

Abschlussbericht

200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz Gästival

1815–2015



Luzern, 02.02.2016

Inhaltsverzeichnis

1. Projektorganisation	4
2. Einleitung	5
2.1. Ausgangslage	6
3. Teilprojekte	7
3.1. Tourismusgeschichte	7
3.2. Waldstätterweg.....	7
3.3. Der neue Tell-Pass	8
3.4. Friendly Hosts	9
3.5. Mitmachkampagne	10
3.6. Stärkung der Gastfreundschaft – KTI-Projekt.....	11
3.7. Jubiläumsfest.....	13
4. Seerose	14
4.1. Bau, Infrastruktur und Catering.....	14
4.2. Programm.....	16
4.3. Standorte.....	18
4.4. Rückblick Seerose	21
4.5. Verein MuTh (23. September bis 4. Oktober 2015) / Zukunft.....	22
5. Kommunikationsmassnahmen	23
5.1. Übersicht Kommunikationsauftritte Gästival und Partnerkommunikation	24
5.2. Medienspiegel	29
6. Finanzen	30
7. Wertschöpfung	31
7.1. Direkte Wertschöpfung durch den Verein 200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz.	31
7.2. Indirekte Wertschöpfung durch Gästival-Partnerschaften mit dem Verein	31
7.3. Gesamtwertschöpfung Gästival im Jahr 2015	32
8. Fazit / Ausblick	33
9. Dank	34

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Gästival-Panoramaseite in der «Zentralschweiz am Sonntag» vom 24. Mai 2015.	5
Abbildung 2: Ausschnitt aus dem Rigi-Panorama von Heinrich Keller von 1815. (Riek/Rickenbacher, S. 150-151)	6
Abbildung 3: Wie anno dazumal Queen Victoria: Nachträgliche Inszenierung des Sänftentransports auf die Rigi, vermutlich anlässlich des 100-Jahr-Jubiläums der Vitznau-Rigi-Bahn 1973. (Foto: Photo-Bürigi, Vitznau; StALU: FDC 50/498) Rechts: Die Ansicht von Rigi-Kaltbad von R. Dikenmann um 1875 rückt den grosszügigen Hotelkomplex und die neu eröffnete Zahnradbahn in den Mittelpunkt der Betrachtung. (Riek/Rickenbacher 1998, S. 167)	7
Abbildung 4: Der Waldstätterweg (rot) lässt sich in sieben Etappen erwandern. Er ergänzt den Weg der Schweiz (grün).	7
Abbildung 5: Der Waldstätterweg in Buochs, die Trägerschaft mit dem Präsidenten Vendelin Coray und der Vizepräsidentin Martina Stadler und der Weg der Schweiz in Isleten.	8
Abbildung 6: Friendly Host «Büsy» Lingg im Einsatz in Luzern.	9
Abbildung 7: Friendly Hosts beim Studieren der Info-Broschüre und ein Gruppenbild der neuen Friendly Hosts am Auftaktmeeting vom 27. Mai 2015.	10
Abbildung 8: Eröffnung der Mitmachkampagne am 7. Dezember 2015 in Einsiedeln.	10
Abbildung 9: Das Mitmachprojekt «Rollhotel» am Standort Brunnen. Mitte/Rechts: Am 4. März 2015 fand das letzte Forum 8 der Mitmachkampagne im KKL statt. Unter anderem nahmen die Initianten der Luzerner Fasnacht und des Bürgerstocks am Forum teil.	11
Abbildung 10: Ranking «Bedeutung der Gastfreundschaft für den Buchungsentscheid». (Tabelle: Hochschule Luzern)	12
Abbildung 11: Der «Gastfreundschafts»-Koffer auf der Seerose in Alpnachstad.	12
Abbildung 12: Das rot-weisse Fest in Stans, der lange Tisch in Luzern und das Fest mit Einbezug der Jugend im Zirkuszelt in Altdorf.	13
Abbildung 13: Medienkonferenz am 18. Februar 2014. Präsentation des ersten Modells. (Bild: Emanuel Ammon.)	14
Abbildung 14: Der Bau der Seerose in der Werft Luzern. Aufnahmen von Emanuel Ammon, Januar bis März 2015.	14
Abbildung 15: Ein Bild der A-2-Unterführung aus der Neuen Urner Zeitung vom 14. März 2015.	15
Abbildung 16: Die Seerosen-Standorte auf einen Blick.	15
Abbildung 17: Guido Dillier alias Josef Durrer, Louise von Österreich-Toskana zum Thema Klatsch und Tratsch in Hotelkreisen (gespielt von Nicole Lechmann) und Margrit Bischof als Marie Blättler.	16
Abbildung 18: Die Cartes Blanches aus den Kantonen Nidwalden, Obwalden und Uri.	17
Abbildung 19: IVO mit Band und Special Guests, Johnny Burn (mit eigenem Seerosen-Selfie) und Willy Tell.	17

1. Projektorganisation

Träger des Gästival-Jubiläumsjahres war der Verein «200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz». Vereinsmitglieder sind die Tourismusorganisationen der fünf beteiligten Kantone Luzern, Uri, Schwyz, Ob- und Nidwalden sowie der Kanton Luzern als Vertreter der fünf Kantone im Rahmen des NRP-Projekts.



Der neunköpfige Vorstand setzte sich zusammen aus:

- Adelbert Bütler, Präsident (ehem. Präsident des Verwaltungsrats der Luzern Tourismus AG)
- Gabriela Amgarten, Vizepräsidentin (Kommunikationsfachfrau und Coach)
- Josef Arnold (alt Regierungsrat Kanton Uri)
- Dr. rer. pol. Othmar Filliger (Volkswirtschaftsdirektor des Kantons 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)

Als Konsultativ-Gremium wurde ein Beirat mit Persönlichkeiten aus allen fünf Kantonen ins Leben gerufen, welcher die Projektleitung im Rahmen von verschiedenen Workshops inhaltlich unterstützte. Folgende Personen waren mit dabei:

- Jürg Balsiger, Stanserhorn-Bahn - Direktor
- Rosie Bitterli Mucha, Stadt Luzern – Chefin Kultur und Sport
- Peter Bucher, Stadt Luzern – Beauftragter für Wirtschaftsfragen
- Martin Bütikofer, Verkehrshaus der Schweiz – Direktor
- Sepp Durrer, Gastro Nidwalden / Gewerbeverband Nidwalden – Vorstandsmitglied
- Federico Manfredi, Volkswirtschaftsdepartemente Obwalden
- René Kamer, RailAway AG – Geschäftsführer
- Andreas Meyerhans, Kanton Schwyz - Historiker
- Monica Müller, Schwyz Tourismus – ehem. Geschäftsführerin
- Christoph Näpflin, Treib-Seelisberg-Bahn AG – Betriebsleiter
- Josef Schuler, Kanton Uri – Amt für Kultur
- Jürg Stettler, Hochschule Luzern – Wirtschaft
- Aloys von Reding, Seehotel Waldstätterhof Brunnen – Direktor

Die Projektleitung wurde von der H+H Management GmbH in Luzern wahrgenommen, welche sich für das Gästival gezielt mit projektspezifischem Know-How verstärkte. Das Kernteam der Projektleitung Gästival setzte sich aus folgenden Personen zusammen:

- Jost Huwyler, H+H Management GmbH
- Beat Heuberger, H+H Management GmbH
- Jonas Maag, H+H Management GmbH
- Tina Weilenmann, H+H Management GmbH
- Peter Hürlimann, Peter Hürlimann Consulting
- Armin Meienberg, Springrolls AG (verstorben am 11.04.15)
- Stefan Ragaz, Ragaz Medien GmbH
- Christoph Risi, Risi Events Luzern
- Walter Schmid, Schmid Riedmann & Partner AG

2. Einleitung

Das Jahr 2015 war in der Zentralschweiz das Jahr der Gastfreundschaft. Zu diesem Zweck hatten sich die Tourismusorganisationen der Kantone Luzern, Uri, Schwyz, Ob- und Nidwalden zu einem Trägerverein zusammengeschlossen, der – mit Beteiligung des Bundes und Unterstützung von Privaten – die 200-jährige Tourismusgeschichte der Region feierte. Eine breitgefächerte Auswahl von Aktivitäten und Projekten stellte die Gastfreundschaft in den Mittelpunkt. Herzstück des Jubiläumsjahres bildete die Seerose, die schwimmende Plattform auf dem Vierwaldstättersee. Sie diente als Bühne und legte während jeweils mehreren Wochen in einem der fünf Kantone an.

Eine Kernaufgabe des Gästivals war die Sensibilisierung für die tourismushistorische Entwicklung der Zentralschweiz. Zu diesem Zweck wurde die Tourismusgeschichte unserer Region nicht nur erstmals umfassend und populärwissenschaftlich aufgearbeitet, sondern auf dem neu lancierten Waldstätterweg rund um den Vierwaldstättersee auch einem breiten Publikum auf vielseitige Art und Weise unmittelbar zugänglich gemacht.

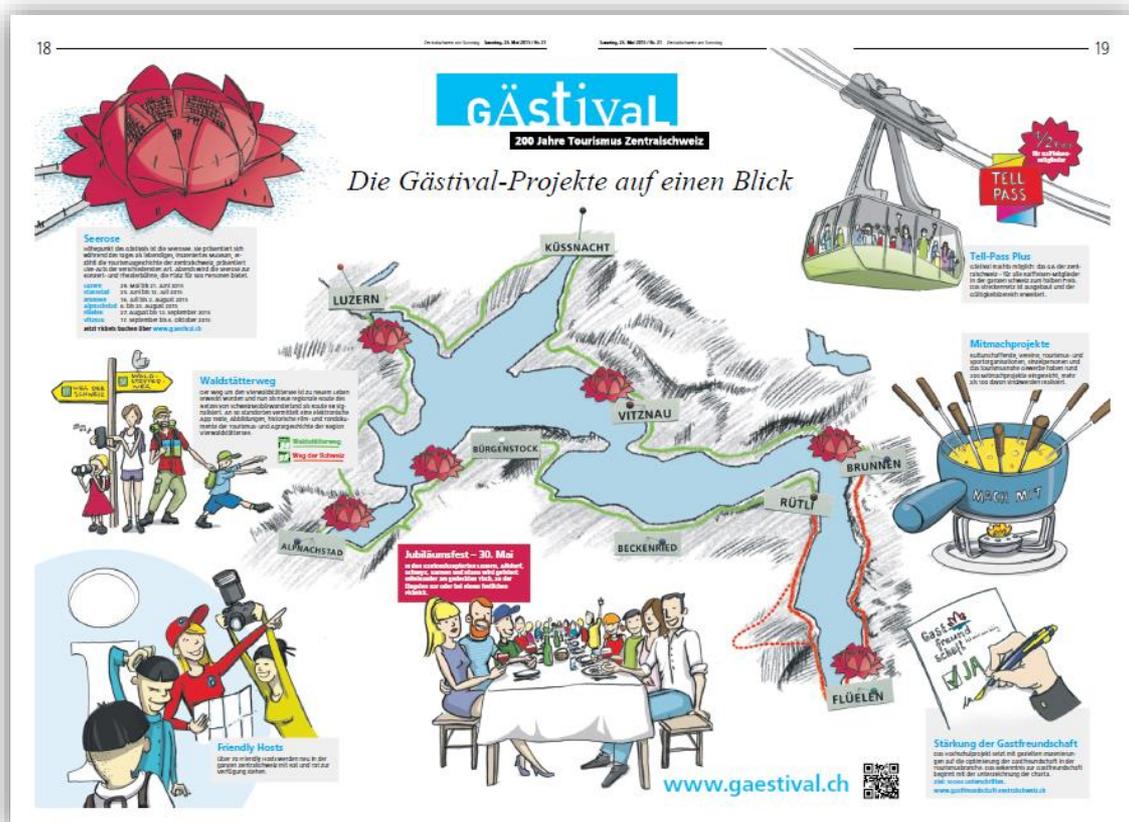


Abbildung 1: Gästival-Panoramaseite in der «Zentralschweiz am Sonntag» vom 24. Mai 2015.

