

«200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz»

Zeit-Reise

September 2015

Blühende Zukunft

*So entwickelt sich der Tourismus
in der Zentralschweiz*

Publikumsmagnet

So erfolgreich ist die Seerose

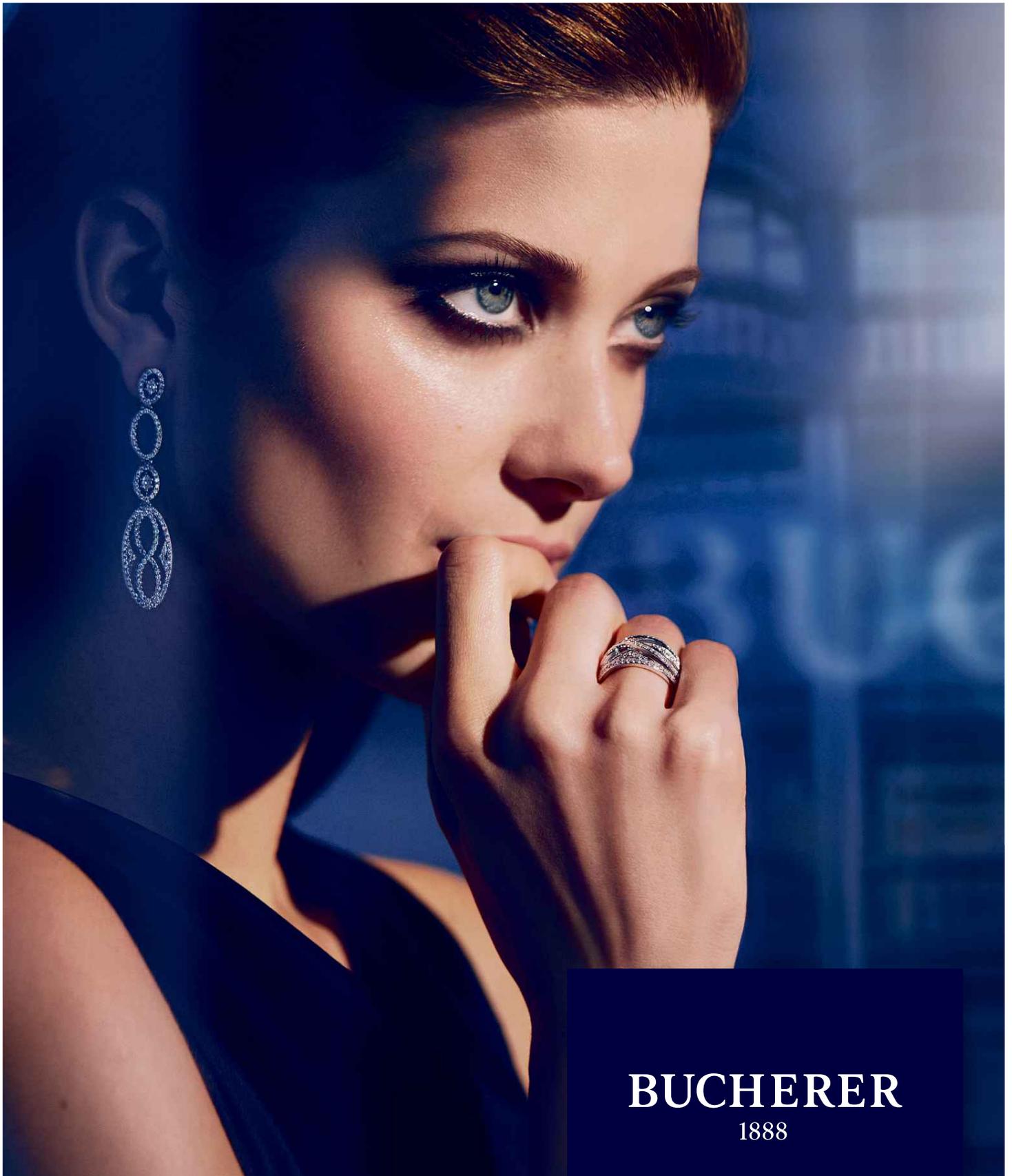
Gastfreundschaft

*So macht sie auch die
Gastgeber glücklich*

GÄstival

200 Jahre Tourismus Zentralschweiz

Die Seerose in der Abenddämmerung
am 16. Juli 2015 vor Brunnen.



BUCHERER
1888

BUCHERER.COM

EINZIGARTIG WIE IHRE EMOTIONEN – SEIT 1888

UHREN SCHMUCK JUWELEN

Gästival

Der Grundstein ist gelegt

Gastgeber zu sein und sich als Gast zu fühlen, das konnten wir während der letzten Monate tagtäglich erleben – in Luzern, in Stansstad, in Brunnen, in Alpnachstad und jetzt in Flüelen. Gastfreundschaft – Freundschaften, die aus Geben und Nehmen bestehen, aus Respekt und Offenheit, eben eine Wechselbeziehung zwischen Gast und Gastgeber.

Dass wir seit dem Stapellauf vor drei Monaten in Luzern dieses Wechselspiel auf der Seerose erfahren dürfen, erfüllt uns mit Freude und Stolz. Freude, weil Tausende von Besucherinnen und Besuchern strahlen, wenn sie über die Seerose schlendern und sich für die historischen Figuren, die Vielzahl von Konzerten und Theaterstücken oder für die Fülle von Veranstaltungen interessieren. Stolz, weil der Funke überspringt, weil sich das Publikum mit der Gastfreundschaft beschäftigt. Davon zeugen die vielen positiven Reaktionen oder auch die begeisterten Kommentare, die wir auf unsere Gastfreundschaftskurse auf der Seerose erhalten. Gastfreundschaft ist eine Frage der Haltung, und diese äussert sich vielfach in Kleinigkeiten, die meistens nichts kosten – ein Lächeln übrigens auch nicht. Mit dem Gästival ist der Grundstein gelegt für das nötige Bewusstsein und für eine nachhaltige Sensibilisierung für die grosse Bedeutung des Tourismus für unsere Region. Gastfreundschaft ist ein immerwährender Prozess, der aufzeigt, dass es sich lohnt, auf unsere Gäste zuzugehen, dass Freundlichkeit und Offenheit erwidert werden und auch Zeichen der Wertschätzung sind.

Es war immer unser Ziel, dass sich die Gästival-Projekte nicht auf das Jubiläums-



jahr beschränken, sondern eine bleibende Wirkung entfalten. Dies ist mit der Verknüpfung von Tourismusgeschichte und Kulturlandschaft auf dem Waldstätterweg, mit den zahlreichen «Friendly Hosts», mit den diversen Mitmachprojekten und mit all den vielen breitgefächerten Aktivitäten auf der Seerose zweifellos gelungen. Und dass diese ab 2016 Teil eines neuen Jugendcampus für Musik und Theater in Vitznau wird, ist besonders hervorzuheben.

Für das grosse Engagement während des Gastfreundschaft-Jahres 2015 gehört allen Helferinnen und Helfern, allen irgendwie Beteiligten – vor allem aber Ihnen, liebe Gastgeberinnen und Gastgeber in der ganzen Zentralschweiz – der herzlichste Dank!

Adelbert Bütler, Präsident «200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz»

Inhalt

Tourismus in der Zentralschweiz: Das bringt die Zukunft 4

Marcel Perren: Luzern wird vielfältiger 8

Hans E. Koch: Ungebrochene Faszination für das KKL 14

Schon 60 000 Gäste auf der Seerose 18

Verein MuTh in Vitznau übernimmt die Seerose 26

Gastfreundschaft: Das sagen Touristiker und Gäste 32

Qualität im Tourismus ist mehr als ein Label, sie ist Programm 38

Der neue Waldstätterweg ist eine Erfolgsgeschichte 41

Die wundersame Vermehrung der «Friendly Hosts» 44

Dank und Impressum 46

Titelbild:
zuerrer design/
www.zuerrer.com

«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 Gubelin.

Tourismus in der Zentralschweiz

Blühende Zukunft





Zentralschweiz und Tourismus:
Das sind zwei Begriffe, die zusammengehören wie Mark Twain und die Rigi, Friedrich Schiller und die Tell-Sage, Luzern und das KKL. An den Vierwaldstättersee, wo Natur, Geschichte und Innovationskraft aufeinandertreffen, strömen die Gäste aus der Schweiz, aus Europa, aus der ganzen Welt – seit zwei Jahrhunderten, auch in Krisenzeiten.

Die jüngsten Zahlen aus dem Jahr 2014 sprechen eine deutliche Sprache: Mehr als eine Milliarde Franken betrug die Wertschöpfung aus dem Tourismus allein in Stadt und Kanton Luzern – 19 Prozent mehr als noch 2005. Auch die Aufhebung des Mindestkurses durch die Schweizerische Nationalbank zu Beginn des Jahres 2015 vermochte die Dynamik kaum zu bremsen. In der Region Luzern-Vierwaldstättersee, wie die touristische Innerschweiz genannt wird, nahmen die Logiernächtezahlen in den ersten sechs Monaten seit dem Frankenschock nicht ab, sondern zu – um 5,8 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

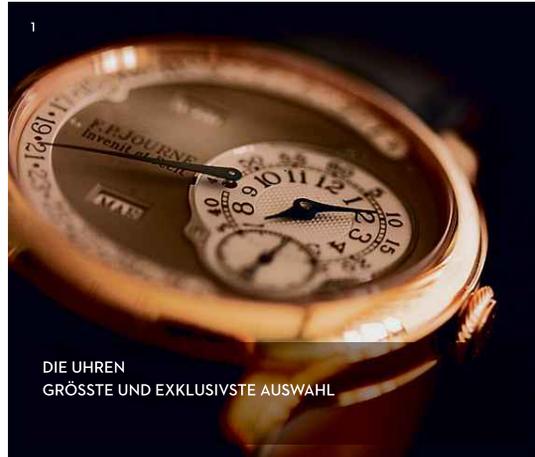
Erfolg dank Durchmischung

Damit hebt sich die Innerschweiz von den anderen Tourismusregionen der Schweiz ab. Doch warum? Luzern ist eine starke Marke, gewiss, das Angebot in der kleinen Innerschweiz vielfältig. Hauptgrund für die Krisenresistenz ist heute aber die Durchmischung der Gästestruktur. Einerseits gehören die Berge, der See, die historischen Stätten und die Kulturinstitutionen der Innerschweiz zu den beliebtesten Ausflugszielen der währungsunabhängigen Gäste aus der Schweiz. In der Wertschöpfungsstudie für den Kanton Luzern – in Auftrag gegeben von Luzern Tourismus und der kantonalen Dienststelle für Raum und

Die Seerose in Alpnachstad. Sie ist auch Ausdruck der Innovationskraft in der Zentralschweiz.
*Bild Emanuel Ammon/
Luftfilm.ch*

EMBASSY

MAKING LUXURY PERSONAL AGAIN



DIE UHREN
GRÖSSTE UND EXKLUSIVSTE AUSWAHL



DIE PANERAI BOUTIQUE



DIE VACHERON CONSTANTIN BOUTIQUE



DIE HERMÈS BOUTIQUE



DIE SCHOKOLADE
FEINSTE HANDGEFERTIGTE SCHWEIZER SCHOKOLADE

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

Panerai Boutique – Kapellplatz 9, CH-6004 Luzern, Telefon +41 (0)41 418 12 80

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

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

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

→ Wirtschaft (Rawi) – wird die Zahl der Tagesbesucher mit rund 12 Millionen ausgewiesen. 10 Millionen davon stammten aus der Schweiz.

Andererseits hat es gerade Luzern verstanden, sich und die Innerschweiz in einem internationalen Umfeld zu vermarkten. Schon früh wurden die interessanten Zielmärkte erkannt und bearbeitet. Nach dem Zweiten Weltkrieg waren es die US-Amerikaner, die Luzern zu einem Fixpunkt ihres Army-Urlaubs machten, die in der Heimat von Wasserturm, Kapellbrücke, Löwendenkmal und Gletschergarten erzählten. In den Siebziger- und Achtzigerjahren waren es die Japaner, die sogar Hochzeiten auf dem Titlis feierten, dann die Inder, die Bollywood-Filme in den Alpen drehten, und heute sind es die kaufkräftigen Chinesen, die fasziniert sind von den Bergen, dem See, der mittelalterlichen Stadt und den Schweizer Uhren. Jeder dritte Tourist aus China kauft sich eine Uhr, während er sich in Luzern aufhält. Dies besagt eine separate Wertschöpfungsstudie der Bucherer AG in Luzern. 2014 resultierte daraus eine Wertschöpfung von 134 bis 160 Millionen Franken allein für die Uhrengeschäfte rund um den Schwandenplatz. Weltweit ist Luzern damit einer der führenden Umsatzplätze für Uhren und wird häufig in einem Atemzug mit Paris und Schanghai genannt.

Asiaten sorgen für Aufschwung

Die asiatischen Gäste sind der eigentliche Treiber der touristischen Entwicklung in der Innerschweiz. Dies schlägt sich seit 2008 auch in den Logierzahlen der klassischen Hotellerie nieder. Kontinuierlich hat sich die Zahl der Logiernächte von Besuchern aus Asien in der Stadt Luzern und in der Region Luzern-Vier-

«Für den Kanton Luzern ist der Tourismus wichtiger als der Flughafen Kloten für den Kanton Zürich.»

Marcel Perren, Direktor Luzern Tourismus

waldstättersee auf mittlerweile 423 000 verdoppelt. Sie nähert sich damit dem Stand der Europäer, deren Zahl in der gleichen Zeitspanne um fast 30 Prozent auf 493 000 gesunken ist. Der grösste Teil der rund 1,9 Millionen Hotellogiernächte entfiel allerdings auch 2014 auf die Gäste aus der Schweiz: 37 Prozent, das heisst 703 000 beziehungsweise 10 Prozent mehr als 2008. Stark angestiegen, nämlich um 35 Prozent, ist seit der Finanzkrise von 2008 auch die Zahl der amerikanischen Gäste, von 174 000 auf 235 000.



Die Gäste aus Asien lieben die Schweiz, besonders Luzern.
Bild Emanuel Ammon

Zukunft des Tourismus

«Die kulturelle Vielfalt w



Wie soll sich der Tourismus in Luzern und in der Innerschweiz entwickeln? Moderat, sagt Marcel Perren, Direktor von Luzern Tourismus, dazu mit einer hohen Wertschöpfung pro Gast und mit der Weltoffenheit der Gastgeber.

