swiss Life AG | Thermoplan AG | Tiefgarage Bahnhofplatz AG | Verkehrshaus der Schweiz

«200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz»

Träger des Gästival-Jubiläumsjahres ist der Verein «200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz» (Verein 200GFZ). Er hat seinen Sitz an der Lidostrasse 5, 6006 Luzern, Telefon 041 375 03 37. Vereinsmitglieder sind die Tourismusorganisationen der fünf beteiligten Kantone. Der neunköpfige Vorstand setzt sich zusammen aus: Adelbert Bütler (Präsident), Mitglied des Verwaltungsrats der Luzern Tourismus AG, Ermensee; Gabriela Amgarten (Vizepräsidentin), Kommunikationsfachfrau und Coach, Meggen; Josef Arnold, alt Regierungsrat Kanton Uri; Dr. rer. pol. Othmar Filliger, Volkswirtschaftsdirektor Nidwalden und Delegierter der ZVDK (Zentralschweizer Volkswirtschaftsdirektorenkonferenz); Dr. Felix Howald, Direktor Industrie- und Handelskammer Zentralschweiz; Jörg Lienert, Personalberater; Gerhard Odermatt, alt Volkswirtschaftsdirektor des Kantons Nidwalden; Marcel Perren, Direktor Luzern Tourismus; Prof. Dr. Iwan Rickenbacher, Kommunikationsberater, Schwyz.

Projektleitung: H+H Management GmbH, Luzern, Jost Huwyler und Beat Heuberger.

Ticket- und Anreisesponsoren



E M B A S S Y



GÜBELIN

BUCHERER
1888Wir sagen
Merci !Dieses Magazin konnte dank grosszügiger
Unterstützung der drei Uhrenpartner Embassy,
Gübelin und Bucherer realisiert werden.

Wichtige Daten

- 12.2.2015: Fasnachtsbeginn, Gästival-Mitmachaktion
 1.5.2015: Offizielle Einweihung Waldstätterweg
 1.5.2015: Start des Raiffeisen-Mitgliederangebots
 «Erlebnis Zentralschweiz 2015»
 29.5.2015: Start der Seerose in Luzern (bis 21.6.2015)
 30.5.2015: Jubiläumsfest in allen fünf Kantonen
 (Altdorf, Schwyz, Sarnen, Stans, Luzern)
 9.6.2015: Freilichtspiele Luzern, Mitmachaktion
 25.6.2015: Seerose in Stansstad (bis 12.7.2015)
 16.7.2015: Seerose in Brunnen (bis 2.8.2015)
 1.8.2015: 1.-August-Feier auf dem Rütli
 6.8.2015: Seerose in Alpnachstad (bis 23.8.2015)
 27.8.2015: Seerose in Flüelen (bis 13.9.2015)
 17.9.2015: Seerose in Vitznau (bis 4.10.2015)

Impressum

Magazin «Zeit-Reise», Beilage
 der «Zentralschweiz am Sonntag» vom
 25. Januar 2015. Erstellt von «200 Jahre
 Gastfreundschaft Zentralschweiz» und der
 Neuen Luzerner Zeitung AG. **Herausgeberin:**
 Neue Luzerner Zeitung AG, Maihofstrasse 76, 6002 Luzern,
 Telefon 041 429 52 52, verlag@lzmedien.ch; **Verleger:**
 Erwin Bachmann, Präsident des Verwaltungsrates,
 leitung@lzmedien.ch; **Verlag:** Jürg Weber, Geschäfts- und
 Verlagsleiter; Ueli Kaltenrieder, Leiter Lesermarkt; Edi Lindegger,
 Leiter Werbemarkt; **Konzept/Redaktion/Texte:** Stefan Ragaz;
Gestaltung und Produktion: Sandra Eggstein (Titelseite, Layout,
 Bildbearbeitung); **Koordination:** Marlis Jungo; **Anzeigen:**
 NZZ Media Solutions AG, Maihofstrasse 76, 6002 Luzern,
 Telefon 041 429 52 52, inserate@lzmedien.ch; **Druck:** Swissprinters AG.

