

ÜBER DEN WERT DES HISTORISCHEN

TOURISMUS UND HISTORISCHE HOTELS

von Marcus Casutt (Text)

1863 fand die erste organisierte Gruppenreise durch die Schweiz statt. Die von Thomas Cook durchgeführte «First Conducted Tour of Switzerland» markierte den Beginn der touristischen Epoche. Das

Interesse galt in erster Linie der monumentalen Landschaft, den unmittelbaren Naturerlebnissen. Mächtige Berge, Gletscher und Seen, Schluchten und Sonnenaufgänge wurden bewundert. Aber Cooks Touristen besuchten auch Baudenkmäler: In Luzern waren es konkret die Kapellbrücke, die Hofkirche und das Löwendenkmal.



Das Kurhaus Bergün ging mit der 1903 in Betrieb genommenen Albula-Bahnlinie in Planung. 1906 erfolgte die Eröffnung des Grandhotels, das aus der Feder des bekannten Zürcher Architekten Jost Franz Huwyl-Boller stammte.

Bereits die viel zitierte Grand Tour des europäischen Bildungsbürgertums war nicht einfach eine Reise zu Land und Leuten, sondern sie war der Kunst und Architektur aus früheren Zeiten gewidmet. Und der anschliessend aufkommende Tourismus im späteren 19. Jahrhundert interessierte sich für Natur, Kultur und eben auch Architektur. Die Unterkünfte waren zu jener Zeit – nach ausländischen Massstäben – sehr bescheiden. In der Folge begann die grosse Ära des Hotelbaus in der Schweiz: Von 1860 bis 1914 bauten viele herausragende Architekten die Beherbergungsinfrastruktur in der Schweiz auf. Es entstanden grosse Hotels, Sanatorien,

Berghäuser und die ersten Berghütten. Das Hotel als Baugattung entwickelte sich rasch, und es war bei Hotelbauten, wo die technischen Möglichkeiten der Zeit in Architektur umgesetzt wurden. Nachdem im Zweiten Weltkrieg die ersten Grandhotels bereits abgebrochen worden waren galten alte Hotels während Jahrzehnten als Sanierungsfall. Anfang 21. Jahrhundert sind diese Bauten Symbole für die Blütezeit im Tourismus. Generell hat in unseren Freizeitaktivitäten das Echte und Authentische an Wert gewonnen. In der globalisierten Tourismuswelt verzeichnen historische Gasthäuser neben Designhotels die gegenwärtig höchste Aufmerksamkeit. Aus der Pionierzeit des Tourismus be

sitzt die Schweiz eine Vielzahl von herausragenden Bauten, die heute wieder weit oben stehen in der Publikums-gunst. Diese Marktsituation ergibt sich nicht zufällig.

HOTELBAUTEN ALS WAHRZEICHEN

Die Schweiz ist auch in den Alpen als vom Menschen geformte Kulturlandschaft zu bezeichnen. Geprägt durch die 150-jährige touristische Nutzung, «möbliert» mit monumentalen Hotelbauten, Bahnanlagen oder Schiffen. Wurden noch in den 1950er-Jahren alte Hotels – so auf der Rigi – zugunsten des Landschaftsbildes abgebrochen, werden sie heute als weiterhin sichtbare «Landmarks» wahrgenommen. In der Gründerzeit des Tourismus wurden Hotels nicht zurückhaltend eingefügt, sondern prägnant in die Landschaft gesetzt. Im unmittelbaren Kontext mit der Umgebung wurde ein Mehrwert geschaffen. Das Hotel Waldhaus in Sils im Engadin thront auf einer Anhöhe im Wald über Dorf und See. Eingefügt in seine Umgebung, wirkt das Gebäude ebenso unverrückbar und unvergesslich wie die Landschaft. Unzählige Fotos untermauern dieses Bild, diese Symbiose von Bau und Landschaft.