Inhaltlich richtete sich das Gästival in erster Linie an die Menschen in der Zentralschweiz. Zu den Inhalten, die auf die Sensibilisierung für die Gastfreundschaft zielten, gehörten Schulungsprogramme für das Personal der touristischen Leistungserbringer, aber auch gezielte Impulse zum Thema Gastfreundschaft für die lokale Bevölkerung. Ebenso sollten es neue touristische Angebote wie der Ausbau des Tell-Passes erleichtern, unsere Region zu noch attraktiveren Konditionen zu entdecken. Neben diesen und den weiteren, nachfolgend beschriebenen Teilprojekten wurde das Jubiläumsjahr in der ganzen Region geprägt von Initiativen aus der Bevölkerung, von Vereinen, von Kulturschaffenden und aus der Tourismusbranche. Im Rahmen einer breit angelegten Mitmachkampagne wurden im Jahr 2015 die unterschiedlichsten Aktivitäten – von Kleinstanlässen bis Grossprojekten – unter das Dach der Gastfreundschaft gestellt. Damit sollte die Gastfreundschaftsinitiative geografisch, zeitlich und inhaltlich möglichst breit und auf vielfältige Art und Weise im ganzen Jubiläumsgebiet wahrgenommen werden.

2.1. Ausgangslage

Die Gastfreundschaft ist in den letzten Jahren zu einem zentralen Thema im Schweizer Tourismus geworden. Umfragen und Vergleiche mit anderen Ländern (u.a. Österreich) haben gezeigt, dass die Schweiz in diesem Bereich der touristischen Dienstleistungen Defizite hat und ein entsprechender Handlungsbedarf besteht, um die Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern. Dies gilt auch für die Zentralschweiz. Gründe dafür sind einerseits die zunehmende Konkurrenz und andererseits das zunehmende Bedürfnis der Gäste nach emotionaler Nähe, welche auch durch die zunehmende Digitalisierung und Technisierung wieder stärker ausgelöst wurde.

Mit dem Gästival sollte erstmals eine ganze Destination, das heisst die gesamte Zentralschweiz in Bezug auf die Qualität der Gastfreundschaft gestärkt und gefördert werden. Dies sollte zu einem Mehrumsatz in den Unternehmen und der gesamten Zentralschweiz führen. Ziel war es, die Zufriedenheit der Gäste in Bezug auf die Gastfreundschaft deutlich zu steigern. Die verbesserte Gastfreundschaft führt über entsprechende Wirkungsmechanismen zu einer höheren Gesamtzufriedenheit der Gäste und damit verbunden zu einer stärkeren Gästebindung und Gästeloyalität. Diese wiederum führen zu höheren Gästeausgaben, einer längeren Aufenthaltsdauer, einer höheren Anzahl Wiederholungsbesuche sowie einer höheren Weiterempfehlungsrate. Aufgrund des ungünstigen Preis-/Leistungsverhältnisses der Schweiz kann davon ausgegangen werden, dass sich eine verbesserte Gastfreundschaft positiv auf die Gästezufriedenheit auswirkt. Die Gäste erwarten aufgrund der hohen Preise einen entsprechenden Service. Die Verbesserung der Gastfreundschaft trägt daher auch dazu bei, das Preis-Leistungsverhältnis des Tourismus zu verbessern. Das Projekt führt damit sowohl kurzfristig als auch mittel- und längerfristig zu höheren Umsätzen sowie einer höheren Wertschöpfung und Beschäftigung in den touristischen und nicht-touristischen Unternehmen. Damit stärkt es die nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit der ganzen Tourismusbranche der Zentralschweiz.

Das Projekt war der Start für einen mehrjährigen Umsetzungsprozess zur nachhaltigen Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus in der Zentralschweiz. Mit dem Gästival erhielt das Thema Gastfreundschaft im Jahr 2015 eine bis anhin noch nie dagewesene Präsenz und bot die einmalige Chance, das Thema breit zu verankern.



Abbildung 2: Ausschnitt aus dem Rigi-Panorama von Heinrich Keller von 1815. (Riek/Rickenbacher, S. 150-151)

3. Teilprojekte

3.1. Tourismusgeschichte

Schon früh entwickelte sich der Fremdenverkehr in der Zentralschweiz zu einem wichtigen Wirtschaftszweig. Er prägte Landschaft und Gesellschaft. Umgekehrt bestimmt die Zentralschweiz noch heute die touristische Wahrnehmung der Schweiz. Im Zentrum des Jubiläumsjahres stand die Aufarbeitung der 200-jährigen Tourismusgeschichte der Zentralschweiz. Diese Grundlage-Arbeit wurde bereits im Mai 2013 mit einem 100-seitigen Dokument und einem teilweise spektakulären Fotofundus, in Zusammenarbeit mit Historikern aus der Region, abgeschlossen. Ziel war es, die Bedeutung des Tourismus für die Entwicklung der Zentralschweiz zu dokumentieren. Gleichzeitig dienten die Ergebnisse als Fundus für die inhaltliche Ausprägung und Ergänzung anderer Jubiläumsprojekte, etwa des Waldstätterweges, der medialen Zeit-Reise, von theatralischen Inszenierungen auf der Seerose und von Ausstellungen.



Abbildung 3: Wie anno dazumal Queen Victoria: Nachträgliche Inszenierung des Sänftentransports auf die Rigi, vermutlich anlässlich des 100-Jahr-Jubiläums der Vitznau-Rigi-Bahn 1973. (Foto: Photo-Bürgi, Vitznau; StALU: FDC 50/498)

Rechts: Die Ansicht von Rigi-Kaltbad von R. Dikenmann um 1875 rückt den grosszügigen Hotelkomplex und die neu eröffnete Zahnradbahn in den Mittelpunkt der Betrachtung. (Riek/Rickenbacher 1998, S. 167)

3.2. Waldstätterweg

Der neue Waldstätterweg, ein Projekt der Albert Koechlin Stiftung Luzern im Rahmen des Gästivals, wurde am 1. Mai 2015 eröffnet. Um eine langfristige und tragfähige Struktur für die Vermarktung und Vermittlung des Wanderweges zu schaffen, schlossen sich die Interessengemeinschaft «Pro Weg der Schweiz» und der Waldstätterweg zu einem Verein zusammen. An der Gründungsversammlung vom 31. März 2015, wurden Vendelin Coray, Geschäftsführer Schwyz Tourismus, als Präsident und Martina Stadler, Geschäftsführerin Uri Tourismus AG, als Vizepräsidentin gewählt.

Der ursprüngliche Waldstätterweg, 1991 als Beitrag der Innerschweizer Kantone an das 700-Jahr-Jubiläum der Eidgenossenschaft erstellt, lag seit der Erstellung brach – im Unterschied zum Weg der Schweiz,



Abbildung 4: Der Waldstätterweg (rot) lässt sich in sieben Etappen erwandern. Er ergänzt den Weg der Schweiz (grün).

der zu einer der beliebtesten Wanderrouten in der Schweiz wurde. Während der Weg der Schweiz um den Urnersee führt, umrundet der Waldstätterweg die anderen Arme des Sees von Brunnen bis auf das Rütli. Für den Unterhalt des Wegs der Schweiz ist weiterhin die Stiftung Weg der Schweiz zuständig, die seit 1991 aus den 26 Kantonen der Schweiz besteht.

Der Waldstätterweg ist als neue regionale Route des Netzes von Schweiz-Mobil/Wanderland durchgehend und in beide Richtungen als Route Nr. 98 signalisiert. Die Nummernwahl schliesst an den Weg der Schweiz an, der die Nr. 99 trägt. Der neue Waldstätterweg ist eine klassische Fernwanderroute, die sich ganz oder in Teilen, auch in Tagesetappen, erleben lässt.

An fünfzig Standorten erzählt eine App mit Texten, Abbildungen und historischen Film- und Tondokumenten von der Tourismus- und Agrargeschichte der Vierwaldstätterseeregion. Als Wegbegleiter dient auch der neue Kulturlandschaftsführer «Waldstätterweg und Weg der Schweiz». Es wird möglich sein, touristische Angebote entlang der historischen Wege – Bahnen, Hotels, Restaurants usw. – im Voraus zu buchen. Die neue webgestützte Didaktikplattform «Lernen unterwegs» richtet sich zudem an Schüler und Lehrer.



Abbildung 5. Der Waldstätterweg in Buochs, die Trägererschaft mit dem Präsidenten Vendelin Coray und der Vizepräsidentin Martina Stadler und der Weg der Schweiz in Isleten.

Bereits Ende September 2015 war die erste Auflage des Kulturlandschaftsführers mit 3000 Exemplaren ausverkauft. Eine weitere Auflage mit 3000 Exemplaren wurde gedruckt. Die Wander-App wurde bis Ende September 2015 über 1200-mal heruntergeladen, die Website verzeichnete seit der Eröffnung im Mai 5500 Klicks.

3.3. Der neue Tell-Pass

Mit der Neulancierung des «Tell-Pass Plus» ist die Zentralschweiz für Besucher aus der Schweiz und dem benachbarten Ausland einfacher und kostengünstiger erlebbar. Mit der Vielzahl von Ausflugsdestinationen, Routenvorschlägen und Transportmöglichkeiten lädt er zudem die Zentralschweizer Bevölkerung ein, die eigene Region neu zu erleben.

Ein Ausbau des bestehenden Routennetzes, die Erweiterung des Gültigkeitsbereiches, familienfreundliche Preise, ein einfaches Handling und die Integration der Anreise ab dem Wohnort mit RailAway bildeten die Grundlagen für das neue Angebot, welches bereits ab April 2014 zur Verfügung stand.

Raiffeisen-Mitgliederaktion

2015 wurde die Mitgliederaktion der Raiffeisenbank zum zweiten Mal nach 2007 auf die Zentralschweiz ausgerichtet. Die Kommunikation erfolgte an über 1.9 Millionen Raiffeisen-Mitglieder und stellt den «Erlebnisspass Zentralschweiz» in den Mittelpunkt. Der Erlebnisspass beinhaltete die folgenden Leistungen:

- Alle Raiffeisen-Mitglieder konnten mit dem neuen Tell-Pass die Zentralschweiz zum halben Preis entdecken: 50 Prozent auf Bahn, Hotel und Ausflüge.
- Spezialangebot für die Anreise mit dem öffentlichen Verkehr in die Zentralschweiz: integrales SBB-Spezialangebot von 30 bis 50 Prozent.

- Übernachtung in der Zentralschweiz: spezielle Übernachtungsangebote in allen Preisklassen, günstige Arrangements und/oder spezielle Zusatzleistungen
- Ausflugstipps für jeden Geschmack: eine Auswahl an speziellen Tipps für Ausflüge (Tages- und Mehrtagestipps)
- Gästival-Jubiläumsangebote: ermässigte Eintrittspreise auf der Seerose

Die Transportunternehmungen Zentralschweiz TUZ konnten im Berichtsjahr dank der nationalen Kampagne «Tell-Pass Plus» mit dem Gästival-Partner Raiffeisen mehr als 11'000 Tell-Pässe zusätzlich verkaufen und damit einen direkten Umsatz von über 1 Mio. Franken erzielen.

Mit insgesamt rund 140'000 genutzten Angeboten generierte das Raiffeisen-Mitgliederangebot einen Umsatz bei allen teilnehmenden Partnern von über 5.5 Mio. Franken.



Dank der Transportunternehmungen an die Tourismus-Mitarbeiter

Im Rahmen des Gästival dankten die Transportunternehmungen Zentralschweiz den Mitarbeitenden im Tourismusgewerbe mit einem besonderen Angebot – dem TUZ-Gästival-Pass. Nach dem Motto: Nur wer ein Angebot persönlich kennt, kann seine Gäste kompetent beraten und aus erster Hand informieren. Für einen symbolischen Preis von 50 Franken konnten Hoteliers und Tourismusorganisationen diese Pässe erwerben und Ihren Mitarbeitenden als Dank schenken.

Dieses Angebot wurde sehr geschätzt. Es wurden über 850 TUZ-Gästivalpässe verkauft. Aufgrund dessen hat die TUZ entschieden, diese erfolgreiche Aktion in ähnlicher Form auch im kommenden Jahr durchzuführen.

3.4. Friendly Hosts



Abbildung 6: Friendly Host «Büsy» Lingg im Einsatz in Luzern.

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. 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.

Die Friendly Hosts sind Freiwillige, die sich in ihrer Freizeit stunden- oder halbtagesweise für den Tourismus engagieren. Dabei sind sie keine Verkäufer, sondern Helfer. Sie helfen z.B. mit Wegbeschreibungen zu Sehenswürdigkeiten oder Bahnen, empfehlen Restaurants, Unterhaltungs- und Ausflugsziele oder Museen, machen Fotos von Gästen oder informieren über Zugs- und Schiffsverbindungen.