Viele Luzerner sehen nur die Gruppen am Schwanenplatz. Ist der Gruppentourismus ein Türöffner für den individuellen Tourismus in Luzern?

Ja. Wenn man die vergangenen Jahrzehnte analysiert, stellt man fest, dass es vor allem in den Fernmärkten einen ähnlichen Verlauf gibt. Früher waren es die Japaner, dann die Amerikaner, jetzt die Asiaten generell. Und zwar scheint der Trend in einzelnen Märkten sogar schneller voranzugehen, als man dies erwarten konnte. Zuerst reisen diese Gäste vor allem in Gruppen. Später reisen sie vermehrt individuell, sie bleiben länger und reisen auch vermehrt in der Zwischensaison. Dies ist jeweils ein längerer Prozess, der ganz den Zielen unserer «Premium»-Qualitätsstrategie entspricht.

Findet damit eine Verlagerung zum Individualtourismus statt?

Der Anteil des Gruppentourismus bleibt mit rund 30 Prozent an allen Übernacht-

tungen stabil. Bei den Tagesgästen sind aber Zunahmen zu erwarten.

Von den Gruppentouristen profitieren die Uhren- und Souvenirgeschäfte.

Nicht nur. Neben dem Detailhandel sind zum Beispiel auch die Bergbahnen und andere touristische Anbieter am Gruppentourismus interessiert. Und es ist nicht so, dass Gruppengäste generell möglichst wenig Geld ausgeben. Studien zeigen, dass ja nach Herkunftsmarkt die Tagesausgaben überdurchschnittlich hoch sein können.

Auch unter den Individualtouristen stechen die Chinesen hervor. Öffnen sich dadurch neue Märkte?

Gerade die Gäste aus den Fernmärkten, die nicht mit dem Auto unterwegs sind, reisen häufig mit dem «Swiss Travel Pass», dem GA für ausländische Besucher. Dass wir mehr individuell reisende Gäste, auch aus China haben, zeigt sich in den Verkaufszahlen des Passes, die sich innerhalb der letzten vier Jahre verdreifacht haben. Auch in unserer Region, der beliebtesten Schweizer Region für Chinesen, sind vermehrt Gäste mit diesem Pass unterwegs.

Und sie entdecken auch neue Regionen?

Ja, sie besuchen auch weniger bekannte Regionen. Insgesamt geben sie mehr Geld aus, auch für Hotels und Verpflegung, und die Wertschöpfung ist für alle am Tourismus direkt oder indirekt Beteiligten höher. Es gibt auch immer mehr Reiseveranstalter, die neben den bewährten Programmen mit Schweizer und Luzerner Highlights auch Spezialprogramme mit Outdoor-Aktivitäten wie Wandern oder Biking, Reisen im Winter oder Kultur- und Event-Reisen anbieten.

ird grösser»

Luzern ist eine weltweit bekannte Marke, wir haben Gäste aus der ganzen Welt. Was heisst das für uns als Gastgeber?

Wir müssen uns auf den Umgang mit Menschen aus anderen Kulturkreisen, mit Gästen, die weder Deutsch noch Englisch sprechen, einstellen. Dies ist ein Prozess, der Sensibilisierung auf beiden Seiten – Gastgeber und Gast – nötig macht. Die kulturelle Vielfalt ist in Luzern, das vom Tourismus geprägt ist, noch grösser geworden; interkulturelle Kompetenz und «Weltoffenheit» gewinnen an Bedeutung. Gastfreundschaft wird immer mehr zu einem wichtigen Erfolgsfaktor.

Gastfreundschaft ist ein weicher Erfolgsfaktor, der zum «qualitativen Wachstum» passt, das Sie anstreben. Wie sieht Ihre Strategie aus, um diese qualitativen Ziele zu erreichen?

Erstens muss das Gesamtangebot stimmen, das heisst die Qualität der Dienstleistungen, die Angebote und die Infrastrukturen. Eine unserer grossen Stärken ist die sehr hohe Erlebnisdichte auf kleinem Raum. Deshalb nutzen und kombinieren unsere Gäste möglichst viele Angebote, sie bleiben länger, reisen auch in der Nebensaison, kommen wieder und empfehlen uns weiter. Zweitens müssen wir als Gastgeber überdurchschnittlich gastfreundlich sein. Wir müssen uns mit unterschiedlichen Kulturen auskennen und dennoch authentisch bleiben. Damit fördern wir die Qualität, nicht die Quantität. Wir streben ein moderates Wachstum bei höherer Wertschöpfung pro Gast an, das heisst eine nachhaltige Tourismusedwicklung, von der möglichst viele Wirtschaftsreiche und auch die Bevölkerung profitieren.

Marcel Perren (48), ist Direktor von Luzern Tourismus

→ Dies hebt die Region denn auch von der übrigen Schweiz ab. 34 Prozent der Logiernächte entfallen in Luzern auf Gäste aus Asien und Amerika, gesamtschweizerisch sind es nur 18 Prozent. Umgekehrt ist Luzern mit einem Anteil von 26 Prozent weniger von den europäischen Gästen abhängig als die gesamte Schweiz mit 35 Prozent.

Daraus erklärt sich der wirtschaftliche Erfolg des boomenden Tourismussektors mit einer eindrücklichen Wertschöpfungssteigerung von 19 Prozent seit 2005. Und damit kommt dem Tourismus auch eine bedeutende Rolle in der Gesamtwirtschaft zu. Er schafft umgerechnet 11 239 Vollzeitstellen in Stadt und Kanton Luzern, was 6 Prozent der kantonalen Beschäftigung entspricht. 2014 erwirtschaftete er 1,004 Milliarden Franken, das heisst 5 Prozent der direkten Bruttowertschöpfung. Zusammen mit dem Grosshandel und den Unternehmensdienstleistungen gehört der Tourismus damit zu den drei wichtigsten Bereichen der Wertschöpfung. Oder wie es Marcel Perren, Direktor von Luzern Tourismus, formuliert: «Für den Kanton Luzern ist der Tourismus wichtiger als der Flughafen Kloten für den Kanton Zürich.»

Innovationen und Investitionen

Dabei ruht sich der Tourismus nicht auf seinen Lorbeeren aus. Die natürlichen Schönheiten, die historischen Traditionen und ein geschicktes Marketing, das Luzern und die Innerschweiz schon vor Jahrzehnten in der Spitzengruppe der weltweiten Reisedestinationen verankert hat, reichen heute – in einer globalisierten Welt, in der sich das Reise- und Buchungsverhalten verändert haben – nicht aus, um sich an der Spitze zu behaupten. Gefragt sind auch Innovationskraft und Investitionsvermögen, wie es das KKL in Luzern verkörpert, das 1998 eröffnet wurde und nicht nur Tourismus, Wirtschaft und Kultur vereint, →

Gastfreundschaft von ihrer süssesten Seite



Gästival
unsere Gäste – unsere Freunde

Sponsor

Chocolat Schönenberger AG, Täschmattstrasse 10, 6015 Luzern
info@schoenenberger-choco.ch, www.schoenenberger-choco.ch

Öffnungszeiten Fabrikladen:
Mittwoch und Freitag 10.00 bis 18.00 Uhr



→ sondern in ihrem finanziellen Engagement auch die öffentliche Hand und die Privatwirtschaft.

Heute werden wiederum Weichen gestellt, wird in Neues und Neuartiges investiert – seien es Grossanlagen wie das Swiss-Alps-Projekt von Samih Sawiris in Andermatt oder die 500-Millionen-Erneuerung des Bürgenstock-Resorts, oder seien es Bergbahnen auf dem Pilatus, dem Titlis, dem Stoos, dem Stanserhorn oder Hotelprojekte in Vitznau oder Engelberg. Auch in den kommenden Jahren wird der Tourismus in der Innerschweiz nicht an Dynamik verlieren.

Mit dem Tourismus in die Neuzeit

Dass sich der Tourismus in seiner heutigen Stärke präsentiert, verdankt er zu einem

guten Teil immer noch den Visionen des 19. Jahrhunderts. Damals wurden Pionertaten erbracht, die noch heute nichts von ihrer Strahlkraft eingebüsst haben –

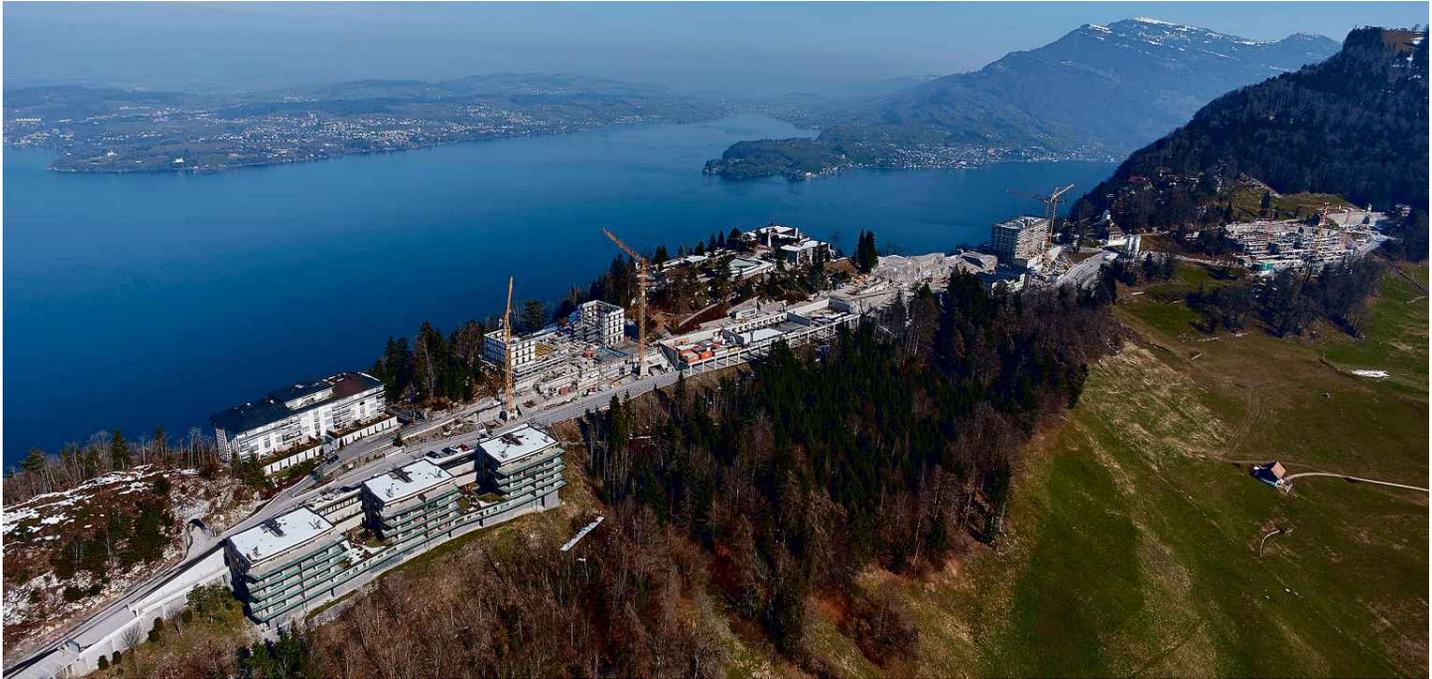
das erste Gipfelhotel der Alpen auf Rigi Kulm (1816), das erste Dampfschiff auf dem Vierwaldstättersee (1837), die erste Bergbahn in Europa auf die viel besungene Königin der Berge (1871), die steilste Zahnradbahn der Welt auf den Pilatus (1889).

Plötzlich machte man das Geld nicht mehr in der Fremde, sondern mit den Fremden.

Doch nicht nur das historische Vermächtnis ist von Bedeutung für den modernen Tourismus. Vielmehr ist es der Tourismus als Wirtschaftsfaktor in seiner geschichtlichen Dimension. Denn erst der Tourismus führte die arme Innerschweiz, der es über Jahrhunderte an Investitions- und Innovationskraft fehlte, in eine Zeit der wirtschaftlichen Blüte.

Dinge zu wagen, die überraschen, ist eine Stärke der Zentralschweiz – wie die Cabrio-Bahn auf das Stanserhorn. Bild Emanuel Ammon





500 Millionen Franken investiert der Staatsfonds von Katar in das neue Bürgenstock-Resort. Es soll 2017 eröffnet werden.
Bild Emanuel Ammon/
Luftfilm.ch

→ Bis in die Mitte des 19. Jahrhunderts verliess sich die quasi-adlige Führungsschicht der Innerschweiz auf die Soldeinnahmen aus den fremden Diensten. Anders als in Zürich oder Bern nach der Reformation waren die Solddienste in der katholischen Innerschweiz nicht abgeschafft worden. Dies führte zu einer wirtschaftlichen Bequemlichkeit, die Neuerungen und den Willen zu Investitionen verhinderte. Auch die industrielle Revolution hinterliess kaum Spuren in der Innerschweiz.

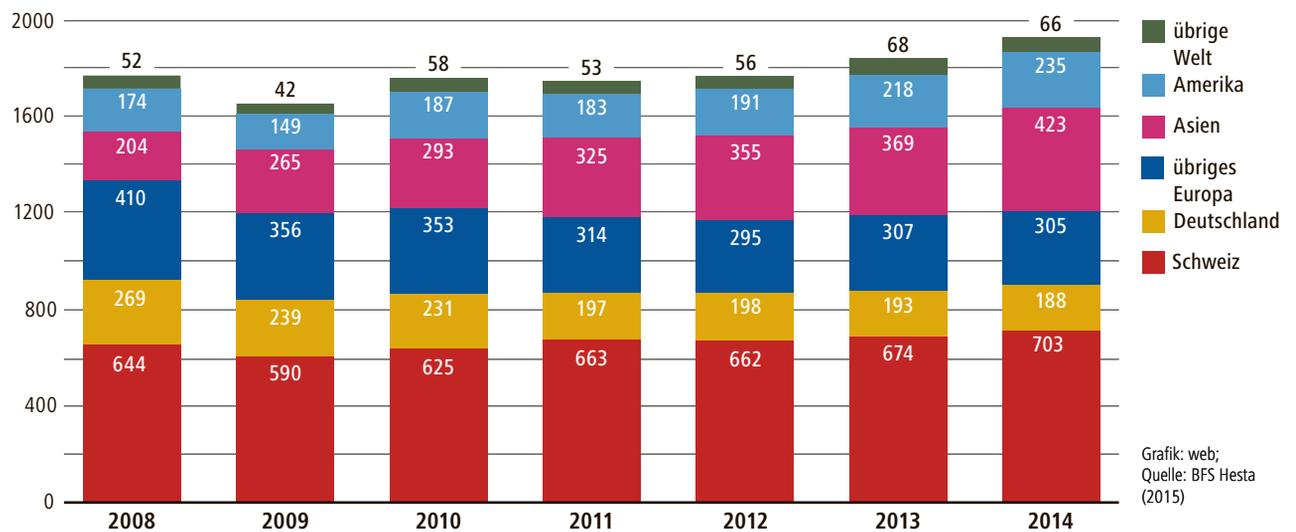
Erst als die Einnahmequelle aus den fremden Diensten – nicht zuletzt als Folge der demütigenden Bundesstaatsgründung – versiegte, entwickelte sich der Tourismus zu einer wichtigen Erwerbsquelle.