HOTELBAUTEN ALS IDENTITÄTSSTIFTER

Der Fremdenverkehr ist heute als unverzichtbarer Wirtschaftszweig unserer Nation zu sehen. Hotellerie und Gastronomie besitzen dank den historischen Tourismusbauten ein allgemein bekanntes und vertrautes Gesicht. In einer Stadt wie Luzern bildet der Quai mit den grossen Hotels die Identitätskarte der Stadt. Herausragende Bauten dienen geradezu als Ikonen der Tourismusregionen und wirken identitätsstiftend. Die Anlagen des Fremdenverkehrs bilden die Infrastruktur unseres Landes und sind gleichzeitig Teil unseres Selbstverständnisses als Tourismusregion. Insbesondere mit den historischen



Das Grandhotel Giessbach mit Blick auf die gleichnamigen Wasserfälle und den Brienersee wurde 1873/1874 durch den französischen Architekten Horace Edouard Davinet erbaut. Die architektonische Eleganz des Ensembles im Einklang mit der Umgebung verhalf dem Hotel schnell zu weltweiter Bekanntheit.

Bauten verfügen Stadtmarketing und Tourismusverantwortliche über ein solides Fundament für Logiernächte und Werbung. Und das möglichst unverwechselbare Image eines Tourismusorts baut auf das Bild und die Geschichte seiner Gastronomie und Hotellerie. Nähme man aus Interlaken die Tourismusbauten weg, ständen wir auf der grünen Wiese.

HOTELBAUTEN ALS ERLEBNISORTE

Das Grandhotel Giessbach über dem Brienersee besteht nicht aus einem Gebäude allein. Zum Hotel gehört eine gestaltete Umgebung mit Standseilbahn, Chalet, Wegnetz und Parklandschaft.

Die Naturschönheiten werden durch den Bau erst inszeniert: Das Hotel im Berner Oberland ermöglicht frontseitig spektakuläre Ausblicke von hoch oben auf den Brienersee, seitlich auf die tosenden Giessbachfälle und rückwärtig in die Tiefe des Waldes. Die Architektur bietet hier Sinnesreize nach aussen und schlossartigen Luxus, Komfort und Behaglichkeit im Innern. Ein mächtiger Leuchter an der Decke, die Hoteldirektorin empfängt im Jugendstilkleid die Gäste: Das Hotel wird zum Erlebnisort. Solche Hotels bezweckten eine Inszenierung der naturgegebenen Attraktionen, also eine touristische Inwertsetzung des Ortes. Sie taten es zu ihrer Entstehungszeit, und sie tun es heute.

HOTELBAUTEN ALS ZEITMASCHINE

Viele der historischen Hotels stammen aus der Belle Époque und ermöglichen heutigen Gästen ein Eintauchen in die Vergangenheit. Sie bieten einen grandiosen Speisesaal, eine Table d'Hôte, mitunter aber auch einfache sanitäre Einrichtungen. Etwa das Bellevue des Alpes auf der Kleinen Scheidegg wurde ausgezeichnet für «die beispielhafte Erhaltung eines Hotels aus der Pionierzeit des Alpinismus und des Skisports». Vor der fantastischen Kulisse von Eiger, Mönch und Jungfrau können sich die Gäste in die Zeit der Erstbesteigung der Eigernordwand und der ersten Lauberhornrennen zurückversetzen. Das Haus funktioniert als eine echte Zeitmaschine. Eine Zeit ohne Lift, ohne Fernsehen und ohne Saunalandschaft – Dinge, die hier niemand vermisst. Knarrende Böden, Plüschsofas und frei stehende Badewannen wirken nicht alt, sondern authentisch.

HOTELBAUTEN ALS KULTURVERMITTLER

Hoch über Ascona und dem Lago Maggiore liegt der Monte Verità. Das dortige Hotel und Tagungszentrum ist ein seltenes Beispiel eines historischen Hotels aus der frühen Moderne. Der Bau ist ein kleiner Architekturlehrpfad, der den Gästen physisch die Ziele und Errungenschaften des «Neuen Bauens» vorstellt. Nackte Wände, unifarbene Böden, freie Sicht von innen nach draussen prägen das Haus. Schnörkellose Möbel sind selbstverständlich, darüber hinaus gelingt hier die unmittelbare Vermittlung der Postulate der Moderne zu Licht und Luft. Mindestens für Architekturtouristen ist hier auch der Speisesaalbau als ein Musterstück für Gegenwartsarchitektur bemerkenswert.