Abbildung 7: Friendly Hosts beim Studieren der Info-Broschüre und ein Gruppenbild der neuen Friendly Hosts am Auftaktmeeting vom 27. Mai 2015.

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. Aus diesem Grund werden sie auch laufend weitergebildet. Mitte August 2015 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 wurden.

3.5. Mitmachkampagne

Das Gästival durfte im Rahmen der breit angelegten Mitmachkampagne über 100 Projekte aufnehmen. Diese stammten von Institutionen und Einzelpersonen aus Kultur, Tourismus, Sport und Gewerbe, welche sich in Form von selber erdachten und entwickelten Ideen und Projekten am Kernthema des Jubiläums, der Gastfreundschaft, beteiligten. Das Spektrum reichte von Kleinstprojekten bis hin zu Grossanlässen. Somit konnte das Ziel einer starken Verankerung in der Zentralschweiz erreicht werden.

Ein erster Aufruf, Ideen unter das Dach der Gastfreundschaft zu stellen, erfolgte bereits im Herbst 2012 an touristische Leistungserbringer und Kulturinstitutionen. Anfang 2013 wurden die Sportverbände und -vereine eingeladen und im Herbst 2013 das tourismusaffine Gewerbe. Sowohl die Bevölkerung als auch Gäste waren eingeladen, ihre Ideen und Anregungen einzubringen, wie Gastfreundschaft erlebbar gemacht werden kann und soll.

Die Koordination der Ideen und Projekte erfolgte durch die Gästival-Projektleitung. Alle eingereichten und akzeptierten Projekte erhielten das Jubiläumslabel und wurden in die Gesamtkommunikation des Jubiläumsprogrammes einbezogen. Geplant, umgesetzt und finanziert wurden die Mitmachprojekte von den jeweiligen Initianten selber.



Abbildung 8: Eröffnung der Mitmachkampagne am 7. Dezember 2015 in Einsiedeln.

Beispiele:

- Das *Rollhotel* als mobiles B&B im Oldtimer beherbergte seine Gäste in der jeweiligen Vorzone der Seerose an lauschigen Plätzchen.
- Die *Luzerner Fasnacht* nahm das Thema Tourismus und Gastfreundschaft auf und appellierte an die Luzerner Bevölkerung: «Kommt als Touristen an die Fasnacht 2015!»

- Für Jugendliche aus Dänemark und der Schweiz organisierte der *BSV Stans* ein Handball-lager. Den Jugendlichen wurden ein Zuhause in Gastfamilien sowie diverse Ausflüge in der Region geboten.
- *Einsiedeln Tourismus* lancierte im Zusammenhang mit dem Gästival neun Leuchtturm-Projekte zum Thema «Vielfältig gastfreundlich».
- Die diesjährigen *Luzerner Freilichtspiele* führten aufgrund des Gästivals ein von Thomas Hürlimann geschriebenes Stück über den Hotelkönig und Bahnpionier Franz Josef Bucher-Durrer auf.
- Der von einer Privatperson organisierte *Workshop AkkordEmotion* mit familiärem Umfeld und Musikunterricht bei Weltmeistern endete mit einem grossartigen Schlusskonzert auf der Seerose.
- Das *Kunstmuseum Luzern* engagierte die Künstlerin Emma Smith, welche nachhaltige Formen des Tourismus in Luzern untersuchte sowie den Austausch zwischen Gästen und Gastgebern förderte.



Abbildung 9: Das Mitmachprojekt «Rollhotel» am Standort Brunnen.

Mitte/Rechts: Am 4. März 2015 fand das letzte Forum 8 der Mitmachkampagne im KKL statt. Unter anderem nahmen die Initianten der Luzerner Fasnacht und des Bürgenstocks am Forum teil.

Seit dem Beginn der Mitmachkampagne führte die Gästival-Projektleitung regelmässig sogenannte «Mitmachforen» durch – seit März 2013 waren es insgesamt acht Treffen. Diese dienten dazu, die Interessierten und Projektteilnehmer auf den neusten Stand der Gästival-Planung zu bringen und neue Ideen kennenzulernen. Gleichzeitig vernetzten sich die Mitmacher, tauschten ihre Erfahrungen aus und schufen teilweise sogar neue, gemeinsame Gastfreundschaftsprojekte. An den Mitmachforen nahmen jeweils 60 bis 80 Vertreter aus der Tourismusbranche, aus der Kultur, von Sportvereinen und aus dem tourismusnahen Gewerbe teil. Vor allem die vielfältige und spannende Zusammensetzung der verschiedenen Bereiche schätzten die Teilnehmenden sehr.

3.6. Stärkung der Gastfreundschaft – KTI-Projekt

Zur Sensibilisierung und Stärkung der Gastfreundschaft wurde vom Gästival in Zusammenarbeit mit der Hochschule Luzern ein von der der Kommission für Technologie und Innovation KTI des Bundes unterstütztes innovatives Forschungsprojekt lanciert. Das Projekt hatte zum Ziel zu klären, was die Gäste unter Gastfreundschaft verstehen und wie gut die Zentralschweiz in Bezug auf die Gastfreundschaft ist. Im Rahmen des Projekts wurde eine Vielzahl von Instrumenten und Massnahmen entwickelt, mit denen die Bevölkerung und die touristischen Unternehmen für die Gastfreundschaft sensibilisiert und das Niveau der Gastfreundschaft kontinuierlich verbessert werden können. Das Projektteam bestand aus interdisziplinären Forschern der drei Departemente Wirtschaft, Soziale Arbeit und Design & Kunst der Hochschule Luzern sowie Vertretern der fünf kantonalen Tourismusorganisationen und je eines touristischen Unternehmens pro Kanton.

Folgende Entwicklungen und Resultate können heute festgehalten werden:

Als *Website* (www.gastfreundschaft-zentralschweiz.ch) wurde eine Toolbox erstellt, welche die folgenden vier Rubriken abdeckt: Charta der Gastfreundschaft, Was ist Gastfreundschaft?, Gastfreundschaft im Alltag und Gäste aus fremden Kulturen. In den jeweiligen Rubriken finden sich Broschüren, Booklets, Videos, Präsentationen usw., die diese Aspekte thematisieren. Praktische

Mittel wie Ideen zur Gästeverblüffung, der Umgang mit Gästerrückmeldungen sowie Grenzen der Gastfreundschaft und Interkulturalität können online abgerufen werden.

Gästebefragung: Im Rahmen des Projekts wurden Experten- sowie Gäste- und Bevölkerungsbefragungen durchgeführt, die wertvolle Hinweise auf das Niveau und die Zufriedenheit mit der Gastfreundschaft gaben. Dabei manifestierten sich im Juni 2015 die folgenden: 48 Prozent der befragten Gäste zählten die Gastfreundschaft zu den drei wichtigsten Faktoren, die sie bei einer Buchung berücksichtigen. 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. Dies zeigt die Problematik, dass die Branchenvertreter unterschätzen, wie wichtig die Gastfreundschaft für die Gäste ist. Die Studie zeigt auch, dass der Umgang mit Gästen nicht so schlecht ist, wie er manchmal dargestellt wird. Trotzdem gibt es Verbesserungspotenzial: Die Gäste wünschen sich insbesondere mehr Freundlichkeit, Herzlichkeit sowie Wertschätzung und Respekt.

Charta der Gastfreundschaft: Diese ist eine Vereinbarung, mit welcher sich die ganze Zentralschweiz zur Gastfreundschaft bekennen kann. Ziel war es, dass im Jubiläumsjahr 2015 möglichst viele Tourismusbetriebe sowie auch Leute aus der lokalen Bevölkerung die Charta der Gastfreundschaft unterzeichneten und sich mit einem persönlichen Beitrag für die Stärkung der Gastfreundschaft in der Zentralschweiz engagierten. Rund 8'000 Chartas wurden verteilt.

Gastfreundschafts-Workshops: Die Hochschule Luzern bietet in Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern drei Typen von Gastfreundschaftsworkshops an: einen allgemeinen Workshop für Tourismusmitarbeitende und die Bevölkerung, einen Workshop für Führungspersonen, und einen Workshop, in dem Gastfreundschafts-Coaches ausgebildet werden. Mit folgenden Zusatzmodulen können diese ergänzt werden: Gästeverblüffung, Sprache der Gastfreundschaft, Interkulturalität.

Schulungsprogramme: Gastfreundschafts-Workshop allgemein, Gastfreundschafts-Workshop für Führungspersonen, Workshop für Gastfreundschafts-Coaches. Allerdings zeigte sich, dass es für Unternehmen nicht einfach sein wird, solche Workshop bzw. grundsätzlich das Thema Gastfreundschaft im hektischen Betriebsalltag zu vertiefen.

Das KTI-Projekt wird noch bis im Frühling 2017 weitergeführt. Ziel ist, die bereits bestehenden Tools zu optimieren, weitere Workshops durchzuführen, Publikationen zu verschiedenen Themen zu verfeinern sowie eine internationale Benchmark-Studie im Herbst 2016 durchzuführen. Dabei soll die Gastfreundschaft der Zentralschweiz mit jenen ausgewählten Destinationen im nahen und fernen Ausland verglichen werden.

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

Abbildung 10: Ranking «Bedeutung der Gastfreundschaft für den Buchungsentcheid». (Tabelle: Hochschule Luzern)



Abbildung 11: Der «Gastfreundschafts»-Koffer auf der Seerose in Alpnachstad.

3.7. Jubiläumsfest

Am 30. Mai 2015 fand der Höhepunkt der Jubiläumsfeierlichkeiten statt. In jedem Hauptort der fünf Innerschweizer Kantone – in Luzern, Stans, Sarnen, Schwyz und Altdorf – wurde die Bevölkerung zu einem grossen Jubiläumsfest eingeladen. Die Gastgeberkantone feierten dabei die Gastfreundschaft mit lokalen Spezialitäten und Darbietungen von lokalen Künstlern. Von der längsten Bar bis zum gemeinsamen Kochen – an Ideen mangelte es nicht.

- In *Luzern* bildeten unzählige weiss eingedeckte Tische eine eindruckliche Tafel, die sich vom Europaplatz bis zum Inseli erstreckte – entlang einer verführerischen «Luzerner-Genuss-Marktstrasse». Die nahen Schauplätze wurden gleichzeitig von lokalen Darbietungen belebt, und eine szenische Stadtführung führte die Besucher zurück ins Jahr 1860.
- Im eigens aufgestellten Zirkuszelt in *Altdorf* fanden Musical-Aufführungen (Tell-Geschichte) statt, ebenso Darbietungen der Musikschule Uri. Für die Kleinen war der Spielbus der Ludothek vor Ort. Kulinarisch wurden einfache einheimische, aber auch asiatische Gerichte angeboten. Am Abend herrschte Barbetrieb mit Oldie-Musik.
- Eine Tischrunde der besonderen Art kreierten die *Schwyz* Gastgeber: eine Tavolata. Die langen Tischreihen waren ein Symbol für echte Schwyzer Gastfreundschaft. Restaurants, Cafés, Caterer kochten gemeinsam – vom Frühstück über das Mittagessen, den Nachmittagsnack bis zum Abendessen. Den ganzen Tag gab es lokale und regionale Köstlichkeiten. Schwyzer Künstler verschiedenster Richtungen unterhielten die Festbesucher. Der Eintritt ins Forum für Schweizer Geschichte war gratis. Es war ein Tag der Begegnung, der Gastfreundschaft und des Genusses.
- Vereine und Gastronomen aus dem *Kanton Obwalden* schlossen sich zusammen und bauten in *Sarnen* die längste Bar der Zentralschweiz – über 50 verschiedene Bars waren es, die alle einem anderen Thema gewidmet waren. Die ganze Bevölkerung war eingeladen, Teil der Gastfreundschaftsfeier zu sein, und die Obwaldner erschienen in Scharen.
- In den Farben des *Kantons Nidwalden* sollten die Gäste in Rot-Weiss erscheinen - und dies taten sie zahlreich. Sie brachten nicht nur ihr Essen und Trinken nach *Stans* mit, sondern auch Tische, Stühle, Tischdekorationen usw. Alle waren Gäste und Gastgeber zugleich. Am Abend gab es einen offerierten Volkspééro. «Joy of Life» und «Buschi & Anni» sorgten für musikalische Unterhaltung.



Abbildung 12: Das rot-weisse Fest in Stans, der lange Tisch in Luzern und das Fest mit Einbezug der Jugend im Zirkuszelt in Altdorf.