Von einem Auswanderungs- zu einem Einwanderungsland

Für die verschlafene Innerschweiz war es eine einschneidende Veränderung. Plötzlich machte man das Geld nicht mehr in der Fremde, sondern mit den Fremden. →

Entwicklung der Hotellogiernächte im Kanton Luzern

Anzahl Übernachtungen 2008 bis 2014, in Tausend





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



GÜBELIN
GEM PASSION

Zukunft des Tourismus

«Die Faszination für das Haus ist ungebrochen»



Inbegriff der Innovationskraft in jüngster Zeit ist das KKL Luzern. Hans E. Koch, Direktor des KKL, sagt im Interview, wie das KKL und der Tourismus zusammenwirken.

Ohne den Tourismus wäre das KKL Luzern nicht gebaut worden. Wie profitieren der Tourismus und das KKL voneinander?

Das KKL Luzern ist ein Kultur- und Kongresszentrum mit internationaler Strahlkraft. Mit dem Lucerne Festival gehört eine der weltweit Top-5-Klassikveranstaltungen zu unserem festen Programm. Weitere Festivals wie Blue Balls oder World Band bringen ebenfalls internationale Top-Acts nach Luzern und sind damit auch Magnete für Touristen. Die Zusammenarbeit zwischen KKL Luzern, Luzern Tourismus sowie Hoteliers ist eng und gegenseitig bereichernd. Zudem erwirtschaftet das KKL für die Stadt und Region jährlich eine Wertschöpfung von über 75 Millionen Franken.

Das KKL ist auch ein wichtiger Werbeträger für Luzern und die Zentralschweiz. Sind Sie zufrieden, wie das KKL Luzern ausserhalb der Region wahrgenommen wird?

Das KKL Luzern besitzt gerade im Kulturbereich mit einem der weltweit besten Konzertsäle und renommierten Festivals internationales Renommee. Zusammen mit Luzern Tourismus und dem Lucerne Festival sorgen wir dafür, dass unsere Marke in die Welt getragen wird. Wichtig bleibt für uns jedoch gleichzeitig eine Öffnung gegenüber Luzern und der Schweiz generell, die wir seit einigen Jahren bewusst vorantreiben. Gäste aus aller Welt, Luzernerinnen und Luzerner, Touristen und andere Interessierte sollen von der Magie des Hauses angesteckt

werden. Gerade Events wie «Live on Ice», «Film, Music & Dinner», «Swiss City Marathon Lucerne» oder der Neujahrszauber unterstützen diese Zielsetzung.

Was ist das schönste Kompliment, das Sie jemals zum KKL Luzern erhalten haben?

Als beste Komplimente zählen für mich nicht einzelne Aussagen, sondern vielmehr die Emotionen, welche unser Haus auslöst. Standing Ovationen nach einem Konzert, begeisterte Veranstalter oder der aufrichtige Dank eines Gastes für den Service in unseren Restaurants und Bars.

Wie kann sich das KKL in Zukunft weiterentwickeln?

Die Faszination für das Haus ist ungebrochen – soeben wurden wir bei der Bewertungsplattform Tripadvisor zur drittbekanntesten Sehenswürdigkeit der Schweiz gewählt und haben Anfang Jahr zudem den Swiss Mice Award als bestes Kongresszentrum der Schweiz erhalten. Wichtig ist aber, dass sich das KKL in einem rasch ändernden Marktumfeld behaupten kann und seine Top-Positionierung durch neue, innovative Angebote festigt. Zudem wird auch die geplante Salle Modulable attraktive Kooperationsmöglichkeiten eröffnen, um die Tourismusregion Zentralschweiz international noch stärker zu vermarkten.

Hans E. Koch (63) leitet das KKL seit März 2011. Zuvor war er Direktor des «Palace» in Luzern und international tätig.

In der Innerschweiz wird in den Tourismus investiert – ein leuchtendes Beispiel dafür ist der «Dragon Ride» auf den Pilatus. Die neue Seilbahn kostete 18 Millionen Franken und wurde im April 2015 eröffnet.

Bild Urs Wyss



→ Bereits um 1880 arbeitete ein Viertel der Erwerbstätigen in Luzern in der Hotellerie. Gleichzeitig wurde die Schweiz von einem Auswanderungs- zu einem Einwanderungsland. Vor dem Ersten Weltkrieg stammte fast ein Drittel der Tourismusangestellten aus dem Ausland.

Der wirtschaftliche Impuls beschränkte sich aber nicht auf die Hotellerie. Spätestens um die Jahrhundertwende hatte sich der Tourismus als der wichtigste Devisenbringer in Luzern etabliert. Sein volkswirtschaftliches Gewicht war nicht zu unterschätzen, er sorgte für Aufträge und Arbeit in Handwerksbetrieben, Inneneinrichtungshäusern, Wäschereien, Kutschenbetrieben, Uhren- und Luxusverkaufsläden. Und er beschleunigte die

infrastrukturelle Entwicklung, damit auch die Modernisierung der Gesellschaft. Denn auch die Bevölkerung profitierte von den Errungenschaften, die durch den Tourismus in die Städte und Dörfer kamen: Elektrizität, Heizungen, Personenaufzüge, Badezimmer, Telegraf- und Telefonverbindungen wurden zuerst in den Hotels eingeführt. Erst dadurch wurden die technischen Neuerungen massentauglich. Vor allem die Elektrifizierung wurde durch die Hotellerie vorangetrieben. 1886 wurde der Strom in der Stadt Luzern eingeführt. Die ersten Abonnenten waren «Schweizerhof», «Du Lac», «Gütsch» und «National». →

Begeisterung?

«Unvergessliche Momente erleben.»



Gästival / AURA Fotoagentur

**Sponsoring – unser Beitrag zu Spitzenleistungen.
Helvetia ist offizieller Projekt-Partner Seerose.**

Gästival
200 Jahre Tourismus Zentralschweiz

helvetia 
Ihre Schweizer Versicherung.

→ 1889 waren bereits 30 Hotels in der Schweiz elektrifiziert, dagegen nur 3 Bahnhöfe, 28 Dampfschiffe, 12 Restaurants und 15 private Wohnhäuser.

Die eigentliche Hochkonjunktur erlebte die Region um den Vierwaldstättersee nach der europäischen 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 nicht mehr nur Adlige und Schwerreiche in die Innerschweiz, sondern auch Fabrikanten, Beamte, Geschäftsleute, Anwälte und Ärzte. Zunächst stammte der grösste Teil der Gäste aus England, seit den Achtzigerjahren des 19. Jahrhunderts auch aus Deutschland. Vor dem Ersten Weltkrieg machten die Deutschen rund einen Drittel der Gäste aus; dahinter folgten Engländer, Franzosen, Amerikaner und Schweizer.

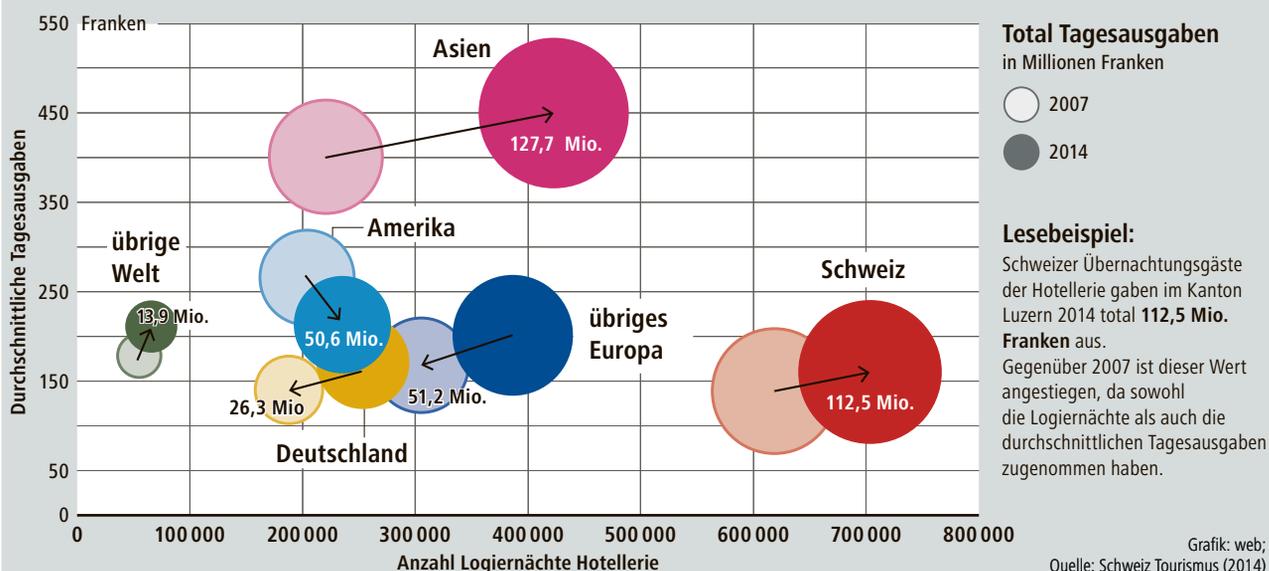
See und Berge locken die Touristen seit 200 Jahren in die Zentralschweiz – hier der Felsenweg auf der Rigi.

Bild Christian Perret



Tagesausgaben von Übernachtungsgästen im Kanton Luzern

Anzahl Logiernächte, durchschnittliche und totale Tagesausgaben in Millionen Franken, 2007 und 2014



Die Seerose übertrifft die Erwartungen

Zuschauermagnet

Ein faszinierendes Programm und ein aussergewöhnlicher Sommer bescheren der Seerose volle Ränge – hier an der Eröffnung in Luzern.
Bild Emanuel Ammon

Die Seerose zieht die Massen an. Bereits haben fast 60 000 Gäste die schwimmende Plattform auf dem Vierwaldstättersee besucht. Die letzten Gelegenheiten bieten sich in Flüelen und Vitznau.

«Seetaugliche Gastfreundschaft», titelte die «Neue Zürcher Zeitung» am 24. Juli 2015 in ihrem Bericht über die Seerose und das Gästival. Und sie strich die «überregional grosse Anziehungskraft» der aussergewöhnlichen Plattform hervor: «Besucher

aus der ganzen Schweiz lassen sich auf der Seerose verwöhnen.» Tatsächlich lässt sich bereits heute sagen, dass sich die Besucherzahlen auf der schwimmenden Plattform weit über den Erwartungen bewegen. Budgetiert waren 45 000 Besucher,



bisher – nach den Aufenthalten in Luzern, Stansstad, Brunnen, Alpnachstad und nach dem Auftakt in Flüelen – sind schon fast 60 000 Gäste gezählt worden. «Das ist ein wunderbarer Erfolg», freut sich Adelbert Bütler, Präsident des Vereins «200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz». Doch nicht nur die Zahlen freuen die Gästival-Macher, auch die Stimmung auf der Seerose und die Resonanz auf die Veranstaltungen und die historischen Figuren

bestätigen, dass sich das Konzept bewährt hat, die Seerose zu einem Event-, aber auch zu einem Begegnungsort zu machen.

Ort der Begegnung

«Es ist eine Freude zu sehen, wie offen und interessiert sich die Gäste auf der Seerose auf unsere Themen einlassen – auf die Gastfreundschaft und die Tourismusgeschichte», sagt Jost Huwyl, Co-Projektleiter des Gästivals. Besonders beliebt

Seerose: Alles für 15 Franken

Betriebszeiten der Seerose:

Täglich von 10 bis 17.30 Uhr; Türöffnung am Abend ab 18 Uhr.

Preise:

Tag: Erwachsene: 15 Franken (inkl. ein Getränk), Mehrfacheintritt, zwei Kinder in Begleitung gratis. Jugendliche von 12 bis 16 Jahren (ohne Begleitung), AHV/IV-Bezüger, Studenten: 10 Franken.

Abend: Erwachsene: 15 Franken. Kinder und Jugendliche (unter 16 Jahren nur in Begleitung), AHV/IV-Bezüger, Studenten: 10 Franken.

Vorverkauf:

www.gaestival.ch,
www.ticketcorner.ch
oder an den üblichen Ticketcorner-Vorverkaufsstellen, Bahnschaltern und Tourist-Infos in der Zentralschweiz. Schulen, Gruppen, Personen im Rollstuhl und Corporate Events: ticketing@gaestival.ch oder 041 375 75 24 (Montag bis Freitag zu den Bürozeiten).



MESURE ET DÉMESURE*



TONDA 1950

Weißgold gefasst mit 84 Diamanten
Extraflaches Automatikwerk
mit einem Mikrorotor aus Platin
Hermès-Alligatorlederband

Made in Switzerland

www.parmigiani.ch

PARMIGIANI
FLEURIER



GÜBELIN

Luzern Zürich Basel Bern St. Moritz Genf Lugano

gubelin.com

* GEMESSEN UND FREI

→ sind tagsüber die historischen Figuren, die Geschichten aus den Anfängen und aus der Neuzeit des Tourismus erzählen, und die Gastfreundschaftskurse. «Wir haben Besucher, die zwei- oder dreimal auf die Seerose kommen, um die historischen Figuren zu sehen», so Jost Huwlyer.