ARCHITEKTUR ALS LEBENDIGE GESCHICHTE

Im Restaurant zum Goldenen Schäfli in St. Gallen wirkt die Zunftstube mit go-

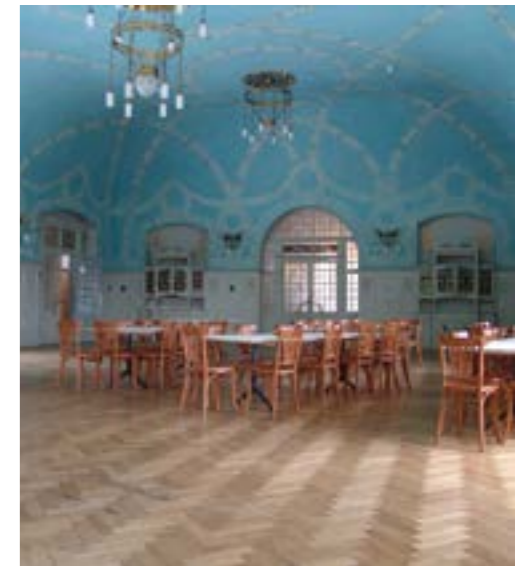
tischer Decke und schräg abgesenktem Boden wie ein Bote aus einer anderen Zeit. Ein prächtiger Kachelofen aus dem 18. Jahrhundert strahlt Gastlichkeit aus. Allerdings ist nicht selbstverständlich, dass der reibungslose Betrieb dieses einzigartigen Gastraumes funktioniert. Die Infrastruktur in der schmalen Altstadt liegtenschaft ist über vier Geschosse verteilt. Das historische Haus erschwert viele Abläufe, die Auflagen für die Gastronomie von Hygiene bis zu Luftreinigung sind zahlreich. Der Mehrwert durch den historischen Bau wiegt dies aber alles auf und ist schlicht nicht bezahlbar. Im Gasthaus ist wichtig, was auf den Teller kommt – aber schmeckt es nicht besser in dieser Stube?

Bitte keine Missverständnisse: Architektur allein bringt in Hotellerie und Gastronomie keinen Erfolg. Die geballte Ladung an gebauter Historie muss auch von gelebter Historie begleitet sein. Entscheidend sind immer der Betrieb und die Menschen dahinter. Die Führung eines historischen Hauses beruht auf Arbeit und Glaubwürdigkeit – letztlich auf hoher Qualität des Angebots. Es hilft, wenn die Mitarbeitenden 30 Dienstjahre aufweisen oder die Besitzerfamilie das Haus in fünfter Generation führt.

HISTORISCHE HOTELS ALS ÖKONOMISCHER WERT

Historische Hotels besitzen, was sich alle Touristiker wünschen: ein überaus wertvolles Alleinstellungsmerkmal. Und Einzigartigkeit lässt sich erfolgreich vermarkten. Das Hotel Schatzalp ob Davos konnte nach der Auszeichnung zum «historischen Hotel des Jahres» die Übernachtungen um gut ein Drittel steigern. Das Credo der Hotelière lautete: Unser Trumpf ist das Haus, seine Lage, nicht der Kaviar.

Originale Bausubstanz ist nicht nur eindrücklich, sondern geschäftsfördernd. Auch bietet sie den Betreibern einen Ausweg aus der Investitionsfalle. Investitionen sind gewiss nötig, wirken aber



Im Jahr 2012 erhielt das Kurhaus Bergün, das zuvor auf vorbildliche Weise renoviert und als wertvolle Jugendstilperle für die heutige Zeit fit gemacht wurde, die Auszeichnung als «historisches Hotel des Jahres».

nachhaltig. Denn sicher ist konstantes Pflegen und Restaurieren eines Altbaus nicht billig, aber immer noch günstiger als die wiederkehrende Neuein- und Neuausrichtung eines Betriebes alle 15 bis 20 Jahre. Ein historischer Speisesaal ist nachhaltiger zu betreiben als eine Wellnesslandschaft. Und der Verkauf von ewigen Werten ist günstiger als das andauernde bauliche Umsetzen von Trends. ▲▲▲

Die Bilder der historischen Hotels stammen aus dem Buch «Berghotels», das im Verlag Hier und Jetzt erschienen ist. Buchbesprechung auf Seite 70. www.hierundjetzt.ch