4. Seerose

Das Ziel der schwimmenden Plattform auf dem Vierwaldstättersee war ein Zweifaches. Einerseits sollte die Verbindung der fünf beteiligten Zentralschweizer Kantone rund um den See hergestellt werden, andererseits sollte das Projekt ein Aushängeschild mit einer breiten Ausstrahlungskraft erhalten. Für die Thematisierung eines Softfaktors wie der Gastfreundschaft und um die gesamte Zentralschweizer Bevölkerung zu sensibilisieren, musste eine «Marke» geschaffen werden – die Seerose.



Abbildung 13: Medienkonferenz am 18. Februar 2014. Präsentation des ersten Modells. (Bild: Emanuel Ammon.)

Das Architekturbüro Dolmus Architekten in Luzern präsentierte mit der Seerose ein Projekt, das einen Bezug zum Wasser herstellte und das Thema Gastfreundschaft in Form einer Blume in hervorragender Art aufnahm. Das Projekt entstand in enger Anlehnung an die Entwürfe eines Ideenwettbewerbes der Hochschule Luzern (Technik & Architektur sowie Design & Kunst) vom Sommer 2013.

4.1. Bau, Infrastruktur und Catering

Der Bau der Seerose begann im Oktober 2014. Die Firma Shiptec AG, die in der Werft im Luzerner Inseli auch die Schiffe der SGV baut und restauriert, führte den Auftrag aus. Die Seerose wird von mehreren Pontons getragen, die teilweise geflutet werden können, um die Seerose bei Bedarf etwas abzusenken.

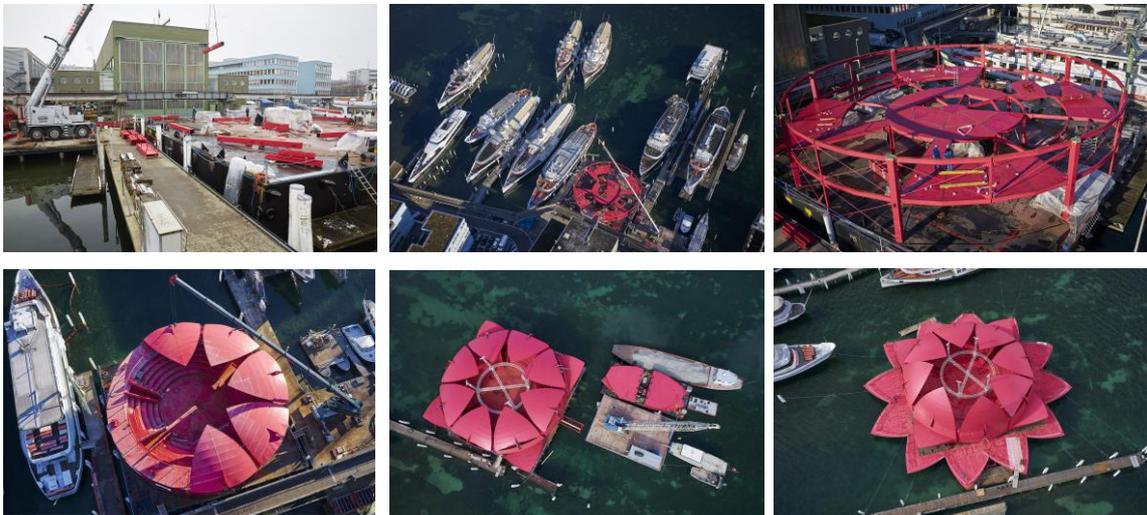


Abbildung 14: Der Bau der Seerose in der Werft Luzern. Aufnahmen von Emanuel Ammon, Januar bis März 2015.

Da eine andere Art von Stahlbau benötigt wurde als beim normalen Schiffbau, wurden einige Aufträge an andere Zentralschweizer Firmen vergeben. Um die Montage der Tribünenstücke kümmerte sich eine Alpnacher Stahlbaufirma namens Iromet, um die Blütenblätter die Emil Gisler AG aus Seedorf. Mitte März wurden diese Blätter nach Luzern geliefert. Vom Firmengelände wurden die zwölf riesigen Seerosenblätter aus Stahl mit einer Länge und Breite von rund 9 Metern und einem Gewicht von gegen 6 Tonnen bis zum Umladeort auf einen Nauen transportiert. Dank Millimeterarbeit schafften sie es durch die A-2-Unterführung in Uri. Die Strasse musste sogar gesperrt werden. Vom Tiefgänger wurden die Elemente dann mit einem riesigen Pneukran aufs Schiff gehievt, welches die Teile nach Luzern brachte. Die ganze Aktion dauerte rund neun Stunden.

Die Seerose wurde als Schiff ausgelegt, um alle Vorschriften betreffend Sicherheit und Stabilität erfüllen zu können. Sie wurde zwar nicht mit einem Motor ausgestattet, doch mit einer Wasser- und Abwasseranlage, Elektroinstallationen und einer Feuerlöschanlage. Zum Schluss installierten Taucher die Unterwasserbeleuchtung.¹



Abbildung 15: Ein Bild der A-2-Unterführung aus der Neuen Urner Zeitung vom 14. März 2015.

Mit der Fertigstellung wurde die Seerose Ende März 2015 dem Gästival übergeben. Da in der Werft Luzern die Platzverhältnisse zu knapp waren, wurde die Seerose für den Innenausbau mit Schleppern der Kibag AG nach Beckenried verschoben. Bereits die erste Verschiebung verlief problemlos, nur beim Rücktransport am 20. Mai 2015 machte das Wetter zu schaffen. In den 9 verbleibenden Tagen wurde die Seerose in Luzern beim Inseli verankert und in Betrieb genommen. In den letzten Tagen wurde der letzte Schliff angebracht. Am Pfingstmontag, 25. Mai 2015, stellte sich das Projektteam im kleinen Kreis für eine erste Generalprobe zur Verfügung, dann folgten zwei Vorpremieren - am Mittwoch mit den Alumni der Hochschule Luzern und einem Konzert von Dada Ante Portas.

Als «Schiff der besonderen Bauart», mit dem Kennzeichen LU 906, wurde die Seerose am 28. Mai 2015 offiziell als Schiff in Verkehr gesetzt.

Standorte

Die Seerose legte vom 29. Mai bis 4. Oktober 2015 in Luzern, Stansstad, Brunnen, Alpnachstad, Flüelen und Vitznau an. Die Standorte befinden sich an der Route des Waldstätterweges und des Wegs der Schweiz (in der Grafik rot respektive grün eingezeichnet).

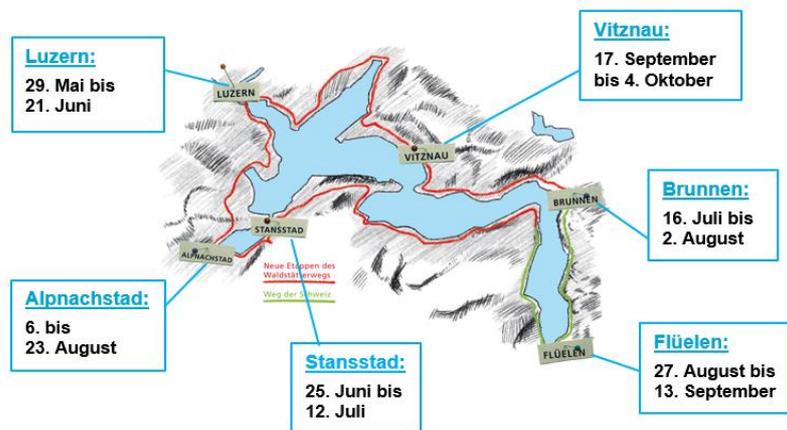


Abbildung 16: Die Seerosen-Standorte auf einen Blick.

Jeder Kanton stellte ein lokales Organisationskomitee, welches für die Vorzone in seinem Kanton zuständig war. Die Organisationskomitees wurden in der Regel durch die Tourismusorganisationen gestellt. Sie waren unter anderem für die Erschliessung der Seerose an Land (Strom, Wasser

¹ Bereits im Jahr 2013 wurde das erste Gespräch mit dem Landschaftsschutzverband Vierwaldstättersee geführt, der eine Einsprache gegen das Anlegesuch der Seerose beim Musikpavillon im Luzerner Seebecken machte. Begründet wurde diese mit der dort bedrohten Pflanzenwelt (Armluchteralgen), die durch den Schattenwurf der Plattform gefährdet werden könnte. Mit der Beleuchtung wurde diesem Faktor gebührend Rechnung getragen.

etc.) zuständig wie auch für die Gestaltung der Vorzone. Diese wurde in die Inszenierung der Seerose einbezogen – von Standort zu Standort in unterschiedlicher Ausgestaltung. So befanden sich zum Beispiel der Kassenwagen und die sanitären Anlagen in der Vorzone. Mit Liegestühlen und Sonnenschirmen wurde zudem für eine einladende Stimmung gesorgt. Die enge Zusammenarbeit mit den lokalen Organisatoren förderte in hohem Masse den Einbezug der lokalen Bevölkerung.

Schwimmende Eventplattform «SEEROSE»	
Länge über alles	46.4 m
Breite über alles	45.4 m
Tiefgang (beladen)	0.7 m
Verdrängung (beladen)	460.8 t
Fixpunkthöhe über Basis	16.2 m
Tragfähigkeit	700 Personen
<small>Erbaut 2015 durch Shiptec AG Bau-Nr.: 056</small>	

Gastronomie

Gästival arbeitete in der Gastronomie mit der Tavolago AG (Tochtergesellschaft der SGV) zusammen, die für die Schiffsgastronomie der SGV verantwortlich ist und deshalb seit Jahren über das erforderliche Knowhow in der Qualitätssicherung und Logistik auf dem See verfügt. Der Gastronomiepartner liess zusätzlich zu seinem bestehenden Angebot auch kantonale Spezialitäten jedes Standortes in das Sortiment einfließen. Die Rundum-Theke befand sich zentriert auf dem Hauptdeck. Sitzgelegenheiten und Bartische luden im gedeckten Gastronomiebereich sowie auf den äusseren Seerose-Blättern zum Verweilen ein.

4.2. Programm

Tagesprogramm

Tagsüber diente die Seerose als ein einzigartiger Begegnungsort. Hier konnte man neben ungewöhnten Ausblicken auf den See und in die Bergwelt auch viel über die Zentralschweizer Tourismusgeschichte erfahren. Neben Portiers, welche die Gäste bereits auf dem Steg zur Seerose freundlich begrüßten, über die heutigen Gäste aus der fremdländischen Zeitung informierten und nostalgische Hotelpostkarten abgaben, stellten täglich auch drei der sechs historischen Figuren ihre Geschichten vor. So schilderten der Hotelier Cäsar Ritz oder der Bahnpionier Josef Durrer, Michael Aschwanden, der Fotograf von der Axenstrasse, oder Marie Blättler, die letzte Winterwartin auf dem Pilatus, sowie die verwöhnte Hofdame Louise von Österreich-Toskana und Sabine Schumacher, eine engagierte Primarlehrerin aus Luzern, ganz persönliche Ereignisse und Anekdoten aus ihrem Leben. Diese Texte wurden von sechs renommierten Innerschweizer Autoren geschrieben.



Abbildung 17: Guido Dillier alias Josef Durrer, Louise von Österreich-Toskana zum Thema Klatsch und Tratsch in Hotelkreisen (gespielt von Nicole Lechmann) und Margrit Bischof als Marie Blättler.

Die Theaterfiguren traten mit grossen Schrankkoffern auf – so, wie die wohlhabenden Gäste in der Belle Epoque reisten. Zehn inszenierte Koffer mit Fächern und Schubladen, mit historischen Objekten und Fotografien bildeten den Kern dieser Ausstellung. Einer dieser Koffer wurde auch zum Thema Gastfreundschaft lanciert. Als Gastfreundschafts-Workshop konnten täglich drei verschiedene Schnellkurse besucht werden, die von den Schauspielern der historischen Figuren durchgeführt wurden. Diese informierten über die historische Entwicklung der Gastfreundschaft im Rahmen des Tourismus, führten einen Benimmkurs durch und sensibilisierten für das Thema Freundschaft.

Zudem konnten die Besucher auf Liegestühlen an Hörspielstationen den Kurzgeschichten von berühmten Schriftstellern wie Mark Twain, James Fenimore Cooper oder Meinrad Inglin lauschen.