«Immer begeistert»

Gross ist auch die Resonanz auf die Abendveranstaltungen und die Mischung der Programme, die von Publikumsmagneten bis zu Nischenproduktionen reichen. Es sei «ein buntes Programm», schrieb der «Bote der Urschweiz» nah dem Gastspiel der Seerose in Brunnen, «von total ausverkauft mit Warteschlangen bis zu einer unteren Grenze von bis zu 100 Gästen. Immer aber waren die Besucher begeistert.» Auf der Seerose ist die Begeisterung spürbar, und sie hat viel mit dem Thema zu tun, dem sich das Gästival verschrieben hat – mit der Gastfreundschaft. Sie ist das wiederkehrende Thema auf der Seerose. Tagsüber sind es die spielerischen Gastfreundschaftskurse und die Gastgeber, die für eine entspannte, herzliche

und offene Atmosphäre sorgen. Sie lassen den Funken der Gastfreundschaft auf die Gäste überspringen. So facettenreich das Programm der →

Die Reise der Seerose



Von unten gegen den Uhrzeiger:

Luzern

29. Mai bis 21. Juni

Stansstad

25. Juni bis 12. Juli

Brunnen

16. Juli bis 2. August

Alpnachstad

6. bis 23. August

Flüelen

27. August bis

13. September

Der letzte Halt folgt in

Vitznau vom 17. September bis 4. Oktober.

«Dies ist wirklich einzigartig!»

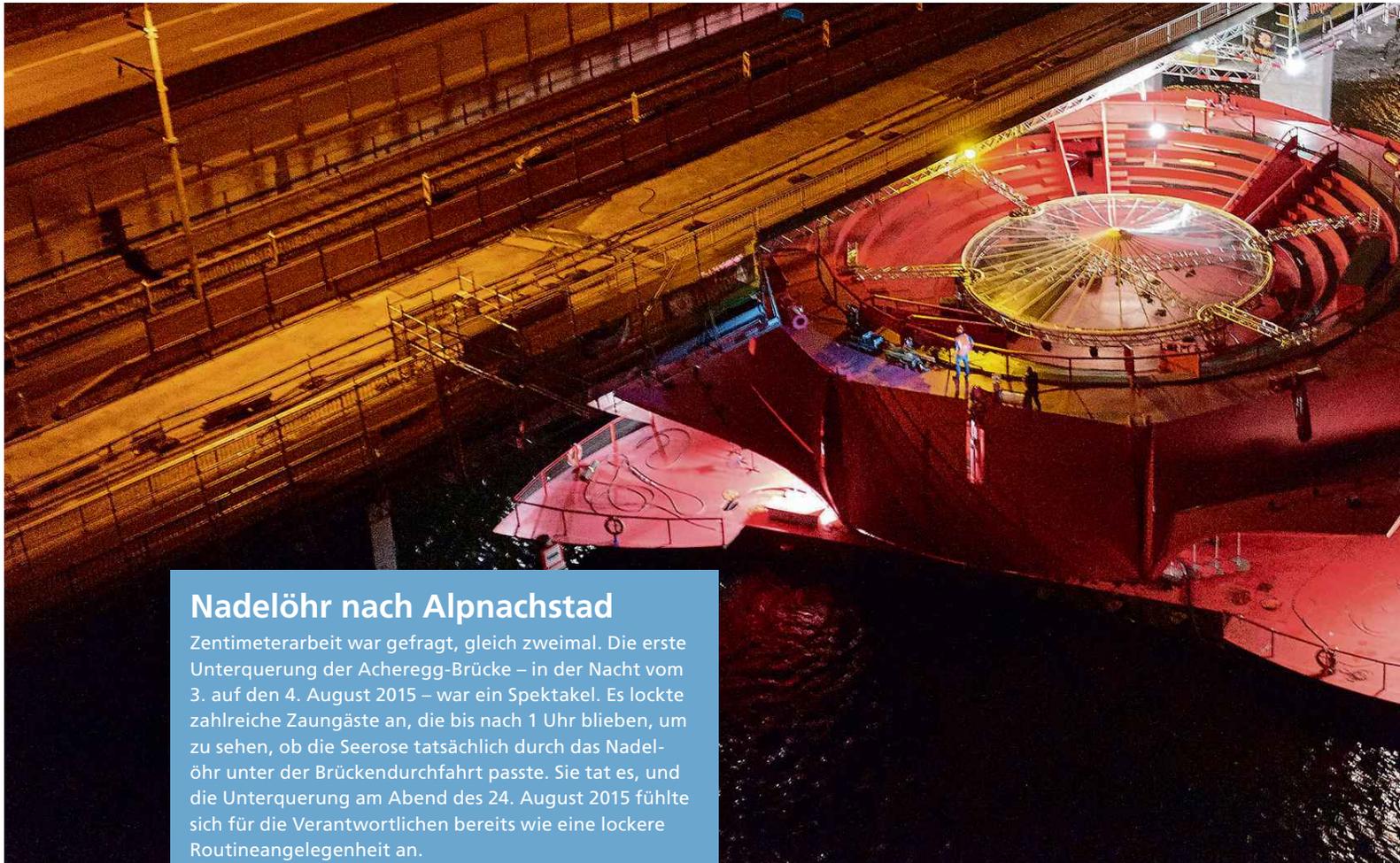
Das Echo auf die Seerose ist gewaltig. Auch die Künstler sind fasziniert und äussern sich begeistert auf ihren Facebook-Seiten. Hier einige Auszüge:

Naturally 7 (A-cappella-Band aus New York): «Wir sind schon überall auf der Welt aufgetreten. Aber dies ist wirklich einzigartig!» (nach dem Konzert mit Ivo in Brunnen)

Johnny Burn (Comedian): «Ein bezauberndes Publikum auf der Seerose. Wowow, das war ein schöner Abend mit euch!»

Leonard (Schlagerstar): «Das Jubiläums-Konzert auf der Seerose in Brunnen war für mich ein einmaliges Erlebnis und das schönste Geschenk zum 30-Jährigen. Wenn es immer so wäre, würde ich doch glatt nochmals 30 Jahre auf der Bühne stehen.»

Zu den beliebten **Gastfreundschaftskursen** im Tagesprogramm schreibt der «Bote der Urschweiz» (Ausgabe vom 29. Juli 2015): «Beim Verlassen der Seerose bei der Kasse dann das Aha-Erlebnis. Genau so geht es: Kassensfrau Maya weiss auf jede Frage des Publikums eine Antwort. Sie erklärt, was gerade auf der Seerose läuft, was am Abend los ist, was morgen. Sie bindet den Leuten die Bänder ums Armgelenk. Sie wünscht einen schönen Aufenthalt, und sie hat sichtlich Spass an der Arbeit. Wie alle anderen, die auf der Seerose arbeiten, besuchte auch sie im Vorfeld einen eintägigen Gastfreundschaftskurs an der Hotelfachschule in Luzern. «Es war ein genialer Tag, strahlt sie und beweist damit einmal mehr: Freundlichkeit kostet nichts.»



Nadelöhr nach Alpnachstad

Zentimeterarbeit war gefragt, gleich zweimal. Die erste Unterquerung der Acheregg-Brücke – in der Nacht vom 3. auf den 4. August 2015 – war ein Spektakel. Es lockte zahlreiche Zaungäste an, die bis nach 1 Uhr blieben, um zu sehen, ob die Seerose tatsächlich durch das Nadelöhr unter der Brückendurchfahrt passte. Sie tat es, und die Unterquerung am Abend des 24. August 2015 fühlte sich für die Verantwortlichen bereits wie eine lockere Routineangelegenheit an.

Vorausgegangen war der Aktion erstens eine ingenieurtechnische Meisterleistung, zweitens eine stabsmässige Vorbereitung der Kibag. Weil die Seerose mit ihrer Breite von 48 Metern und ihrer Höhe von 12 Metern (bei eingeklappten Blütenblättern) zu gross war für die Durchfahrt unter der Acheregg-Brücke, waren die Ingenieure bereits bei der Planung der Plattform gefordert.

Sie konzipierten die Seerose mit abnehmbaren Blütenblättern. Sowohl die oberen als auch die seitlichen Blütenblätter wurden unmittelbar vor der Durchfahrt – bei der Holcim in Stansstad und der Steinag im Rotzloch – demontiert und nach der Passage der Brücke wieder angebracht. Was einfach tönt, dauerte für die Spezialisten der Kibag jeweils vier Stunden.

Um die erforderliche Höhe bei der Unterquerung zu erreichen, liessen sich die Ingenieure zudem etwas Besonderes einfallen: Zwei der drei Pontons, auf denen die Seerose schwimmt, sind flutbar. Dadurch lässt sich die Plattform um einen Meter absenken. Das heisst: Die fast 500 Tonnen schwere Seerose wurde mit rund 780 000 Litern Wasser geflutet (rund 90 Prozent der möglichen Menge) und von zwei Schleppbooten der Kibag unter der Brücke hindurchgezogen.

Die Durchfahrt dauerte jeweils lediglich fünf Minuten. Begünstigt wurde die Aktion durch den tiefen Wasserstand im Vierwaldstättersee, weshalb nicht die gesamte Flutungskapazität ausgeschöpft werden musste. Auf beiden Seiten wie auch in der Höhe blieb so ein Spielraum von rund 1,5 Metern, vom Tiefbauamt des Kantons Nidwalden war zusätzlich das Gerüst der Brückensanierung provisorisch zurückgebaut worden.

- Abendveranstaltungen auf der Seerose ist, so fokussiert sind die Inhalte auf das Thema der Gastfreundschaft – ob Rock- oder Klassikkonzert, ob Comedy, Theater oder Talk.

Witz und Tiefgründigkeit

Dabei haben sich die Künstler mit einer Mischung von Witz und Tiefgründigkeit, immer aber mit Einfallsreichtum, auf das herausfordernde Thema eingelassen. Sie greifen es auf, indem sie – wie die künstlerisch hochstehenden und einzigartigen «Carte Blanche»-Produktionen der fünf Kantone – die Gastfreundschaft musikalisch und/oder theatralisch inszenieren, oder sie nehmen selber die Rolle des Gastgebers ein, indem sie – wie der Nidwaldner Rockmusiker Ivo, der Luzerner Comedian Johnny Burn oder Talkmaster Dominic Deville – ihre eigenen Gäste auf die Seerose einladen. Auch hier reicht der gastfreundschaftliche

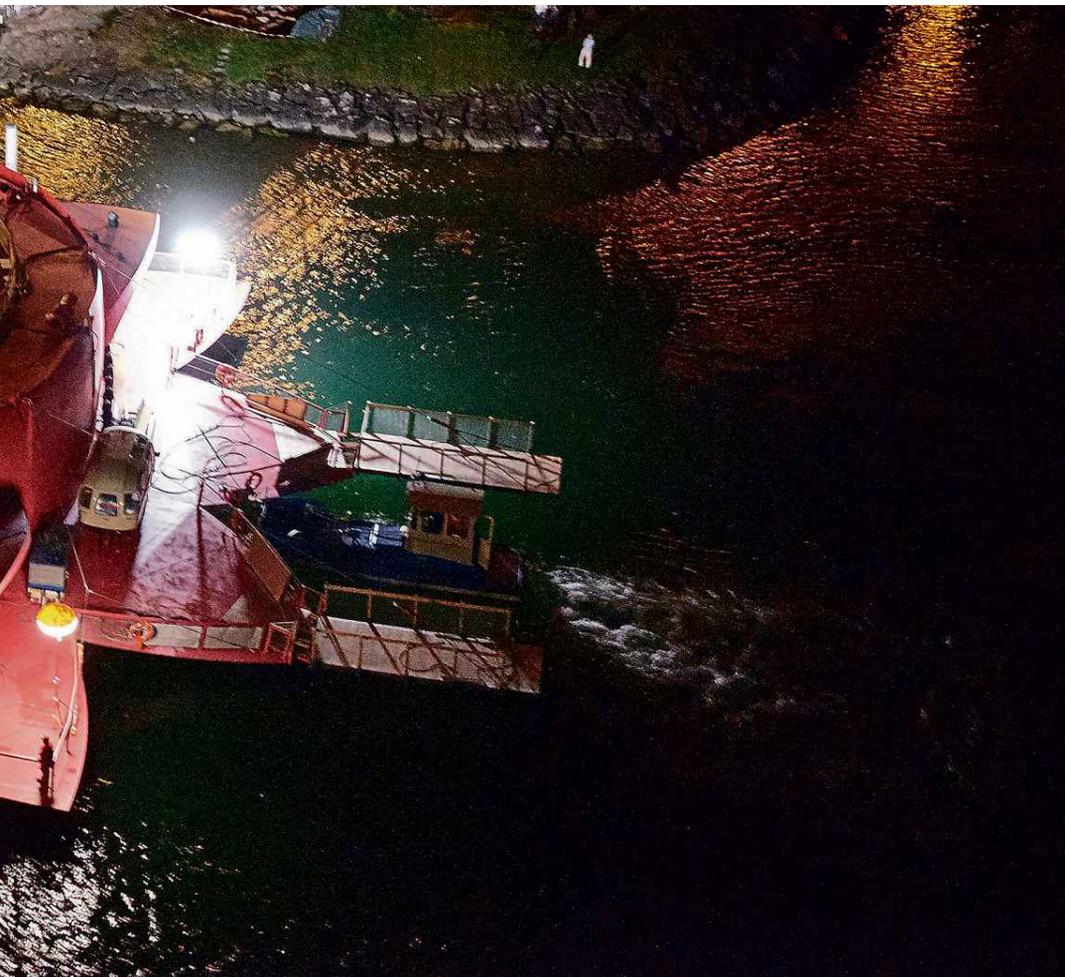


Bild links:
4. August 2015, 1.02
Uhr: Die Seerose unter-
quert die Acheregg-
Brücke.

Bild unten:
Die historischen Figuren
auf der Seerose sind ein
Highlight – hier Werner
Bodinek als Cäsar Ritz.
*Bilder Emanuel Ammon/
Luftfilm.ch, Geri Born*

Dialog, damit der Funke auf das Publikum überspringt.

Verankert in den Regionen

Dies und die regionale Verankerung der Programme sind die beiden Erfolgsfaktoren auf der Seerose. Denn immer geht es neben der Gastfreundschaft auch um die Zentralschweiz. «Es war immer unser Ziel, einen breiten Querschnitt durch das Kulturschaffen in der Zentralschweiz zu bieten», sagt Christoph Risi, Projektleiter Seerose des Gästivals. «Dazu gehören sowohl Massen- als auch Nischenproduktionen.»

Diese regionale Verankerung – auch tagsüber mit den kantonalen Formationen und den historischen Figuren – zieht das Publikum in Scharen an. Und sie erweist sich – was für ein Kompliment an die Zentralschweiz – als eine Plattform mit «überregional grosser Anziehungskraft».