Bildnachweis:

Historische Bilder: Seite 4/5: Heinrich Keller, 1815, aus:
 Markus Riek/Felix Rickenbacher, Der Vierwaldstättersee auf
 alten Ansichten 1780-1880, Schwyz 1998, Seite 150-151.
 Seite 5: Johann Jakob Sperli, Trachsler, Zürich, 1819, aus:
 Pius Stadelmann, Vierwaldstättersee, Kriens 2007, Seite
 285. Seite 7 (oben): Lithografie von C. Burg, aus: Johann
 Jakob Leuthy, Begleiter auf der Reise durch die Schweiz,
 Zürich 1840. Seite 7 (unten): Jakob Schwegler, Eglin Luzern,
 1840, aus: Stadelmann, Seite 286. Seite 8/9: Dikenmann,
 um 1870, aus: Riek/Rickenbacher, Seite 227. Seite 9: Autor
 unbekannt, Wikipedia (Schweizerische Centralbahn).
 Seite 11 (oben): Josef Bettschart, Staatsarchiv Schwyz,
 aus: Barbara Platti et al., Tells Theater, Basel 2004, Seite
 173. Seite 11 (unten): Zentral- und Hochschulbibliothek
 Luzern, ZHBLu: PLC:1:4:13a-b. Seite 12: ZHB Luzern, ZHBLu:
 Pla:5:1:4. Seite 15: J. Jacottet Lithographie, um 1830, ZHB
 Luzern. Seite 19: Postkarte, Historisches Museum Luzern.
 Seite 21: ZHB Luzern, LS-Sammelbilder_11. Seite 23:
 Sammlung Hans Kempf, Schattdorf, aus: Stefan Fryberg,
 «... viele Grüsse aus Uri», Bürglen 1999, Seite 126. Seite 27:
 Staatsarchiv Nidwalden, StaNW: Fotoalbum Bucher-Durrer;
 OD 3-5/5. Seite 29: Historisches Museum Luzern. Seite 33:
 Klosterarchiv Engelberg, aus: Christof Hirtler et al., Einst in
 Obwalden, Kriens 1999, Seite 159. Seite 43: Max A. Wyss,
 Staatsarchiv Luzern, StALU PA 1216.

Grafiken: Seite 17: Arno Affentranger.
 Seite 29: Sandra Eggstein 35: Rich Weber

Fotografien: Emanuel Ammon/Luzern Tourismus: Seite
 1, 21, 22/23, 23, 27, 35, 41. Christian Perret/Luzern
 Tourismus: Seite 14/15, 28/29. Hotel National:
 Seite 18/19 Andy Meyer: Seite 24/25.
 Luzern Tourismus: Seite 3, 36/37. Elge Kenneweg:
 Seite 38. Freilichtspiele Tribbschen: Seite 43.

Weil Essen und Trinken
auch Kultur ist.

World Café

Spezialitäten aus aller Welt.
 Zum Selberwählen und als Take-Away.

Täglich geöffnet ab 9 Uhr



Restaurant RED

Kreative und moderne Küche.

Lunch Montag bis Freitag von 11.30 bis 13.30 Uhr
Dinner Mittwoch bis Sonntag und an Veranstaltungsabenden ab 17 Uhr
Reservation fon +41 41 226 71 10



Seebar

Entspannung am Ufer des
 Vierwaldstättersees.

Täglich geöffnet ab 17 Uhr
 April bis Oktober: täglich ab 11 Uhr Sommerterrasse mit Grill
Reservation fon +41 41 226 73 08

MOMENT | DAUER

ROLEX
AUDEMARS PIGUET
BAUME & MERCIER
ck
CARL F. BUCHERER
Chopard
GP
GIRARD-PERREGAUX
GUCCI
H. Moser & Cie.
IWC
SCHAFFHAUSEN
JAEGER-LECOULTRE
LONGINES
PIAGET
RADO
ROGER DUBUIS
swatch
TAG Heuer
TISSOT
TUDOR



BUCHERER

1888

UHREN SCHMUCK JUWELEN

Luzern Schwanenplatz 5 | bucherer.com