In der Seerose-Arena traten tagsüber verschiedene Formationen aus den Gastgeberregionen auf. Jodlerchöre, Jazz- oder Popbands, Blasmusik- oder Klassikformationen gaben halbstündige Konzerte. Ebenso fanden an je einem Sonntagmorgen pro Standort Lesungen zum Thema Gastfreundschaft statt. Highlights waren zudem die Schwinger-Nachmittage mit Sägemehl in der Seerosen-Arena und die Mullbau-Kinderkonzerte, die jeweils am Sonntagmorgen Kinder in Scharen anlockten.

Abendprogramm

In den Abendstunden wurde die Seerose zu einer einzigartigen Konzert- und Theaterbühne, die Platz für fast 500 Personen bot. Jazz, Klassik, Pop, Comedy, Talk, Film und Tanz wechselten sich ab und sorgten jeden Abend für beste Unterhaltung. Als besondere Überraschung für die Besucher war die «Carte Blanche» – eine künstlerische Freikarte pro Standortkanton – gedacht. An diesen «Carte Blanche»-Abenden wurden exklusive Werke von Künstlern aus den fünf Innerschweizer Kantonen uraufgeführt. Die Produktionen wurden der Seerose auf den Leib geschrieben und reichten von Jazz- und Volksmusik bis zu Bühnenszenierungen. Geschaffen wurden die «Carte Blanche»-Werke von Max Christian Graeff und Christov Rolla (für den Kanton Luzern), Trachten Stans und Projekt 28 (Nidwalden), Stefan Camenzind (Schwyz), Roman Britschgi (Obwalden) und Franziska Brücker (Uri).



Abbildung 18: Die Cartes Blanches aus den Kantonen Nidwalden, Obwalden und Uri.

Auch mit «Mann über Bord!», einer seekranken Talkshow von und mit Dominic Deville, wurde eine neue Aufführungsreihe für die Seerose konzipiert. Deville als Kapitän der MS Seerose führte jeden Montag durch den Abend. Das Publikum durfte sich als Passagiere wännen und am Tisch des Kapitäns mithorchen, wenn dieser spannenden Gästen aus der Region eine Audienz gewährte. Mit an Bord waren u. a. Viktor Giacobbo, Nik Hartmann, Mona Vetsch, Beat Schlatter u.v.m.

Weitere Programm-Highlights waren die Comedy-Veranstaltungen, bei denen der Luzerner Johnny Burn sein Programm zum Besten gab und seine (inter)nationalen Komikerfreunde wie Michael Elsener, Lapsus, Michel Gammethaler, etc. auf die Seerosen-Bühne einlud. Zudem überzeugten die «Back to the Roots»-Konzerte. Zentralschweizer Musiker in den Bereichen Pop-Rock, Schlager und Klassik, die national oder international bekannt sind, kehrten für einen Auftritt in ihre Heimat zurück. Mit dabei waren u.a. Ivo & Special Guests, Diana und Willy Tell, ChueLee, Simone Zraggen und Leonard. And last but not least wurde die Seerose auch als Open-Air-Kino genutzt. Heimischen Filmschaffenden wurde eine Plattform geboten.



Abbildung 19: IVO mit Band und Special Guests, Johnny Burn (mit eigenem Seerosen-Selfie) und Willy Tell.

Das Programm wurde u.a. in Zusammenarbeit mit einer Programmgruppe konzipiert, in der je ein Kulturschaffender oder eine Kulturschaffende aus den fünf Kantonen Einsitz hatte. Die breite Verankerung und der Einbezug aller Regionen wie auch Musikrichtungen war ein wichtiges Element, um ein spannendes Programm für die gesamte Bevölkerung zu bieten.

Eintrittspreise

Der Vorverkauf der Tagestickets startete bereits im Dezember 2014, der Vorverkauf für die Abendtickets Mitte März 2015. Die Eintrittspreise betragen 15 Franken für Erwachsene (zwei Kinder waren am Tag pro Erwachsenen gratis). AHV/IV-Bezüger und Studenten bezahlten 10 Franken. Die gleichen Preise galten für die Abendvorstellungen.

4.3. Standorte

Standort Luzern (29. Mai – 21. Juni 2015)

Im Vorfeld der Bewilligung für den Standort Luzern kam es zur überraschenden Einsprache des Landschaftsschutzverbandes Vierwaldstättersee (LSVV). Trotz Einbezug von Vorstandsmitgliedern in alle relevanten Diskussionen und Entscheide, überraschte der LSVV am letztmöglichen Termin mit einer Einsprache gegen den immer diskutierten Standort Musikpavillon beim Steg 10 – begründet mit zu erwartenden Problemen mit der Armelechteraigen-Population. Trotz grosser Anstrengungen und verschiedener Lösungsvorschläge der Gästival-Projektleitung verweigerte sich der LSVV konsequent einer einvernehmlichen Lösung. So musste zum Standort Inseli gewechselt werden.



Die Seerose wurde am 29. Mai 2015 feierlich eröffnet. 450 geladene Gäste – darunter Unterstützer aus Kantonen, Gemeinden, Politik, Wirtschaft und Kultur – erlebten eine eindrückliche exklusive Eröffnungsfeier der Seerose. Am 30. Mai war die Seerose dann erstmals für das Publikum geöffnet, und dieses kam in Scharen: 1250 Eintritte und eine ausverkaufte Seerose waren ein tolles Ergebnis für das Startwochenende. Mitarbeiter und Helfer waren von Anfang an gefordert. Bereits nach drei Tagen wurden die ersten Anpassungen am Programm und Ablauf vorgenommen, um einen optimalen und gastfreundlichen Betrieb bieten zu können. So wurde tagsüber ein Gratisgetränk in den Eintrittspreis eingeschlossen.



Das zweite und dritte Wochenende suchten uns kurze, aber heftige Gewitter heim. So mussten u.a. die Konzerte von IVO und Diana abgebrochen werden. Das transparente Dach hielt kaum den Wassermassen stand. Doch trotz der Wetterkapriolen konnte ein tolles Fazit gezogen werden. Mit einer fulminanten Stabübergabe an Nidwalden ging der Aufenthalt der Seerose in Luzern zu Ende. Mit der Resonanz und den Besucherzahlen von rund 20'000 Gästen war die Zufriedenheit gross.

Resultat Algenstudie

Am Standort in Luzern hatte wie eben erwähnt der LSVV zu bedenken gegeben, dass die Unterwasservegetation, insbesondere geschützte Algenarten, durch den Schattenwurf der Seerose beeinträchtigt oder gefährdet werden könnten. Deshalb wurde die Vegetation im Seebecken vor dem Inseli von Spezialisten der AquaPlus AG (Zug) beobachtet – vor, während und nach der Stationierung der Plattform. In ihrem Gutachten kommt die AquaPlus AG zum Schluss, dass sich Ende August, das heisst zwei Monate nach dem Aufenthalt der Seerose in Luzern, «in der Unterwasservegetation keine Auswirkungen der Plattform-Stationierung nachweisen lassen». Ende Juni sei die Vegetation zwar zu 90 Prozent ausgebleicht gewesen, lediglich wenige Reste der Pflanzen seien

noch grün gewesen, doch habe sich die Vegetation vollständig regeneriert. Es könne keine Grenze zwischen dem Plattform-Viereck und der anschliessenden Vegetation festgestellt werden.

Standort Stansstad (25. Juni bis 12. Juli 2015)

Für die Verschiebung der Seerose wurden jeweils drei Tage (Montag bis Mittwoch) eingerechnet. Nach über drei Stunden gemächlicher Reise von Luzern her, gezogen und gestossen von zwei Schleppern, konnte die Seerose vor dem Hafen von Stansstad verankert und vertaut werden. So blieb am Mittwoch Zeit für die Installationen, Logistik- und Infrastrukturarbeiten. Zudem wurde die durchsichtige Membrane über der Bühnenkonstruktion in der Arena durch eine stärkere Dachfolie ersetzt, um die Künstler und Besucher noch besser gegen Witterungseinflüsse zu schützen.



Bereits vor der Begegnungs- und Gastfreundschaftszone empfingen Parkwächter der Securitas den Gast mit einem freundlichen Lächeln und zeigten ihm den Weg zur Seerose, sinnigerweise entlang der Seerosenstrasse. Auf dem Trottoir war der Weg zur Seerose mit pinken Plaketten vorbildlich ausgeschildert. Neben kulinarischen Angeboten betrieb Nidwalden Tourismus auch ein Informationshäuschen, in dem die Gäste über touristische Angebote und Aktionen informiert wurden.

Mit einer stimmungsvollen Stabübergabe an den Kanton Schwyz verabschiedete sich die Seerose aus Stansstad. Die tolle Organisation vor Ort und das herrliche Sommerwetter bescherten ein Besucheraufkommen von rund 10'000 Gästen.

Standort Brunnen (16. Juli bis 2. August 2015)



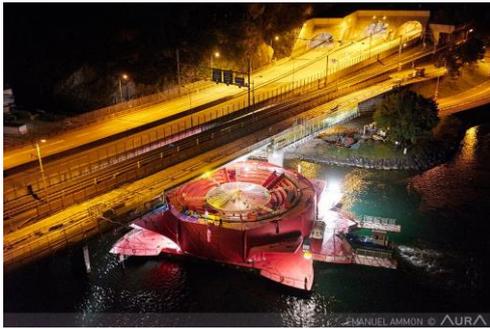
Dass die Seerose über den Nationalfeiertag in Brunnen stehen würde, war in der Planung von Beginn weg berücksichtigt – das Gästival war auch der offizielle Gast an der 1. August-Feier auf dem Rütli. Mit einer festen Verankerung in der Lido-Bucht – wegen der Föhn-Gefährdung – konnte dann auch nichts mehr schief gehen. Das Programm in Brunnen bot allen Geschmäckern nur das Feinste. Ein riesiges Highlight war das IVO-Konzert mit der renommierten Rock- und A-capella-Gruppe Naturally 7 aus New York. IVO

brachte die Bühne zum Beben, die sieben New Yorker Stimmenkünstler zum Brodeln. Zudem feierte Leonard sein 30-Jahre-Bühnen-Jubiläum vor ausverkauften Rängen. Chaostheater Oropax trat bei Johnny Burns Comedy-Show auf und der Brauchtumstag mit abschliessendem Showschwimmen begeisterte die Schwyzer.

Mit einem ausgezeichnet besuchten Schlusswochenende ging der Aufenthalt der Seerose in Brunnen zu Ende. Weit über 1000 Besucher nutzten am Nationalfeiertag den «Tag der offenen Seerose», um das kulturelle Programm im Rahmen der 1.-August-Feierlichkeiten in Brunnen zu geniessen. Bereits am Morgen hatten sich über 300 Ehrengäste und Diplomaten aus mehr als 50 Ländern auf der Seerose eingefunden, um sich auf die offizielle Bundesfeier auf dem Rütli einzustimmen. Die Bundesfeier mit Bundespräsidentin Simonetta Sommaruga als Festrednerin stand im Zeichen des Gästivals und der Gastfreundschaft.



Standort Alpnachstad (6. bis 23. August 2015)



Es war eine spektakuläre Aktion, und eine ganze Reihe von Zaungästen liess sich die Unterquerung der Acheregg-Brücke in der Nacht vom Montag, 3. August 2015, auf den Dienstag, 4. August 2015, nicht entgehen. In einer stabsmässig vorbereiteten Aktion wurde die Seerose auf ihrem Weg von Brunnen nach Alpnachstad unter der Acheregg-Brücke transportiert. Verantwortlich für die Verschiebung waren die Spezialisten der Kibag. Zunächst wurde die Seerose am Montag nach Stansstad geschleppt, wo am Abend die oberen, dazu auch einzelne seitliche Blütenblätter demontiert

wurden. Danach wurde die fast 500 Tonnen schwere Seerose mit rund 860'000 Liter Wasser geflutet (rund 90 Prozent der möglichen Menge), damit sie einen Tiefgang von 162 statt 55 Zentimetern erreichte, und um 1 Uhr unter der Brücke in den Alpnachersee gezogen. Die Durchfahrt dauerte lediglich fünf Minuten und verlief reibungslos. Hilfreich waren der niedrige Wasserstand und das ruhige Wetter. Auf beiden Seiten wie auch in der Höhe war ein Spielraum von rund 1,5 Metern eingerechnet, vom Tiefbauamt des Kantons Nidwalden war das Gerüst der Brückensanierung provisorisch zurückgebaut worden. Nach der Unterquerung wurde die Seerose am nächsten Morgen im Rotzloch ausgepumpt und zusammengesetzt. Planmässig nahm sie am Donnerstag, 6. August 2015, ihren Betrieb in Alpnachstad auf.