Sämtliche Informationen zum Gästival und zum Programm sowie Tickets unter www.gaestival.ch





**HANDGEMACHT
WERTVOLL
100% NATÜRLICH
EINZIGARTIG**

In der Nähe von schneebedeckten Bergen, dem Vierwaldstättersee und der weltberühmten Kapellbrücke verarbeiten unsere Chocolatiers in Luzern erstklassige und natürliche Zutaten. Das Resultat sind einzigartige Erzeugnisse. Seien es Pralinen, Schokoladentafeln, SchoggiPlättli® oder Dragées – das Motto ist stets dasselbe:

«Experience chocolate for the first time.»

Im Sommer sorgen 25 hausgemachte Glacesorten für Erfrischung.

Unsere Köstlichkeiten finden Sie in der Max Chocolatier Boutique am Schweizerhofquai in Luzern sowie im Globus delicatessa Zürich Bellevue, Zürich Bahnhofstrasse und Genf.

Bestellen Sie gemütlich von zu Hause aus:

www.maxchocolatier.com

Max Chocolatier™

EXPERIENCE CHOCOLATE FOR THE FIRST TIME

Gästival-Projektleitung

«Zweijahrhundertsommer»



Beat Heuberger (46, links) und Jost Huwyler (46) sind Inhaber der H+H Management GmbH in Luzern

Mehr als 60 000 Gäste werden die Seerose bis Ende September besucht haben – das Gästival ist ein grosser Erfolg. Die beiden Projektleiter, Beat Heuberger und Jost Huwyler, sprechen über die Gründe.

Bereits jetzt lässt sich sagen, dass das Gästival die Erwartungen bei weitem übertreffen wird. Worauf gründet dieser Erfolg?

Jost Huwyler: Es ist die Einzigartigkeit des Projektes. Hier kommen Kräfte und Interessen zusammen, die sonst vielleicht das Heu nicht auf der gleichen Bühne haben, die sich aber für etwas Aussergewöhnliches engagieren. Nur schon die Tatsache, dass sich die fünf Kantone der Innerschweiz in einem solchen Projekt zusammenschliessen, ist eine kleine Pioniertat.

Beat Heuberger: Hinzu kommt die breite Abstützung. Neben der öffentlichen Hand sind es vor allem Private, Unternehmen, Stiftungen, Gönner, die am gleichen Strick ziehen. Und die lokale Verwurzelung. Das zeigt sich in den Programmen auf der Seerose, die immer mit der Gastfreundschaft und der Zentralschweiz zu tun haben.

Und das Wetter.

Huwyler: Ja, wenn die einen von einem «Jahrhundertsommer» sprechen, dann ist es für uns – in Anlehnung an unser Jubiläum – ein Zweijahrhundertsommer.

Damit ist auch das Budget, immerhin 8 Millionen Franken, im Trockenen?

Heuberger: Es bleibt – bis zum Schluss – sehr anspruchsvoll, die Ertragsziele zu erreichen – insbesondere auf der Seerose. Wir werden zwar weit mehr Eintritte auf der Seerose verbuchen, als wir budgetiert haben. Allerdings liegen die Durchschnittspreise unter dem budgetierten Durchschnittswert.

Weshalb?

Heuberger: Wir haben mehr Senioren und Jugendliche auf der Seerose als erwartet – vor allem aber Kinder, die gratis sind. Das

ist ein Erfolg, denn wir wollten Familien ansprechen, das wirkt sich aber auf das Budget aus. Zudem geben wir ein Gratisgetränk mit dem Tagesticket ab, das war ursprünglich nicht vorgesehen, und auch die Aktionen unserer Partner – etwa die Halbpreis-Aktion der Raiffeisenbank – sind ein voller Erfolg, drücken aber auf den Durchschnittspreis.

Das heisst für das Budget?

Heuberger: Wir setzen nach wie vor alles daran, eine schwarze Null zu schreiben.

Was war die grösste Herausforderung?

Huwyler: Die unterschiedlichen Kräfte und Interessen zusammenzubringen. Das Gästival ist ein komplexes Projekt mit einem anspruchsvollen Thema. Wenn es uns gelungen ist, die gegenseitige Verständigung zwischen Wirtschaft und Kultur oder zwischen Tourismus und Landschaftsschutz zu fördern, dann ist dies ein Prozess, der auch mit Gastfreundschaft zu tun hat.

Und was bleibt Ihnen als Ihr persönliches Highlight in Erinnerung?

Heuberger: Ganz klar der 1. August in Brunnen: Aufstehen bei orkanartigen Stürmen im Rollhotel im Lido Brunnen, danach – trotz schlechten Prognosen – immer schöneres Wetter, Besuch mit der Bundespräsidentin auf dem Rütli, ein abwechslungsreicher Abend auf der Seerose und als Highlight der (nicht angekündigte) Besuch meines 20-jährigen Sohnes zum Schlummertrunk. Was will man mehr!
Huwyler: Das Team. Und dass in einem solchen Ad-hoc-Projekt alle Beteiligten, auf der Seerose und an den einzelnen Standorten, ausgezeichnet miteinander kooperiert haben. Dafür danken wir allen ganz herzlich.

Verein in Vitznau übernimmt die Seerose

Eine Rose für die Jugend



Zentrum für Jugend, Musik und Theater

Mit MuTh Vitznau entsteht ein nationales Zentrum für Jugend, Musik und Theater – ein schweizerisches Kompetenzzentrum für alle Arten von Musik, Musikpädagogik und Nachwuchsförderung, vergleichbar mit dem Centro Sportivo Tenero von Jugend und Sport.

MuTh (Musik und Theater) ermöglicht die Durchführung von Probelagern für bestehende Musikensembles, Chöre oder Theatergruppen mit eigenen musikalischen und pädagogischen Leitern. Darüber hinaus sollen Schulklassen verschiedener Schulniveaus, insbesondere auch der Real- und Sekundarstufe, Musiktheaterwochen durchführen und auftreten können – dies unter professioneller Leitung. Hinzu kommen Weiterbildungsveranstaltungen für Lehrer, Chorleiter, Blasmusikdirigenten, Stimmbildner etc.

www.muth.ch

Den Abschluss ihrer Reise rund um den Vierwaldstättersee macht die Seerose in Vitznau. Der Verein MuTh nutzt die Gelegenheit, um auf seine Zukunftsvisionen aufmerksam zu machen. Er wird die Seerose als Teil des geplanten Musikcampus übernehmen. Vom 23. September bis 4. Oktober 2015 findet das erste MuTh-Festival statt.

Visionär sind die Ziele, die sich der Verein MuTh (Musik und Theater, siehe auch Kasten) gesetzt hat. Er wird in Vitznau einen nationalen Campus für Jugend, Musik und Theater, analog dem Centro Sportivo in Tenero, aufbauen. «Auch Tenero, heute Inbegriff der Ausbildung im Bereich Jugend und Sport, hat einmal mit ein paar Zelten und einem Sportplatz begonnen»,

sagt der 28-jährige Fabio Küttel, Musikschulleiter, Dirigent und Geschäftsführer des Vereins MuTh in Vitznau. «Dieses visionäre Denken übernehmen wir für unser Ziel eines nationalen Musikcampus.»



Fabio Küttel, Geschäftsführer des Vereins MuTh, hat Grund zur Freude: Vor dem Hafen von Vitznau wird die Verankerung der Seerose vorbereitet. Diese wird ab dem 17. September in Vitznau gastieren.
Bild Stefan Ragaz

In diesen Campus wird auch die Seerose integriert, die vom 17. bis 20. September 2015 mit dem Gästival-Programm in Vitznau gastiert. Danach wird sie vom Verein MuTh übernommen. Ermöglicht werden das Engagement und die nachhaltige Nutzung der Seerose durch die Unterstützung der Park Hotel Vitznau AG. Bewilligungen, dass die Seerose vor Vitznau ankernd darf, liegen bis Ende 2018 vor.

«Vorbereiten, verhandeln, abklären»

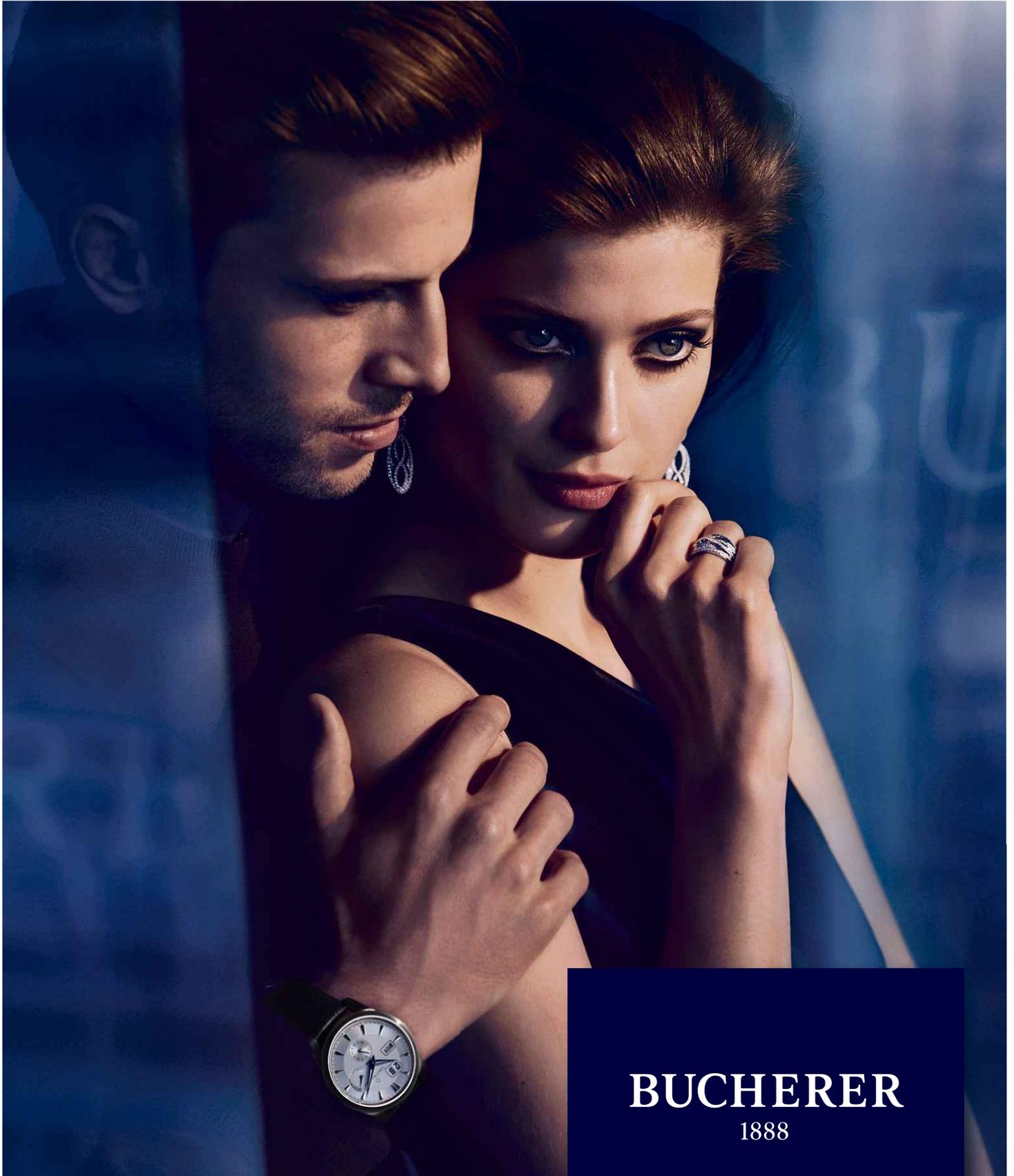
Wie häufig und wie lange die Seerose für Festivals, Konzerte oder Proben und im Rahmen von Jugendlagern eingesetzt werden kann, ist zum heutigen Zeitpunkt offen. Dies hängt auch von den Erfahrungen ab, die man mit dem ersten MuTh-Festival vom 23. September bis 4. Oktober 2015 machen wird. «Wir sind intensiv am Vorbereiten, Verhandeln, Abklären und Formulieren von Zielen», sagt Küttel.

Vorderhand konzentrierte sich der Verein auf bestehende Infrastrukturen in den Seegemeinden. Langfristig sei aber ein zentrales Gebäude mit Probe-, Verpflegungs- und Unterkunftsräumen geplant. Dabei wolle man ein Konzertlokal, ein Gesamtprobelokal, Bühnenprobelokale, Registerräume, Einzelproberäume, Verpflegungsmöglichkeiten, Unterbringungsmöglichkeiten, die Verwaltung von Musikinstrumenten wie Klavieren und Schlagzeugmaterialien anbieten.

Jährliches MuTh-Festival

Um auf die breite musikalische Jugendarbeit aufmerksam zu machen, veranstaltet der Verein jährlich das MuTh-Festival. Dieses beschäftigt sich mit jungen Ensembles und Solisten aus allen Stilbereichen. Dabei sollen Jugendformationen und junge Theaterschaffende aus der ganzen Schweiz und dem Ausland auftreten.





BUCHERER.COM

BUCHERER
1888

EINZIGARTIG WIE IHRE EMOTIONEN – SEIT 1888

UHREN SCHMUCK JUWELEN



→ Das erste MuTh-Festival im Rahmen des Gästivals wird einen Vorgeschmack auf die Art der Musik geben, die auf der Seerose künftig gefördert wird. Im Abendprogramm werden sich junge Musik- und Theaterschaffende aus der ganzen Schweiz und aus dem Ausland präsentieren. So wird das Festival durch das Jugendblasorchester Luzern eröffnet. Es folgen Konzerte von Molto Cantabile, der Schweizer Militärmusik, des Tian-Huan Chinese Orchestra, der Jugendmusik der Seegemeinden oder der Wiener Sängerknaben. Auch Pop- und Rockliebhaber werden auf ihre Kosten kommen, unter anderen werden Eliane Müller und die Band Noan auf der Seerose auftreten (siehe auch Programm auf Seite 31).

Tagsüber können sich die Besucher auf der Seerose mit dem Musikvirus infizieren lassen. So gibt es Instrumente zum Selberausprobieren sowie Ausstellungsstücke über berühmte Musiker aus der Region, oder man beobachtet Musiker in einem

Workshop. Auch eine Teilnahme an den themenspezifischen Workshops ist möglich. Gruppen oder Schulklassen können ihren Ausflug auf die Seerose mit einem Rhythmus-, Sing- oder Theaterworkshop abrunden.