Wie recht die Planer von Dolmus Architekten hatten, zeigte sich besonders in Alpnachstad: Die Seerose fügte sich durch ihren kreisförmigen Aufbau und ihre Offenheit überall auf dem Vierwaldstättersee in die Landschaft ein. In Alpnachstad, zwischen den Bergflanken des Pilatus und des Stanserhorns, am Beginn des malerischen Alpnachersees, kam dies besonders gut zum Ausdruck. Die Seerose verstrahlte ihren Charme am Übergang von Land zu Wasser, zwischen Natur und touristischer Infrastruktur. Dazu kam die Herzlichkeit der Gastgeber, die in einer entspannten Atmosphäre sofort das Gefühl vermittelten: Hier bin ich willkommen. Und so fühlten sich auch die 575 Alpnacher Schulkinder, die auf der Seerose einen Schulbeginn der anderen Art erlebten. Ganz nach dem Motto «Die Schule Alpnach schaut hin» gab es ein buntes Programm. Für Hochstimmung sorgte dann der junge, engagierte Shooting-Star Damian Lynn aus Luzern, der die Seerose mit seinem Pop-Rock-Programm am Eröffnungsabend zum Beben brachte.



Standort Flüelen (27. August bis 13. September 2015)

Mit dem Standort Flüelen wurde ein zauberhafter Ort gefunden – zwischen Bahnhof und Hafen, mitten im Ursprung der Verkehrs- und Tourismusgeschichte der Zentralschweiz. Anschaulicher konnte sich die Geschichte und Bedeutung des Ortes nicht präsentieren: Auf der einen Seite rauschte ein topmoderner ICN an der Seerose vorbei, auf der anderen Seite legte ein majestätisches Dampfschiff an – fast in Griffweite bzw. -nähe der Seerose. Und in der Ferne wand sich die Axenstrasse, ein touristisches Highlight der Belle Epoque, um die Bergflanken über dem Urnersee.

Traditionell ging es beim Urner Tag auf der Seerose in Flüelen zu und her. Bei Türöffnung warteten bereits 600 Personen auf Einlass. Für den Gottesdienst um 10 Uhr war die Arena bis auf den letzten Platz besetzt. Tagsüber hatten der Jodlerklub Seerose, die Trachtenvereinigung Uri und die Schwyzerörgeli Grossformation Alpeblüemli Erstfeld ihren Auftritt. Insgesamt wurden allein an diesem Tag rund 2500 Gäste auf der Seerose gezählt.

Obwohl die Tage immer noch sehr schön waren, wurden die Abende bedeutend kühler und es wurde früher dunkel. Man spürte, dass der Gästival-Sommer bereits vom Herbst abgelöst wurde.



Standort Vitznau (17. September bis 20. September 2015)

Vor dem Hafen von Vitznau wurde bereits Wochen vor Ankunft der Seerose mit den Verankerungsvorrichtungen für den Besuch der Seerose begonnen. Da das Ufergelände steil abfällt, wurde ein besonderes Verfahren angewendet. Landseitig wurde die Seerose, wie an den anderen Standorten, an Pfählen, die im Seegrund stehen, festgemacht. Seeseitig wurde aber die Verankerungstechnik einer Spezialfirma aus Rostock eingesetzt. Dort wurden Betonfundamente in den See gelassen. In einem Halbkreis und in einer Tiefe zwischen 8 und 60 Metern dienten sie als Anker. Insgesamt waren es 240 Betonelemente, jedes rund 2,4 Tonnen schwer. Um die Seerose zu befestigen, wurden die Ankerseile von jeweils fünf Betonfundamenten zusammengezurrnt und zur Seerose geführt. Dadurch entstand ein korbähnliches Verankerungsnetz.



Nach vier Tagen am Standort Vitznau ging die Gästival-Seerose-Zeit am 20. September 2015 zu Ende. Dieser Abend wurde allen Unterstützern, Helfern und Mitarbeitern gewidmet, welche die Idee erst möglich gemacht und danach tatkräftig angepackt hatten. Mit diesem kleinen Macher-Fest auf der Seerose wurde dann auch die Ära MuTh eingeläutet.

4.4. Rückblick Seerose

Mit der Realisierung und dem Betrieb der Seerose wurde das Ziel eines thematisch richtig platzierten «Eyecatchers» nicht nur erreicht, sondern erfreulicherweise klar übertroffen. Die Seerose entfaltete Strahlkraft weit über die Zentralschweiz hinaus, sie war attraktiver und gern gesehener Anziehungspunkt an allen sechs Standorten und bot eine grosse Zahl von interessanten Inhalten zum Kernthema Gastfreundschaft.

Nach einer intensiven Vorbereitungszeit von drei Jahren und einer noch viel intensiveren Durchführungszeit in den Frühlings- und Sommermonaten war es am 20. September 2015 eine Mischung von Wehmut, Freude und Dankbarkeit, die unsere Gefühlslage bestimmte. Insgesamt durften wir 67'000 Gäste auf der Seerose begrüßen. Damit wurden unsere Erwartungen übertroffen. Auch von der Resonanz auf das Tagesprogramm waren wir beeindruckt, haben doch rund 50 Prozent der Gäste am Tag – auch unter der Woche – die Seerose besucht. Das Grundkonzept funktionierte für ein Pionierprojekt dieser Grössenordnung hervorragend.

	Tag	Abend	Total TC	Kinder	Vorevents/ MA	Grand Total
Luzern Public	8 004	4 669	12 673	2 000	-	14 673
Luzern Sponsor	700	3 400	4 100	-	1 300	5 400
Luzern	8 704	8 069	16 773	2 000	1 300	20 073
Stansstad	4 036	4 341	8 377	1 000	700	10 077
Brunnen	5 051	4 571	9 622	1 500	950	12 072
Alpnachstad	5 023	5 107	10 130	1 200	700	12 030
Flüelen	5 225	3 297	8 522	900	600	10 022
Vitznau	913	886	1 799	700	300	2 799
			-			
Total 6 Standorte	28 952	26 271	55 223	7 300	4 550	67 073

Tabelle 1: Verkaufszahlen Seerosen-Eintritte. (Weitere Verkaufszahlen sind dem Anhang zu entnehmen.)

Doch auch Petrus sei Dank! Er hatte das Konzept der Gastfreundschaft verstanden. Der Sommer 2015 ging als Gästival-Sommer in die Geschichte ein. Kaum einer hätte es in diesem Ausmass für möglich gehalten. So konnten (fast) alle Programmpunkte wie geplant durchgeführt werden. Kein Konzert musste im Vorhinein abgesagt werden. Ebenso kam es zu keinen namhaften Zwischen- oder Unfällen. Das trug wesentlich zur positiven Bilanz bei.

Insgesamt traten während vier Monaten 699 Akteure in 453 Darbietungen auf der Seerose auf. Von den 94 Abendvorstellungen waren 50 ausverkauft. 220 Helferinnen und Helfer unterstützten das Seerosen-Team in dieser Zeit.

Der programmliche Grundgedanke ging auf. Es gab aber auch Dinge, die nicht funktionierten. So wurden etwa die sonntäglichen DJ-Veranstaltungen bereits nach dem Standort Luzern gestrichen. Weiter wurde an den Volksmusikanlässen mehr Publikum erwartet, eventuell war die Seerose nicht die richtige Bühne dafür. Hingegen waren die Comedy-Veranstaltungen mit dem Luzerner Johnny Burn und auch die IVO-Konzerte immer restlos ausverkauft.

Die eigens kreierten «Carte Blanche»-Produktionen der fünf Kantone wurden teils sehr kontrovers diskutiert – was auch legitim ist bei künstlerischen Inszenierungen. Es wurde festgestellt, dass diese Ur-Aufführungen in ihrer qualitativen künstlerischen Umsetzung überzeugten, jedoch eher auf ein kleines Publikum zugeschnitten waren, welches sich auf Nischenproduktionen einlassen kann. Und im Nachhinein war es wohl eine Fehlüberlegung, diese Kulturabende mit Sponsorenanlässen zu koppeln, denn es zeigte sich sehr schnell, dass geladene Gäste mehrheitlich „leichte Kost“ bevorzugen.

4.5. Verein MuTh (23. September bis 4. Oktober 2015) / Zukunft

Nach der letzten Gästival-Vorstellung in Vitznau wurde die Seerose am 20. September 2015 an den Verein MuTh (Musik und Theater) in Vitznau übergeben. Dort wird sie für die nächsten drei Jahre als Teil eines nationalen Campus für die Jugendförderung in den Bereichen Musik und Theater, analog dem Centro Sportivo in Tenero, eingesetzt.

Dort fand vom 23. September bis 4. Oktober 2015 auch das erste MuTh-Festival auf der Seerose statt. Die Betriebszeit verlief erfolgreich. U.a. traten die berühmten Wiener Sängerknaben auf und der Zentralschweizer Tourismustag wurde auf der Seerose durchgeführt.

Für die nachhaltige Nutzung der Seerose liegt die Bewilligung vor, dass die Seerose vor Vitznau bis Ende 2018 verankert werden darf. Die entsprechenden Veranstaltungs-Gesuche für einen Weiterbetrieb in den Jahren 2016 bis 2018 sind in Vorbereitung. Bereits im Frühjahr 2016 sollen die ersten Musiklager beginnen.

Momentan befindet sich die Seerose in ihrem Winterquartier bei der Fa. Arnold & Co. in Flüelen.



5. Kommunikationsmassnahmen

Dank umfassender Kommunikationsleistungen der Medien-Partner, dank der vielschichtigen und unentgeltlich zur Verfügung gestellten Kommunikationsleistungen der Partner und Sponsoren und dank weiterer Werbe- und PR-Massnahmen (u.a. eine Sonderbeilage in der Juni-Ausgabe der Schweizer-Illustrierten) war das Gästival medial breit präsent.



Nach der Sensibilisierungskampagne im Januar 2015 und der Gästival-Kampagne im Februar/März 2015 wurden die Werbemassnahmen im April/Mai 2015 gezielt auf den Waldstätterweg gerichtet. Im Juni bis August 2015 lag der Fokus auf der Seerose.

Mit dem dritten Zeit-Reise-Magazin im September 2015 wurde noch einmal das Kernthema der Gastfreundschaft in den Mittelpunkt gerückt.

Zeit-Reise



Die inhaltliche Umsetzung der Zeit-Reise erfolgte in einem Wechselspiel zwischen den Medien Print, Radio, TV und Web. Insgesamt entstand ein medienübergreifendes, umfassendes und einzigartiges Medienprojekt. Die Zeit-Reise als buchstäbliche Zeitreise durch die 200-jährige Geschichte des Tourismus erzählte Geschichten zu den historischen Meilensteinen, aber auch zu den wesentlichen Aspekten des modernen Tourismus und gab Einblicke hinter die Kulissen:

➤ Drei hochwertige Magazine erschienen als Beilage in der «Zentralschweiz am Sonntag». Die Ausgaben im Januar, April und September 2015 umfassten

das Gesamtjubiläum mit verschiedenen Schwerpunkten: Tourismusgeschichte, Seerose und Tourismus der Zukunft.

- Als TV-Publireportagen erschienen von April bis Oktober auf Tele 1 über 25 Kurzbeiträge.
- Radio Pilatus brachte in Abstimmung mit den Zeit-Reise-Magazinen ein Gästival-Quiz, Teaser-Spots und Sendebeiträge zum Thema Gastfreundschaft.
- Auf der Gästival-Website wurden neben der Event-Agenda und der Ticketing-Plattform auch Hintergrundinformationen und Schwerpunktthemen zu den Magazinen sowie eine Fotogalerie, die Gästival-Quizsendungen von Radio Pilatus und die Video-Clips von Tele 1 aufgeschaltet.
- Die Plakatgesellschaft APG lancierte eine Teaser-Kampagne im Vorfeld der Seerose-Zeit.

Ermöglicht wurde dieses umfassende Medienprojekt dank der grosszügigen Unterstützung durch die drei Uhrenpartner Bucherer, Embassy, und Gübelin.

5.1. Übersicht Kommunikationsauftritte Gästival und Partnerkommunikation

Jahr 2013

Gästival



Website
Seit Januar 2013



Facebook
Seit Herbst 2013



Gästival Logo
Seit August 2013



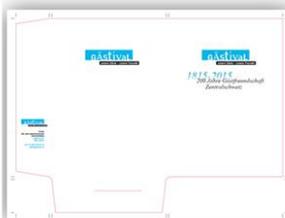
Gästival-Booklet
Juli 2013



Neujahrskarte
Dezember 2013
500 Stk.

Jahr 2014

Gästival



Medienmappe
Februar 2014
1000 Expl.



Gotthard-Raststätte
Herbst 2014
2x F12



Projektdokumentation
Februar 2014
400 Expl.



Seerosen-Dokumentation
Februar 2014
250 Stk.



Luga (Gewerbeausstellung LU) Luga Wandgestaltung
25. April - 4. Mai



25. April - 4. Mai



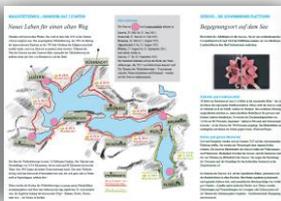
Schokoladen-Verpackung
Seit April 2014
5'000 Stk.



Schokoladen-Verpackung
Seit April 2014
5'000 Stk.



Flyer ("Vorderseite")
Juli 2014
15'000



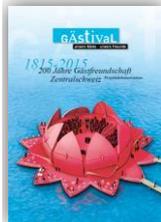
Flyer ("Rückseite")



Gutscheine Tag
November 2015
10'000 Stk.



Roll-Up Partertafel
Seit Sommer 2014



Gästival-Booklet
November 2014
300 Expl.



Flyer ("Vorderseite")
November 2014 (2. Auflage)
5'500



Neujahrskarte
Dezember 2014
500 Stk.

Jahr 2015 Gästival



Zeit-Reise Magazin 1
25. Januar 2015
15'000 Expl.



TV-Publireportagen
Januar bis Dezember 2015
25 Reportagen



Newsletter
Januar bis Dezember 2015
20 Stk.



Gästival-Booklet
Januar 2015 (Neuaufgabe)
300 Stk.



Flyer ("Vorderseite")
Januar 2015 (2. Auflage)
15'000



Luga Wand
24. April - 3. Mai 2015



Luga
24. April - 3. Mai 2015



Luga Wettbewerb
24. April - 3. Mai 2015
4'000



Luga Programm Seerose
24. April - 3. Mai 2015



Luga Napolitaine
24. April - 3. Mai 2015
5'000



Zeit-Reise Magazin 2
26. April 2015
15'000



Zentralschweiz am Sonntag
24. Mai 2015
97'000



Zeit-Reise Magazin 3
6. September
15'000

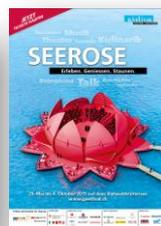


Emmi Kaffeerahmdeckel
Mai/Juni 2015

Jahr 2015 Seerose



Gutschein Seerose Abend
Januar 2015
10'000



A2- & A3-Plakat
Februar/März, Mai bis September
3000 Expl.



F12-Plakat
April bis August 2015
160 Expl. / 24



LKW-Heckwerbung
März bis Juni 2015



Banner Ticketcorner, Signatur, ...



F24-Plakat
Mai/Juni 2015
24 Expl.



Inserate



Plakat F4
Mai bis September 2015
100



SRF - Schweiz Aktuell
21. Mai 2015



Flyer (engl./frz./ital.)
Seit März 2015
6'500/2'000/500



Programm-Flyer (Seerose)
März 2015
70'000 Expl.



Programm-Flyer (Mitmachpr.)
April 2015
1000 Expl.



Programm-Anzeige NLZ
27. Mai 2015
97'000 Expl.



Programm-Flyer (Vorderseite)
Seit Mai 2015
60'000 Stk.



Programm-Flyer (Rückseite)



Einladung Seerose (Vorderseite)
April/Mai 2015
500 Stk.



Gitter Vorzone



Partner-Tafel



Seerosen-Ticket



Seerosen-Wand



Gitter Geländer



Seerosen-Wand



Sitzkissen Seerose
Mai bis Oktober 2015



A2-/A3-Wochenprogramm
Mai bis September 2015
100



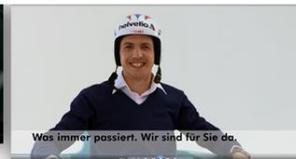
Gästival-Fahne
Mai bis September 2015
1 Stk.



Seerosen Screen



Seerosen Screen



Seerosen Screen



Seerosen Screen



Seerosen Screen



Seerosen Screen



Beilage Schweizer Illustrierte
8. Juni 2015
800'000 Expl.

Waldstätterweg



Kulturlandschaftsführer
Seit März
6000 (inkl. 2. Auflage)

Jubifest



Key Visual
April 2015
90 Stk.

Friendly Hosts



Flyer
Seit April 2014
500 Stk.

Mitmachkampagne



Booklet Projekte
Seit Herbst 2014
100

5.2. Medienspiegel

Eine tragende Rolle in der Gesamtkommunikation spielte die aktive Medienbewirtschaftung sowie die offensive PR-Arbeit. Diese Arbeiten verhalfen dem Gästival zu einer äusserst hohen Medienpräsenz, welche nachstehend abgebildet wird. Alle Einzelbeiträge sind auf der Gästival-Website abrufbar (www.gaestival.ch/Medienspiegel)

Medienberichterstattung

Beobachtungszeitraum: 1.9.2012 bis 29.10.2015 / Quelle: Argus der Presse AG

	Original	Online	Bemerkungen
Regionalzeitungen im			
Neue LZ	69	66	davon 4 in Apero, 1 Luga-Beilage
Zentralschweiz am Sonntag	19		inkl. Publireportagen/Zeit-Reise
Neue OZ/NZ	32	6	
Neue UZ	24	5	
Bote der Urschweiz	105	3	1 Neue SZ (Vorgängerzeitung)
Urner Wochenblatt	50	7	
<i>Total</i>	<i>299</i>	<i>87</i>	
Lokal- und andere Zeitungen im Einzugsgebiet			
Diverse Lokalzeitungen	173	42	51 Einsiedler Anzeiger, 15 Freier Schweizer, 14 Höfnier, 10 Seetaler
Anzeiger Luzern	23		ohne Gastfreundschaftskolumne
20 Minuten Luzern	22	19	
Blick am Abend Luzern	12	5	
Zentralplus		40	
Zuger Medien	3	1	
<i>Total</i>	<i>232</i>	<i>107</i>	
Andere Printmedien			
Zeitungen national	38	37	4 SI (Schweizer Illustrierte)
Fachzeitschriften Tourismus	42	40	14 HTR, 6 GA, 5 GJ
Fachzeitschriften Kultur	23	21	7 Magazin 041
Fachzeitschriften Lifestyle/Natur	30	5	
Fachzeitschriften Wirtschaft	7	4	
Fachzeitschriften Ausgang	3	27	
<i>Total</i>	<i>143</i>	<i>134</i>	
Radio			
Radio SRF	18	12	
Radio Pilatus	16	53	ohne Zeit-Reise-Aktionen
Radio Central	6		ohne Waldstätterweg-Aktion
Radio Sunshine	6		
<i>Total</i>	<i>46</i>	<i>65</i>	
TV			
Fernsehen SRF	2		
Tele 1	29		inkl. 22 Publireportagen
Art-tv	3		
<i>Total</i>	<i>31</i>		
Gesamttotal	755	393	

Medienbeiträge ohne Facebook und Twitter

Ausländische Medien (aktive Rückmeldungen von Medien, kein Monitoring):

1 TV-Beitrag SWR; 5 Print-Beiträge aus Deutschland, 1 aus den Niederlanden, 2 aus Italien, 1 aus Australien, 1 aus Dänemark.

6. Finanzen

Per September 2012 schloss der Verein 200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz mit den Kantonen Luzern, Schwyz, Nidwalden, Obwalden und Uri eine Projektvereinbarung ab, die bei einem prognostizierten Gesamtbudget von 1.5 Mio. Franken (Basis Projektidee) eine Beteiligung der öffentlichen Hand von 1 Mio. Franken vorsah (66%). Aufgrund der entwickelten Projektideen – insbesondere der Seerose – und der daraus entstandenen Bedeutung des Projektes für die Zentralschweiz wurde das Budget in wesentlichen Teilen überarbeitet. Dies führte unter anderem zu einer Zusatzfinanzierung der öffentlichen Hand. Im Zuge der Weiterentwicklung des Gesamtprojektes konnte zudem im Zusammenhang mit der schwimmenden Plattform Seerose im Mai 2014 mit der Park Hotel Vitznau AG eine Vereinbarung abgeschlossen werden, die eine überarbeitete, nutzerfreundliche Plattform mit einer nachhaltigen Nutzung gewährleisten würde. Das neue, überarbeitete Gesamtbudget ging von Aufwänden und Erträgen von jeweils 8'019'446 Franken aus.

Eine rigorose Kostenkontrolle im Sinne von «design to cost» wurde von Beginn weg von der Projektleitung umgesetzt. Diese Kostenkontrolle führte dazu, dass im Verhältnis zum Gesamtbudget von über 8 Mio. Franken nur kleinste Abweichungen resultierten. Die revidierte Rechnung über das Gesamtprojekt Gästival schliesst bei Aufwänden von 8'053'209 Franken und Erträgen von 8'054'953 Franken praktisch ausgeglichen ab.

Bei den Einnahmen ist speziell zu vermerken, dass der Ticketverkauf auf der Seerose von 45'000 zahlenden Gästen und von durchschnittlich 14.50 Franken pro Ticket ausging.

Die Einzigartigkeit des Gesamtprojektes hinterliess auf der Ertragsseite ihre Spuren. Aufgrund des wesentlich tieferen Durchschnittsertrages bei den Seerosen-Eintritten (11 statt wie budgetiert 14.50 Franken pro Ticket) wurde das Seerosen-Ertragsziel um 142'000 Franken verfehlt. Zudem führten weitere ausserordentliche Umstände zu Mindereinnahmen von rund 55'000 Franken. Diese Differenz konnte durch ausserordentliche Beiträge der Luzern Tourismus AG, des Tourismus-Forum Luzern sowie zusätzlichen Engagements aus der Privatwirtschaft sowie der öffentlichen Hand kompensiert werden, sodass das Ziel einer ausgeglichenen Rechnung erreicht werden konnte.

Aufwand	Budget	IST
Projekte Gästival (exkl. Seerose)	751'678	738'960
Gestehungskosten Seerose (GU-Vertrag Shiptec)	2'491'183	2'490'963
Betriebskosten Seerose (inkl. Ausbau, Pfählung, Verschiebung)	2'576'302	2'573'362
Experten / PL / Projektbegleitung / PR + Kommunikation	1'389'137	1'402'279
Marketing / Werbung / Gremien / Administration / Diverses	461'135	469'939
nicht rückforderbare MwSt / Zinsen / Kommissionen	350'011	377'706
Total Aufwand (alle Beträge exkl. MwSt)	8'019'446	8'053'209

Ertrag	Budget	IST
Bund (IST 1'465) / Kantone (IST 1'546)	2'963'000	3'011'000
Privatwirtschaft	3'875'000	4'154'249
Lizenzen / Werbung / Kommissionen	425'016	381'296
Einnahmen Seerose	650'150	508'408
Total Ertrag (alle Beträge exkl. MwSt)	8'019'446	8'054'953

7. Wertschöpfung

Im Rahmen des Gästivals konnte folgende Wertschöpfung in der Zentralschweiz erzielt werden:

7.1. Direkte Wertschöpfung durch den Verein 200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz

Projektierung, Infrastruktur und Betrieb Gästival

Mit wenigen Ausnahmen wurden die Aufträge im Umfang von rund **8 Mio. Franken** vollumfänglich an Zentralschweizer Unternehmen vergeben. Dies bedeutet, dass bei einem Mitteleinsatz der fünf beteiligten Kantone von rund 1.5 Mio. Franken über das Gästival eine Verfünfachung der Wertschöpfung in der Zentralschweiz erfolgte.

Unter anderem wurden die Aufträge im Zusammenhang mit der Konstruktion und dem Innenausbau der Seerose in der Höhe von knapp 3 Mio. Franken an die Shiptec als Generalunternehmerin vergeben. Mit der Pfählung und Verschiebung der Seerose wurde die Kibag AG, Stansstad, beauftragt.

Künstlerengagements

Bei der Auswahl und beim Engagement von Künstlern, welche das kulturelle Programm auf der Seerose umsetzten, wurde darauf geachtet, dass praktisch ausschliesslich Zentralschweizer Kulturschaffende engagiert wurden. Der direkte Mitteleinsatz in den kulturellen Bereich betrug rund 680'000 Franken. Dieser Betrag ist im oben erwähnten Gesamtumsatz bereits enthalten.