Festival-Besuch und Schifffahrt – eine reizvolle Verbindung.
Bild Christian Perret

Mit dem Schiff zurück nach Luzern

MuTh bietet in Zusammenarbeit mit Luzern Tourismus während des Festivals die Rückfahrmöglichkeit mit dem Schiff an. Die Zeiten der Abendkonzerte sind so angelegt, dass die Rückfahrt mit dem Schiff um 22.00 Uhr möglich ist (ab Hotel Terrasse). Ebenso sind Anschlüsse in Luzern in die ganze Schweiz gewährleistet. Das Schiff fährt an jedem Festivaltag. Die Fahrt nach Weggis ist gratis, nach Luzern kostet sie 10 Franken. Gäste mit Gästekarte haben freie Fahrt.

Es wird die Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln empfohlen. Auf das Bahn- sowie das Eintrittsticket gibt es eine Ermässigung von 10 Prozent: www.sbb.ch/seerose

Anreise mit dem Bus: Haltestelle Park Hotel, direkt bei der Seerose. Rückreise um 21.59 oder 22.59 Uhr.

Anreise mit dem Schiff: Haltestelle Vitznau, signalisierter Spaziergang von ca. 800 m, Shuttlebetrieb.

Anreise mit dem Auto: Parkplätze im Parkhaus der Rigibahnen sowie auf dem Schulhausplatz im Dorfzentrum; die Parkplätze sind signalisiert.



«Wir blicken in eine
erfolgreiche Zukunft.»

Die Schmid Gruppe bietet jährlich zahlreiche Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in den Bereichen Planung, Bau und Immobilien.

- > Maurer
- > Landschaftsgärtner
- > Verkehrswegbauer
- > Polybauer EFZ Fassadenbau
- > Zeichner EFZ Architektur
- > Kaufleute
- > Junior-Bauleiter
- > Bauführer Praktikant

SCHMID GRUPPE

Neuhaltenring 1 . 6030 Ebikon

041 444 40 11 . info@schmid.lu

www.schmid.lu

SCHMID
Ideen verwirklichen.

Das Programm des ersten *MuTh-Festivals auf der Seerose*

Mittwoch, 23. September

Eröffnung MuTh-Festival – Jugendblasorchester der Stadt Luzern

Eine der besten Jugendmusikformationen in der Schweiz mit unzähligen Erfolgen an kantonalen, nationalen und internationalen Wettbewerben – ein eindrücklicher Beweis für die wertvolle Nachwuchsarbeit in der Luzerner Blasmusik. Das Orchester umfasst rund 60 Jugendliche und steht seit 2011 unter der Leitung von Josi Fischer.

Donnerstag, 24. September

Tag der Militärmusik

Jedes Jahr profitieren 240 junge Musiker von der Ausbildung in den drei Rekrutenspielen. Trompeter, Tambouren, Schlagzeuger und Betriebssoldaten werden während 21 Wochen auf ihre Aufgaben in der Schweizer Militärmusik vorbereitet – ein Konzertabend der Extraklasse mit den besten jungen Musikern der Schweiz. Anschliessend Gemeinschaftskonzert der Jugendmusik der Seegemeinden und der Jugendmusik Rotkreuz-Meierskappel.

Freitag, 25. September

Young Singer/Songwriter- Night: Eliane Müller

Ihr Stern am Pop-Himmel ist mit ihrem letzten Album «Venus & Mars» endgültig aufgegangen: Eliane hat sich innert kürzester Zeit in die Herzen der Schweizer gesungen. Supporting Act: Noan.

Samstag, 26. September

Das Walliser Wochenende

Die Gemeinde Vitznau begeht traditionellerweise in unregelmässigen Abständen einen Kantonstag. Dabei wird Musikalisches, Kulturelles und Kulinarisches von der Alpensüdseite und aus der Region Vierwaldstättersee geboten.

Sonntag, 27. September

China zu Gast in Vitznau

Jedes Jahr besuchen unzählige Gäste aus Fernost die Rigi und starten ihre Reise in Vitznau. China selber hat auch musikalisch eine lange Geschichte. Das Tianhua Chinese Orchestra of Tianhua Art School nimmt die Besucher mit auf eine Reise durch das Reich der Mitte.

Mittwoch, 30. September

Stimmgewalt – Molto Cantabile

Der Luzerner Chor Molto Cantabile wurde 2003 gegründet und steht unter der engagierten Leitung des jungen Dirigenten Andreas Felber. Immer wieder tritt der Chor zusammen mit anderen Ensembles aus Luzern oder aus anderen Schweizer Städten auf. Zu den besonderen Erlebnissen, die Molto Cantabile bietet, gehören Videoprojektionen, die dem Publikum einen Einblick in die Probearbeit und das Vereinsleben des Chores ermöglichen, aber auch filmische oder grafische Elemente als Ergänzung der a-capella-Musik.

Donnerstag, 1. Oktober

Einheimisches Schaffen

Die beiden örtlichen Musikvereine, die Musikgesellschaft Vitznau und die Feldmusik Weggis, haben sich für das Seerosenkonzept zusammengetan und einen ganz speziellen Konzertabend vorbereitet. Unterstützt werden sie vom grossartigen Panflötisten Jonas Gross. Er war Solopanflötist am Basel Tattoo 2014, Gewinner des kleinen Prix Walo und ist schon mit Lisa Stoll oder Edward Simoni aufgetreten. Sie begeben sich auf die Spuren von James Last, Udo Jürgens und Frank Sinatra.

Freitag, 2. Oktober

Jugendtheater

Theaterproduktion in Zusammenarbeit mit dem Theater Junge Marie.

Samstag, 3. Oktober

Mit MuTh in die Zukunft

Zum Abschluss des MuTh-Festivals präsentieren sich junge Musikerinnen und Musiker sowie Ensembles aus verschiedenen Stilbereichen. Spezialgast: die Wiener Sängerknaben

Sonntag, 4. Oktober

Ausklang auf der Seerose

Brunch und Abschlussfeierlichkeiten mit der A-capella-Formation Vocabular, dem RB Jazztrio und vielen mehr.





Tourismustag auf der Seerose

Der Zentralschweizer Tourismustag wird am 29. September 2015 auf der Seerose in Vitznau stattfinden. Unter dem Motto «Gelebte Gastfreundschaft – was Gästen Freude schafft» werden die Gastgeberqualitäten im Zentrum stehen. Touristikerinnen und Touristiker berichten anhand konkreter Beispiele von ihren Erfahrungen, die Hochschule Luzern präsentiert neueste Erkenntnisse, und Persönlichkeiten aus der Tourismuswirtschaft diskutieren aktuelle Themen rund um die Gastfreundschaft. Für den Blick von aussen sorgt der in Bern lebende britische Schriftsteller Diccon Bewes, Autor von «Swiss Watching». Bewes erzählt mit Augenzwinkern und britischem Humor über seine Erfahrungen mit Schweizerinnen und Schweizern. Henrik Belden, Singer-Songwriter aus Luzern, wird ein Konzert geben. Begleitet wird das Tagungsprogramm vom Improtheater «OhneWiederholung».

Detailprogramm und Online-Anmeldung auf www.hslu.ch/tourismustag15



Gastfreundschaft

Spitzenplatz

Gastfreundschaft ist wichtig. Das sagen die Gäste, wenn sie Ferien buchen. Sie setzen die Gastfreundschaft an die Spitze ihrer Wünsche.

Für die Gäste ist Gastfreundschaft einer der drei wichtigsten Faktoren beim Buchungsentscheid. Dies zeigt eine Studie der Hochschule Luzern, die im Rahmen des Gästivals erstellt und im Juni 2015 publiziert wurde. Die Studie ergab, dass es für die Gäste wichtig sei, wie sie am Ferienort behandelt würden, so Jürg Stettler, Leiter des Forschungsprojekts «Stärkung der Gastfreundschaft in der Zentralschweiz» und Vizedirektor der Hochschule Luzern – Wirtschaft. 48 Prozent der befragten Gäste zählten die Gastfreundschaft zu den drei wichtigsten Faktoren, die sie bei einer Buchung berücksichtigen würden.

Anders sieht es bei den Zentralschweizer Touristikern aus. Sie vertrauen auf die schöne Landschaft und lokale Attraktionen und messen der Gastfreundschaft einen weniger grossen Stellenwert bei (siehe auch Grafik auf Seite 35). Nur 26 Prozent der Touristiker setzten sie unter die drei wichtigsten Faktoren.

Es sei problematisch, wenn die Branchenvertreter unterschätzten, wie wichtig die Gastfreundschaft für die Gäste sei, sagt



Hilfsbereitschaft ist ein wesentlicher Teil der Gastfreundschaft – hier beim Umsteigen vom Postauto auf die Treib-Seelisberg-Bahn.
Bild Christian Perret



MARÉCHAUX

KRÄFTE BÜNDELN HEISST SYNERGIEN REALISIEREN

Know-How entsteht über die Zeit und wächst mit der Erfahrung. Die Maréchaux Holding AG bietet seit 1946 Qualitätsdienstleistungen nach Mass. Synergien entstehen dort, wo Wissen und Erfahrung aus unterschiedlichen Branchen aufeinandertreffen und sich daraus ein Vorteil für unsere Kunden ergibt. Die Maréchaux Holding AG ist breit abgestützt und zeichnet sich über das Kerngeschäft der Elektroinstallationen hinaus in den Bereichen Immobilienentwicklung und Hotellerie als verlässlicher, professioneller Partner aus.

Wir werden unser Leistungsspektrum und unsere Kompetenzen auch in Zukunft kontinuierlich weiterentwickeln. Ganz im Sinne einer langfristigen und nachhaltigen Ausrichtung. Ganz im Sinne unserer Kunden.

QUALITÄTSBEWUSST. NACHHALTIG. INNOVATIV.



Maréchaux Holding AG

Maréchaux Elektro AG Luzern
Maréchaux Electricité SA Lausanne

Maréchaux Elektro AG Stans
Maréchaux Filiale Zug

Bonetti Elektro AG Meggen
Elektro Gotthard AG Andermatt

Elektro Imholz AG Altdorf
Elektro Kaiser AG Sachseln

Turnkey Communication AG
Turnkey Services AG

Maréchaux Elektro AG • Sempacherstrasse 6 • 6003 Luzern • Telefon 041 319 44 44 • Fax 041 319 44 66 • www.marechaux.ch

Ranking: Bedeutung der Gastfreundschaft für den Buchungsentscheid

Aus Sicht der Gäste	
Rang	Faktoren
1	Unterkunft
2	Gastfreundschaft
3	Landschaft
4	Preis
5	Essen
6	Erreichbarkeit der Destination
7	Lokale Kultur
8	Lokale Aktivitäten und Attraktionen
9	Wetter / Klima
10	Nachhaltigkeit

Aus Sicht der Touristiker	
Rang	Faktoren
1	Landschaft
2	Lokale Aktivitäten und Attraktionen
3	Preis
4	Unterkunft
5	Erreichbarkeit der Destination
6	Gastfreundschaft
7	Wetter / Klima
8	Essen
9	Lokale Kultur
10	Nachhaltigkeit

Der Gast ist König:
Auf der Seerose
werden täglich mehr-
mals spielerische
Gastfreundschafts-
kurse angeboten.
Bild Martin Bussmann

→ Jürg Stettler. Gastfreundschaft sei ein Wettbewerbsfaktor. «Gäste, denen wir das Gefühl vermitteln, willkommen zu sein, sind zufriedener, bleiben länger, geben mehr Geld aus, kommen häufiger wieder und empfehlen den Ort weiter.»

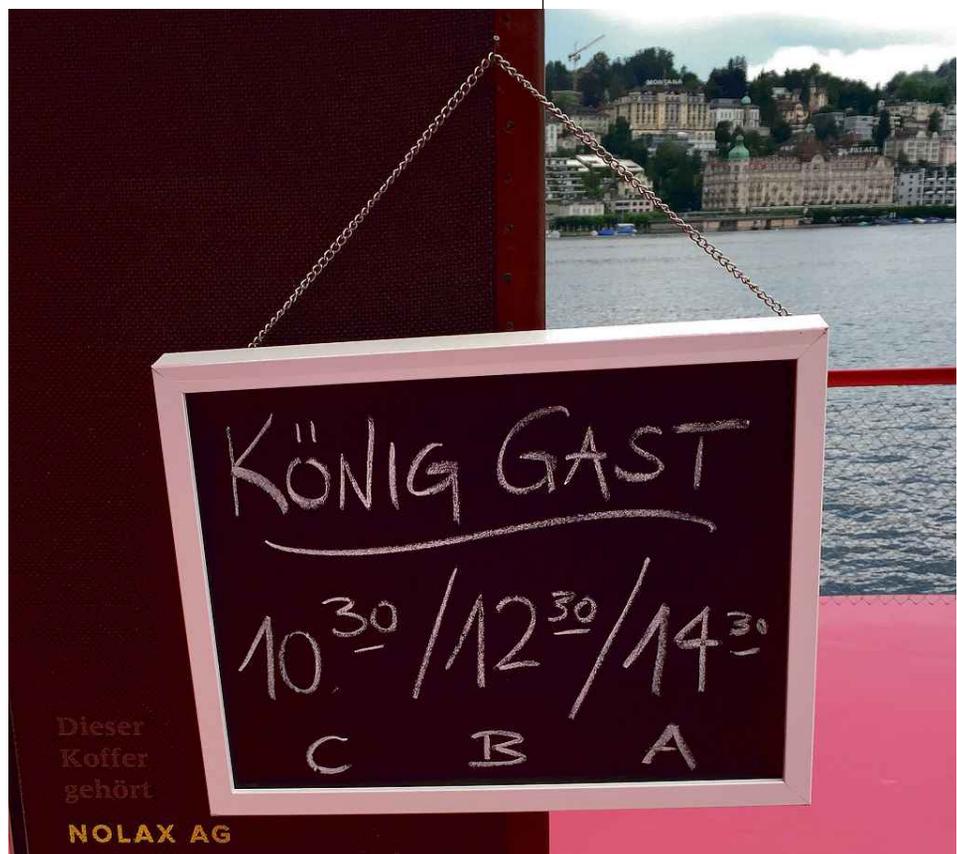
Gute Werte für Zentralschweiz

Die Studie zeigt aber auch, dass der Umgang mit Gästen nicht so schlecht ist, wie er manchmal dargestellt wird. Auf einer Skala von 1 (völlig unzufrieden) bis 7 (völlig zufrieden) benoteten die Gäste die Gastfreundschaft mit 6,2. Die Touristiker gaben der von ihnen gebotenen Gastfreundschaft selbstkritisch nur die Note 4,7. Die Einschätzung der Einheimischen bezüglich der Gastfreundschaft lag bei 5,6.

«Ein möglicher Grund für die unterschiedliche Beurteilung der Zufriedenheit mit der Gastfreundschaft ist, dass wir Schweizer generell und insbesondere die Touristiker sehr selbstkritisch sind», sagt Jürg Stettler. Positiv stimmt ihn das gute Abschneiden bei den Touristen: «Die Umfrage macht deutlich, dass wir nicht so schlecht sind. Die Gäste sind zufrieden mit unserer Gastfreundschaft.» Trotzdem gebe es Verbesserungspotenzial: Die Gäste wünschten sich insbesondere mehr Freundlichkeit, Herzlichkeit sowie Wertschätzung und Respekt.

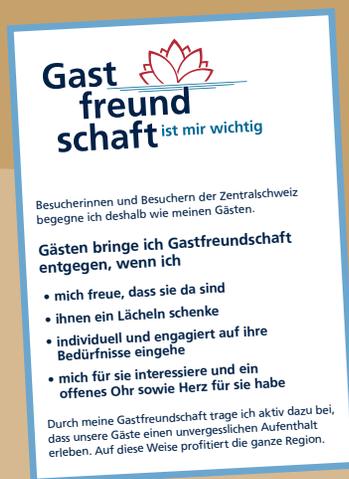
Die Hochschule Luzern befragte 114 Vertreter der Zentralschweizer Tourismusbranche, 496 Personen aus der Zentralschweiz und 887 Touristen, wobei die meisten aus dem Inland stammten.

www.gastfreundschaft-zentralschweiz.ch



Nachhaltige Gastfreundschaft

Schon mehr als 7000 Chartas verteilt



Wer die Charta der Gastfreundschaft unterzeichnen möchte, kann diese bei den regionalen Tourismusorganisationen oder auf www.gastfreundschaft-zentralschweiz.ch beziehen. Dort kann die Charta auch online unterzeichnet werden.

Gastfreundschaft ist eine persönliche Verpflichtung – gegenüber dem Gast, mit Auswirkungen auf das eigene Verhalten. Wer sich verpflichten will, kann dies mit seiner Unterschrift bezeugen.

«Gastfreundschaft ist mir wichtig», steht auf der Charta der Gastfreundschaft, die von der Hochschule Luzern entwickelt worden ist. «Gastfreundschaft» sticht als Wort hervor, mindestens so wichtig ist aber das Wörtchen «mir». Denn der abstrakte Begriff der Gastfreundschaft wird nur mit Leben erfüllt, wenn sich Menschen engagieren und einen persönlichen Beitrag leisten – und sich bewusst machen, was Gastfreundschaft für sie bedeutet.

Ziel: 10 000 Unterschriften

Um diesen Prozess anzustossen, hat die Hochschule Luzern nun die Charta der Gastfreundschaft geschaffen. In einem interdisziplinären Projekt und als Teil des Gästivals sollen sich Tourismusunternehmen und -mitarbeiter, aber auch Privatpersonen – beispielsweise im Rahmen der Gastfreundschaftskurse auf der Seerose – mit ihrer Unterschrift dazu verpflichten, Gastfreundschaft wichtig zu nehmen. Dabei hat sich die Hochschule ein ehrgeiziges Ziel gesetzt: Bis zum Ende des Gästival-Jahres sollen mindestens 10 000 Chartas in Umlauf sein.

«Bisher haben wir mehr als 7000 Chartas abgegeben», sagt Olivia Amstad vom Institut für Tourismuswirtschaft ITW an der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Damit ist man auf Erfolgskurs.

Besonders die Hotellerie und die Bergbahnen engagierten sich für das Projekt, auch auf der Seerose stosse die Charta auf ein grosses Interesse, so Amstad.

Von den Worten zu den Taten

Entscheidend sei aber die Umsetzung, sagt Olivia Amstad. Und diese basiere auf Eigenverpflichtung, auf Sensibilität und auf Rollenbewusstsein. Deshalb sei es wichtig, dass sich die Tourismusunternehmen für die Gastfreundschaft engagierten und dass es Führungspersönlichkeiten gebe, «die sich für die Gastfreundschaft einsetzen und täglich ein gutes Vorbild für ihre Mitarbeitenden sind.»

Häufig sind es die kleinen Dinge

Gastfreundschaft wird von der Hochschule Luzern auch in Workshops für Unternehmen der Tourismusbranche geschult. Diese sind Teil des gemeinsamen Projektes mit dem Gästival zur «Stärkung der Gastfreundschaft». Dort werden auch die Chartas abgegeben, und dort, so Amstad, werde den Teilnehmern bewusst, dass es häufig die kleinen Dinge sind, die Gastfreundschaft ermöglichen. «Ein einfaches Lächeln oder sich zu freuen, dass ein Gast da ist» genügte in der Regel, um einen positiven Prozess auszulösen. «Das sind die Grundvoraussetzungen, der Rest passiert in der Regel von alleine.»

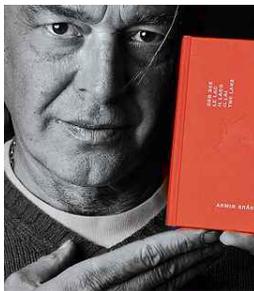
Buch zum Gästival

Hommage an den See

Armin Grässl, aufgewachsen in Ruswil, wohnhaft in Seelisberg, hat den See immer und immer wieder erkundet – vom Boot aus, zu allen Jahreszeiten und rund um die Uhr. In 150 Bildern führt er uns vom Urnersee und dem Rütli über die Gersauer Bucht an den Rigifuss und hinüber zum Bürgenstock, öffnet den Blick auf den Pilatus und Luzern. Mit seiner Kamera erzählt er beeindruckende, unhörbare Geschichten. Panoramaaufnahmen wechseln ab mit Detailbildern. Wir erleben mit ihm die Natur in ihrer Sanftheit, in ihrer Wandelbarkeit und in ihrem Zorn. Der Luzerner Publizist Peter Schulz hat

dem meditativ angelegten Bilderbuch literarische und informative Texte aus Vergangenheit und Gegenwart beigelegt.

Armin Grässl, Der See: Mit Texten von Johann Wolfgang von Goethe, Hermann Hesse, Victor Hugo, Leo Tolstoi, Mark Twain, Gottfried Keller
Texte in allen vier Landessprachen und Englisch, 360 Seiten, 150 Farbfotografien, gebunden, Fr. 29.–, ISBN 978-3-905927-47-4, Verlag Pro Libro Luzern, www.prolibro.ch



«Der See» ist eine einzigartige Fotodokumentation über den Vierwaldstättersee. In der symbolhaften Form des Schweizer Passes erscheint die Wiege der Eidgenossenschaft in einem faszinierenden, meditativen Licht – angereichert mit literarischen Texten.

green.ch
Internet made in Switzerland

Surfen,
telefonieren,
fernsehen.

AB CHF
59.–
PRO MONAT

Grosse Unterhaltung
zum kleinen Preis



Schnell im Internet surfen
mit Gratis-WLAN-Modem



Günstig telefonieren
mit attraktiven Tarifen
ins In- und Ausland



Digital-TV in HD geniessen
mit bis zu 190+ Sendern,
davon 35+ in HD-Qualität

Mehr Informationen unter
www.green.ch/multi



0844 842 842

Hotline Montag–Freitag von 8–17 Uhr

Bei einer Vertragslaufzeit von 24 Monaten schenken wir Ihnen die Aufschaltgebühr. Mehr Informationen zu Konditionen, Vertragslaufzeiten und Promotionen finden Sie unter www.green.ch/multi

Schweizer Tourismus-Verband

Dauereinsatz für Qualität

Alles spricht von Qualität, doch wie lässt sich Qualität in der Tourismusbranche sichern? Das bekannte Q-Label des Schweizer Tourismus ist mehr als ein Gütesiegel. Es ist ein Programm – über das Gästival-Jubiläumsjahr hinaus.



Vor 18 Jahren hat sich die Tourismusbranche auf nationaler Ebene organisiert, um die touristischen Leistungsträger mit dem «Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus» zu unterstützen. Entstanden ist ein Programm, das es den Betrieben ermöglicht, die Dienstleistungsqualität zu prüfen, zu sichern und zu optimieren.

Wer sich zu den Standards verpflichtet, wird mit dem Q-Gütesiegel ausgezeichnet. Zu finden ist es auf Eingangstüren von Hotels und Restaurants, an Busscheiben, im Internet, auf Skilehrerjacken, in der Gondelbahn, auf Taxis oder in Zeitschriften. Dabei steht es den Tourismusbetrieben als Marketinginstrument zur Verfügung, um Wettbewerbsvorteile hervorzuheben.

«Allerdings», sagt Chantal Beck, Ressortleiterin Labels im Schweizer Tourismus-Verband, «zielt die Initiative nicht primär auf die Aussenwirkung. Der Gast soll den Servicegedanken nicht in erster Linie über ein Symbol am Eingang erkennen. Ziel ist vielmehr, dass Gäste und Kunden die Qualität im Betrieb spüren und erleben.» Es geht darum, das Qualitätsbewusstsein in den Betrieben zu steigern, die Zusammenarbeit zwischen den Anbietern zu fördern und die Dienstleistungsqualität im Reise- und Ferienland Schweiz hoch zu halten.

Das Q-Programm des Schweizer Tourismus ist breit abgestützt. In den letzten

zehn Jahren wurde mehr als ein Q-Gütesiegel pro Tag verliehen – insgesamt rund 8000. Ein Erfolgsrezept: Für die unterschiedlichen Betriebe stehen unterschiedliche Qualitätssicherungsmodelle zur Verfügung. Insgesamt sind es drei Stufen. Die Betriebe wählen nach ihren Bedürfnissen die passende Stufe aus.

Dabei nimmt die Zentralschweiz einen besonderen Stellenwert in der erfolgreichen Geschichte des Qualitäts-Programmes ein. Bis heute weist die Region eine der höchsten Dichten an Auszeichnungen auf. Aktuell sind 164 Betriebe ausgezeichnet, 67 Prozent davon auf Stufe I, 8 Prozent auf Stufe II und 25 Prozent auf Stufe III. Die meisten Auszeichnungen gehen an die Hotellerie.

Ein Q für den Gast

Von den Auszeichnungen profitiert letztlich der Gast. Er kann der Dienstleistung vertrauen und erhält eine Orientierungshilfe in der Angebotsvielfalt. Betriebe mit dem Q-Gütesiegel engagieren sich für das Thema Qualität und setzen sich für die Zufriedenheit der Gäste ein. Sie bilden ihre Mitarbeiter regelmässig weiter, sammeln und belohnen deren gute Service-Ideen. So wird jeder Mitarbeiter zu einer Ansprechperson für Fragen und Wünsche der Gäste, und nicht zuletzt fliessen die Rückmeldungen der Gäste in die Weiterentwicklung der Angebote und Dienstleistungen ein.

Grosse und kleine Unternehmen

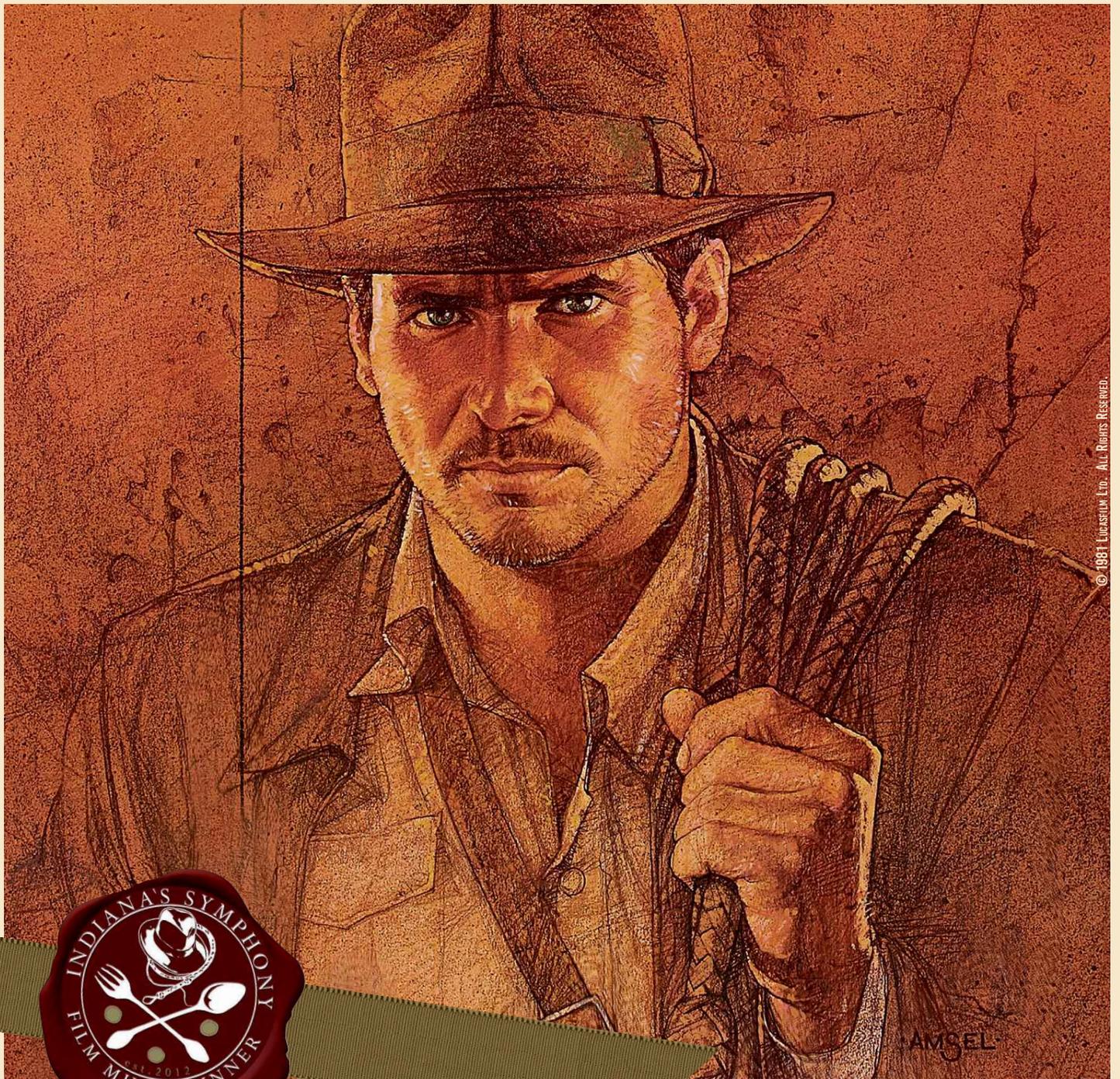
In der Zentralschweiz sind grosse und kleine Tourismusbetriebe mit dem Q-Gütesiegel ausgezeichnet worden. Insgesamt sind es 164 – vom Verkehrshaus in Luzern, der Zentralbahn oder der Schifffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee über Hotels, Bergbahnen und Skischulen bis zu kleineren Anbietern wie der Albert-Heim-Hütte am Furkapass, der Erlebniswelt Muotathal oder dem Seilpark Rigi.