7.2. Indirekte Wertschöpfung durch Gästival-Partnerschaften mit dem Verein

Gastronomie

Die Gastronomie auf der Seerose wurde durch das Zentralschweizer Unternehmen Tavolago AG (Tochtergesellschaft der SGV) umgesetzt. Aus diesen Tätigkeiten wurde ein zusätzlicher Umsatz von rund 1.24 Mio. Franken erzielt, der primär in der Zentralschweiz für Wertschöpfung sorgte (Personal, Wareneinkauf, Betriebsaufwände). Dieser Umsatz ist im oben genannten Gesamtumsatz des Gästivals nicht eingerechnet.

Tourismus / öffentlicher Verkehr

Die Transportunternehmungen Zentralschweiz TUZ konnten im Berichtsjahr dank der nationalen Kampagne «Tell-Pass Plus» mit dem Gästival-Partner Raiffeisen mehr als 11'000 Tell-Pässe zusätzlich verkaufen und damit einen direkten Umsatz von über 1 Mio. Franken erzielen.

Dieselbe Aktion generierte in der Zentralschweiz gemäss einer Studie, die von Raiffeisen in Auftrag gegeben wurde, 36'000 Logiernächte bei den 74 teilnehmenden Hotels, 26'000 Hin- und Rückreisen in die Zentralschweiz mit dem öffentlichen Verkehr sowie 70'000 Ausflüge mit Bergbahnen und Schiffen. Mit insgesamt 140'000 genutzten Angeboten generierten die Raiffeisen-Mitglieder eine Wertschöpfung bei allen teilnehmenden Partnern von über 5.5 Mio. Franken.

Waldstätterweg

Die Instandsetzung und Neulancierung des Waldstätterwegs (Route 98 von Wanderland Schweiz), die inhaltliche Aufarbeitung und Zurverfügungstellung der Zentralschweizer Tourismus- und Agrargeschichte sowie die Gründung einer gemeinsamen Trägerschaft mit dem Weg der Schweiz (Route 99 von Wanderland Schweiz) führte zu einer weiteren Wertschöpfung von 740'000 Franken. Dieser Betrag wurde durch die Albert Koechlin Stiftung finanziert und vorwiegend in der Zentralschweiz eingesetzt. Er ist nicht in den oben genannten Projektkosten des Gästival-Gesamtbudgets enthalten. Weitere touristische Wertschöpfungen in der Region im Jahr 2015 und auch in den Folgejahren aufgrund der Lancierung des Waldstätterwegs am 1. Mai 2015 werden eine logische Folge sein, können jedoch nicht beziffert werden.

Mitmachkampagne

Die höchst erfolgreiche Mitmachkampagne bewog über 100 Institutionen, Unternehmen und Einzelpersonen, im Gästival-Jahr 2015 in der Zentralschweiz irgendein Spezialprojekt zu lancieren. Diese Projekte wurden ausschliesslich aufgrund des Gästivals umgesetzt. Da es sich bei diesen Spezialprojekten von Tagesanlässen bis zu Kampagnen über mehrere Monate handelte, ist eine Schätzung der finanziellen Wertschöpfung in diesem Bereich nur sehr schwer möglich. Geht man von einer durchschnittlichen realistischen Wertschöpfung pro Projekt von rund 10'000 Franken aus, ergibt dies eine durch das Gästival ausgelöste Wertschöpfung von 1 Mio. Franken.

Programm «Stärkung der Gastfreundschaft in der Zentralschweiz»

In Zusammenarbeit mit der Hochschule Luzern – Wirtschaft konnte durch das Gästival erfolgreich ein KTI-Projekt umgesetzt werden. Die Beteiligung der Kommission für Technologie und Innovation KTI in Bern am Projekt betrug 350'000 Franken. Die Wertschöpfung aus dem KTI-Gesamtprojekt beträgt rund 900'000 Franken. Die daraus resultierende weiterführende Wertschöpfung im Bereich Tourismus Zentralschweiz ist Bestandteil des KTI-Projektes und wird durch die Hochschule Luzern bis Ende 2016 prognostiziert werden können.

7.3. Gesamtwertschöpfung Gästival im Jahr 2015

Eine defensive Betrachtung der in der Zentralschweiz generierten Wertschöpfung der oben erwähnten Gästival-Projekte **ergibt gesamthaft eine Summe von rund 17 Mio. Franken** im Jahr 2015. Diese Summe wird, realistisch betrachtet, durch diverse indirekte Faktoren noch erheblich höher ausfallen. Zudem werden die diversen nachhaltig angelegten Projekte auch künftig zu einer zusätzlichen Wertschöpfung in der Zentralschweiz führen.

8. Fazit / Ausblick

Ein Hauptziel des Gästivals war es, das Bewusstsein für die Gastfreundschaft in der Zentralschweiz zu erhöhen. Die Sensibilisierung für die Gastfreundschaft ist aber, wie eingangs erläutert, ein langfristiger Prozess. Eine quantitative Bewertung des Erreichten wäre daher wie Kaffeesatzlesen. Es gibt aber drei zentrale Feststellungen, die am Ende des Jubiläumjahres gemacht werden können:

- Erstens geht aus den zahlreichen Reaktionen von Gästival-Besuchern und aus der Bevölkerung hervor, dass das Thema die **Aufmerksamkeit sowohl der touristischen Akteure als auch der Bevölkerung gefunden hat**. Mit seiner Ausstrahlungskraft erlangte das Projekt eine enorme Breitenwirkung. Mit der Seerose konnte eine Plattform geschaffen werden, auf der sich 67'000 Besucher mit der Gastfreundschaft auseinandersetzten, teilweise identifizierten und immer wieder sich selber wie auch die gebotene Gastfreundschaft hinterfragten. Während vier Monaten kam es auf der Seerose zu zahlreichen spannenden Gesprächen, gross war die Zahl der Rückmeldungen, in positiver und kritischer Art. Mit den Tausenden Nutzern des Tell-Passes, mit den begeisterten Wanderern auf dem Waldstätterweg, mit den drei Zeit-Reise-Magazinen und mit den Veranstaltern und Teilnehmern der über hundert Mitmachprojekte konnten Gästival-Besucher weit über die Zentralschweiz hinaus mit dem Gastfreundschafts-Virus infiziert werden.
- Zweitens hat es das Gästival geschafft, **die fünf Innerschweizer Kantone in einem Tourismusprojekt zu vereinen**. Als Folge davon werden die Kantone im Tourismusbereich besser zusammenarbeiten. Der Austausch ist mit dem Gästival lanciert worden, er funktioniert einwandfrei. Das Denken über die Kantongrenzen hinaus ist ein zentrales Fundament einer erfolgreichen Destinationsvermarktung – den Gast interessiert es nicht, in welchem Kanton er sich befindet, nimmt er doch die Schweiz, insbesondere die Zentralschweiz, als klein wahr.
- Drittens wurden **nachhaltige Projekte lanciert**, die fort dauern werden. Die Tourismusgeschichte der Zentralschweiz wurde aufgearbeitet und liegt für alle Interessierten vor – nicht nur in Textform, sondern zum Beispiel auch als App auf dem neu lancierten Waldstätterweg. Dieser wird durch eine Trägerschaft begleitet und instand gehalten. Ein wichtiger Schritt war zudem die Neulancierung des Tell-Passes. Ein gutes, schon lange bestehendes Produkt wurde überarbeitet und noch besser gemacht. Auch die Friendly Hosts werden ihren Einsatz in der Zentralschweiz ab dem Frühling 2016 wieder aufnehmen. Ebenso planen einzelne Projektorganisatoren der Mitmachkampagne weitere gastfreundliche Austausche. Und nicht zuletzt wurde die Seerose mit dem Verein MuTh in eine blühende Zukunft überführt, die auch den Tourismus in der Region Weggis-Vitznau-Rigi stärken wird. Seitens der Zentralschweizer Gemeinden und Kantone wurde bereits ein Interesse an der weiteren, längerfristigen Verwendung der Seerose signalisiert. Wir sind gespannt und freuen uns auf einen Besuch im 2016, diesmal aber als Gäste!

Die enorme Wirkung des Projekts wurde mit der Nomination zum Milestone-Award, dem bedeutendsten Tourismus-Preis der Schweiz, bewiesen. Der Schweizer Tourismuspreis ernannte das Gästival in der Kategorie «herausragendes Projekt» zu den 10 besten Projekten des Jahres 2015. Zudem wurde das Projekt vom Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) in den Kreis der «beispielhaften NRP-Projekte» aufgenommen.

Die Stärkung der Gastfreundschaft in der Zentralschweiz soll langfristig, auch nach Abschluss vom Gästival, weitergeführt werden.



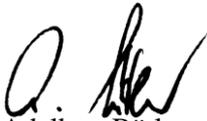
9. Dank

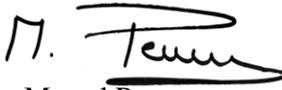
Ein herzlicher Dank gilt allen Partnern des Gästivals. Ohne die finanzielle Unterstützung der Zentralschweizer Kantone Luzern, Uri, Schwyz, Ob- und Nidwalden wie auch des Seco, wäre das Gästival nicht möglich gewesen. Wir danken für den Glauben an die Wirkung des Projekts!

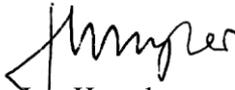
Ein ebenso grosser Dank gilt Partnern und Sponsoren, die uns teils bereits sehr früh ihr Vertrauen schenkten. Gerne erwähnen wir die Projekt-Partner namentlich: Albert Koechlin Stiftung (Waldstätterweg), Bucherer, Embassy und Gübelin (Zeit-Reise), Bild+Ton, Feldschlösschen, Helvetia Versicherungen, Kibag, Manor und Raiffeisen Schweiz (Seerose) und das Park Hotel Vitznau, PostAuto Schweiz und Tavolago. Einen riesen Dank an Projekt-Partner, Medien-Partner, Sponsoren, Ticket-Partner und Gönner.

Ein grosses Dankeschön geht aber auch an alle Unterstützer und Helfer! Seien das die Visionäre in der ersten Stunde des Projekts, die strategischen Denker oder die operativen, fleissigen Bienen, die ein Projekt dieser Grösse erst ermöglichten. Angefangen beim Verein gilt ein grosser Dank dem Vorstand und den Mitgliedern, die immer an das Projekt glaubten, dem Beirat, der mit vielen Ideen und auch kritischen Inputs dem Projekt zur Blüte verhalf, das Kernteam, das jeden Donnerstagnachmittag mit Witz und Scharfsinn die Traktanden abarbeitete.

In stiller Dankbarkeit gedenken und danken wir Armin Meienberg, der im April des Jubiläumsjahres 2015 noch vor Eröffnung der Seerose völlig unerwartet an einem Herzversagen verstarb.


Adelbert Bütler
Präsident


Marcel Perren
Tourismusdirektor


Jost Huwyler
Projektleiter


Beat Heuberger
Projektleiter



Offizielle Partner

 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Projekt-Partner

Waldstätterweg  ALBERT KOECHLIN STIFTUNG	Seerose  B+T BILD+TON	 FELDCHLÖSSCHEN	WEITERE PROJEKTE  BUCHERER	 EMBASSY
 helvetia	 KIBAG	 GÜBELIN	 PARK HOTEL VITZNAU	
Gastronomie  TAVOLAGO	 MANOR	 RAIFFEISEN	 PostAuto	

Medien-Partner



Sponsoren

 Europcar	 FREY+CIE	 gammaPrint	 HOCHSCHULE LUZERN	 JÖRG LIENERT	 Julius Bär
 KRONOSWISS	 LIGNO	 LUZERN FIBRE	 MIGROS kulturprozent	 modul.CP	 pwc
 sbrinz	 SCHÖNENBERGER	 SECURITAS	 ViaStoria	 VIER WALDSTÄTTERSEE	 Zentralschweiz

Gönner

3-D-Art AG | 3D Animation Andy Meyer | All-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 | OPES AG | Rütli-Stiftung | Scherler AG | Schlosserei Andreas Rohrer AG | Schreinerei Zangger GmbH | Stadt Luzern Kulturförderung | Swiss Life AG | Thermoplan AG | Tiefgarage Bahnhofplatz AG | Vebeo Services AG | Verkehrshaus der Schweiz | WC-Express Bucher | WELCOME Immobilien AG

Tickets und Anreise zur Seerose