Sämtliche Informationen über den Schweizer Tourismus-Verband, das Qualitäts-Programm und die ausgezeichneten Q-Betriebe:

Schweizer Tourismus-Verband (STV), Finkenhübelweg 11,
Postfach, 3001 Bern, 031 307 47 41, quality@swisstourfed.ch,
www.swisstourfed.ch/quality



DREIFACHER GENUSS
FILM · MUSIC · DINNER



© 1981 Lucasfilm Ltd. All Rights Reserved.



INDIANAS-SYMPHONY.CH

4. DEZEMBER 2015 BIS 3. JANUAR 2016
IM KKL LUZERN



SonntagsZeitung



Der neue Waldstätterweg

Eine Erfolgsgeschichte



«Der Weg öffnet
einen neuen
Blick auf vermeintlich
Vertrautes.»

Martino Froelicher,
Projektleiter Waldstätterweg

Der neue Waldstätterweg stösst auf eine grosse Resonanz – bei Wanderern, bei Kultur- und Geschichtsinteressierten und bei Schulklassen.

«Jetzt wohne ich schon seit 25 Jahren hier», schreibt ein begeisterter Wanderer aus Weggis, «aber erst jetzt realisiere ich, was für ein Kulturweg durch meine Heimat führt.» Dies sei eine typische Rückmeldung, sagt Martino Froelicher, Projektleiter Waldstätterweg der Albert Koechlin Stiftung AKS in Luzern. «Der Weg öffnet einen neuen Blick auf vermeintlich Vertrautes.»

Der Waldstätterweg wurde als Projekt der AKS im Rahmen des Gästivals neu lanciert und erschliesst die Kultur-,

Tourismus- und Agrargeschichte der Innerschweiz. Seit dem 1. Mai 2015 ist der Weg eröffnet – unter der Obhut des neu gegründeten Trägervereins «Waldstätterweg und Weg der Schweiz». Die gemeinsame Kommunikation und Vermarktung von Waldstätterweg und Weg der Schweiz, der im nächsten Jahr übrigens sein 25-jähriges Bestehen feiern wird, sorgt für die gewünschte Nachhaltigkeit.

Dass der «neue Blick auf vermeintlich Vertrautes», wie es Martino Froelicher

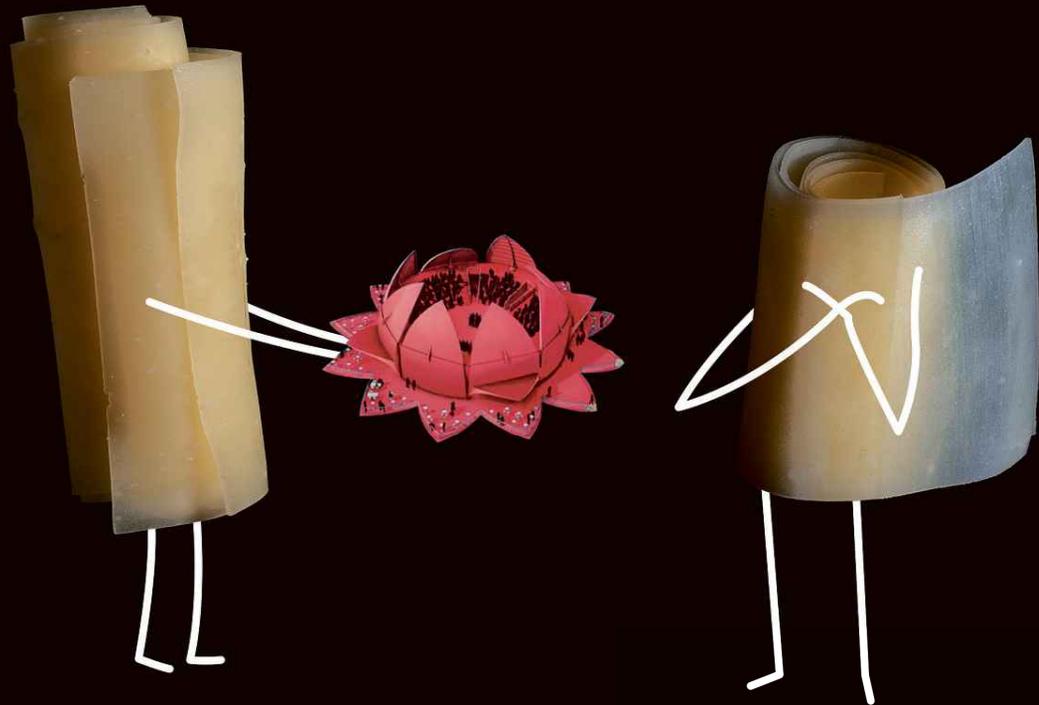
Der Präsident des neuen Trägervereins «Waldstätterweg und Weg der Schweiz», Vendelin Coray (Schwyz Tourismus) und Vizepräsidentin Martina Stadler (Uri Tourismus, links) erhalten am 1. Mai 2015 an der feierlichen Eröffnung im Verkehrshaus junge Eichen, die am Waldstätterweg gepflanzt werden.
Bild Emanuel Ammon

Gästival

Sponsor

www.sbrinz.ch

wajpico



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



ausdrückt, gefragt ist, beweist die Tatsache, dass der Kulturlandschaftsführer «Rund um den Vierwaldstättersee» (siehe Kasten unten) bereits nachgedruckt werden musste. Die beiden Wanderwege mit einer Gesamtlänge von 146 Kilometern führen auch über historische Wege. Geschichte und Kultur werden im Führer erläutert.

Beliebte App

Beliebt ist auch die elektronische App zum Waldstätterweg. Filme und Vertiefungstexte lassen sich im Gelände abrufen oder bereits zur Vorbereitung zu Hause am Computer. Damit wird das Wandern zu einer lehrreichen Erfahrung.

Lehrreich soll der Waldstätterweg auch für Schülerinnen und Schüler sein. Die speziell für Schulen entwickelten Thementouren und die Didaktik-Plattform «Lernen unterwegs», die komplette Unterrichtsmaterialien zur Verfügung stellt, stossen auf Anklang. «Unsere Hoffnungen scheinen sich zu erfüllen, dass sich Geschichte und Wandern verbinden lassen», sagt Martino Froelicher. Und dass in diesem Jahr auch die Seerose eingebunden werden konnte.



Der Zufall wollte es, so Froelicher, dass er selber auf der Seerose war, als eine Schulklasse aus Engelberg nach der Wanderung von Horw nach Luzern einen Halt auf der Seerose einlegte, um sich die historischen Figuren anzuhören. «Das ist die ideale Kombination», sagt er erfreut.

www.waldstaetterweg.ch

Das Buch zum Waldstätterweg

Berge, See, Hirtenidyll und Stätten nationaler Geschichte machten die Region am Vierwaldstättersee vor rund 200 Jahren zu einem gefragten Reiseziel der europäischen Elite. Dampfschiff, Bergbahnen und eine professionelle Hotellerie sorgten im Laufe des 19. Jahrhunderts dafür, dass der Sonnenaufgang auf der Rigi, die Stationen von Friedrich Schillers Drama «Wilhelm Tell» und weitere touristische Highlights der Region zum bequem erfahrbaren Kulturgut wurden. Die fremden Gäste trafen auf eine traditionelle Agrargesellschaft, die dank dem Handel mit Vieh und Käse wirtschaftlich bereits früh mit der Aussenwelt vernetzt war. Der Kulturlandschaftsführer «Rund um den Vierwaldstättersee» stellt die Wanderrouten Waldstätterweg und Weg der Schweiz vor. Über diese Kulturwege werden die beiden Themen Tourismusgeschichte und Agrargeschichte mit der heutigen Zeit verknüpft.

Erika Flückiger Strebler, Martino Froelicher, Kulturlandschaftsführer – Rund um den Vierwaldstättersee, 2015, Weber Verlag Thun/Gwatt, 160 Seiten, Fr. 29.–, ISBN 978-3-03818-048-7



Der Waldstätterweg besteht aus sieben Etappen, der Weg der Schweiz aus zwei. Die beiden Wege lassen sich als Fernwanderroute oder in Tagesetappen erwandern. Grafik Arno Affentranger

«Friendly Hosts»

Wundersame Vermehrung



Bild oben:
Die neuen «Friendly Hosts» bei der Einkleidung auf der Seerose im Mai 2015.

Bild rechts:
«Friendly Host» Büsy Lingg im Element mit einer Touristin aus Malaysia.
Bilder Stefan Ragaz

Vor einem Jahr waren es noch 27, jetzt sind es 79. Die beliebten «Friendly Hosts», bekannt aus der Stadt Luzern, sind seit dem Gästival-Jahr in der ganzen Zentralschweiz unterwegs.

Was für ein schöner Erfolg: Aus den bisherigen 28 «Friendly Hosts» in der Stadt Luzern hat das Gästival sage und schreibe 79 gemacht. Damit ist die Zahl der «freundlichen Gastgeber» fast verdreifacht worden. Neu kommen die Botschafter der Gastfreundschaft

auch an Touristendestinationen ausserhalb der Stadt Luzern zum Einsatz, zum Beispiel bei der Auto AG Schwyz, bei Brunnen Tourismus, Einsiedeln Tourismus, Luzern Tourismus, bei den Stoos Bahnen, bei Uri Tourismus, bei der Zentralbahn (ZB) oder der Fähre Beckenried–Gersau.

Ausbildung auf der Seerose

Die neuen «Friendly Hosts» waren bereits im Mai 2015 auf der Seerose in Luzern ausgebildet worden und erhielten dort auch ihre neuen Uniformen von Fuchs Design in Stansstad. Gesponsert wurden die neuen Uniformen von Manor. Wer in den letzten Monaten die Seerose besucht hat, ist auch den «Friendly Hosts» begegnet. Sie kümmern sich in diesem speziellen Jubiläumsjahr auch um die Gäste auf der Seerose.

Die nunmehr 73 «Friendly Hosts» sind Freiwillige, die sich in ihrer Freizeit stunden- oder halbtagesweise für den Tourismus engagieren. Dabei sind sie 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. «Sie praktizieren Gastfreundschaft dort, wo es die Gäste überrascht, manchmal sogar verblüfft – auf der Strasse», sagt Heinz Koch, der erste «Friendly Host» in der Stadt Luzern, denn: «Gastfreundschaft kommt am besten an, wenn sie nicht erwartet wird.»

«Friendly Hosts» sollen bleiben

Die neuen freiwilligen Helfer werden von den Tourismusorganisationen in den einzelnen Kantonen betreut. Ziel ist, dass sie nach dem Gästival überall zu einer Institution werden, wie sie es seit 2012 in der Stadt Luzern sind.

«Gastfreundschaft kommt am besten an, wenn sie nicht erwartet wird.»

Heinz Koch, «Friendly Host» der ersten Stunde



Aus diesem Grund werden sie auch laufend weitergebildet. Mitte August fand auf der Seerose in Alpnachstad ein Workshop statt, an dem nicht nur die verschiedenen Aspekte der Gastfreundschaft vertieft, sondern auch Geheimtipps ausgetauscht wurden. Dabei wurden auch persönliche Gastfreundschaftsgeschichten gesammelt, die in einem Projekt der Hochschule Luzern zur Veranschaulichung der Gastfreundschaft veröffentlicht werden.

Weitere Informationen zu den «Friendly Hosts»: anna.hartmann@luzern.com

Wir sagen Merci

Dieses Magazin konnte dank grosszügiger Unterstützung der drei Uhrenpartner Embassy, Gübelin und Bucherer realisiert werden.


GÜBELIN

BUCHERER
1888

E M B A S S Y

Impressum

Magazin «Zeit-Reise», Beilage der «Zentralschweiz am Sonntag» vom 6. September 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:** Titelseite, Inhalt: Ilona Schiavini, Bildbearbeitung: Repro Neue LZ; **Koordination:** Andrea Decker; **Anzeigen:** NZZ Media Solutions AG, Maihofstrasse 76, 6002 Luzern, Telefon 041 429 52 52, inserate@lzmedien; **Druck:** Swissprinters AG.

Offizielle Partner



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Projekt-Partner

Waldstätterweg



Seerose



Weitere Projekte



Gastronomie



Medien-Partner



Sponsoren



Gönner

3-D-Art AG | 3D Animation Andy Meyer | ALI-Fonds Stadt Luzern | AURA Fotoagentur | Bucher Reisen AG, Luzern | Centralschweizerische Kraftwerke AG | CSS Versicherung | Emmi Management AG | Ernst Göhner Stiftung | Grand Casino Luzern | Josef Müller Stiftung Muri | maxon motor ag | Metzger Gabriel AG | Natur- und Tierpark Goldau | Nolax AG | OPEX AG | Rütli-Stiftung | Scherler AG | Schlosserei Andreas Rohrer AG | Schreinerei Zangger GmbH | Stadt Luzern Kulturförderung | Swiss Life AG | Thermoplan AG | Tiefgarage Bahnhofplatz AG | Vebevo Services AG | Verkehrshaus der Schweiz | WC-Express Bucher | WELCOME Immobilien AG

Tickets und Anreise zur Seerose



«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 Verwaltungsrates 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.



Exklusiv bei
MANOR
25% Rabatt*
auf die
Seerosen-Tickets.

* nur mit der Manor Karte
(exkl. Vorverkaufs-
gebühren)

MANOR 
instore | online | mobile

PH. GUIDO MOCAFICO

Pomellato

NUDO COLLECTION



POMELLATO.COM T +39 02 77738821

EMBASSY

KAPELLPLATZ 12 · LUZERN · TEL. 041 - 4185080