

Datum: 19.06.2015

NEUE  
**LUZERNER ZEITUNG**



Hauptausgabe

Neue Luzerner Zeitung  
6002 Luzern  
041/ 429 51 51  
www.luzernerzeitung.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 73'088  
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 375.013  
Abo-Nr.: 1071803  
Seite: 21  
Fläche: 77'247 mm<sup>2</sup>

# «Wir müssen besser werden»



Gästival-Präsident Adelbert Bütler auf der Seerose in Beckenried, kurz bevor die schwimmende Bühne nach Luzern geschleppt wurde.

Bild Corinne Glanzmann



Hauptausgabe

Neue Luzerner Zeitung  
6002 Luzern  
041/ 429 51 51  
www.luzernerzeitung.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 73'088  
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 375.013  
Abo-Nr.: 1071803  
Seite: 21  
Fläche: 77'247 mm<sup>2</sup>

## ZENTRALSCHWEIZ Als touristischer Gastgeber ist unsere Region bloss durchschnittlich. Gästival-Präsident Adelbert Bütler plädiert für verstärkte Kooperation der Kantone.

INTERVIEW JÉRÔME MARTINU  
jerome.martinu@luzernerzeitung.ch

*Adelbert Bütler, für die Bewohner unserer Region ist der Tourismus Alltag, mit all seinen Sonnen- und Schattenseiten. Das Gästival feiert die 200-jährige Tourismusgeschichte der Zentralschweiz und die Gastfreundschaft. Warum soll sich ein Einheimischer nun auch noch für das Gästival interessieren?*

**Adelbert Bütler\*:** Vor allem aus zwei Gründen: Erstens ist man sich der Bedeutung des Tourismus für unsere Region zwar bewusst – aber teilweise zu wenig stark. 200 Jahre Tourismusgeschichte: Bergbahnen, die grossen Hotels, das KKL, das alles gäbe es nicht ohne Tourismus.

*Und zweitens...*

**Bütler:** ...weil wir uns künftig viel stärker als Ganzes, als Erlebnisregion Zentralschweiz, verstehen müssen. Es soll nicht jeder Kanton in der touristischen Vermarktung für sich selber schauen, das ist nicht mehr zeitgemäss. Reisende halten heute, wenn sie etwa wandern, biken, golfen wollen, Ausschau nach einer grossen Region.

*Das Gästival-Kernstück – die Seerose – ist in Luzern nun seit drei Wochen in Betrieb. Nach dem Wochenende zieht die schwimmende Bühne nach Stansstad. Wie sieht die erste Zwischenbilanz des Präsidenten aus?*

**Bütler:** Wir sind sehr zufrieden, unser Projekt kommt im Publikum sehr gut an.

*Wie viele Besucher gabs bisher?*

**Bütler:** Bis dato hatten wir rund 15 000 Besucher auf der Seerose, 900 pro Tag. Das entspricht voll unseren Erwartungen. Ich erhalte überwiegend positive Rück-

meldungen. Etwa das Dankeschreiben eines Familienvaters, der mit seinen Kinder erstmals ein Jodelkonzert und ein Bläserquartett besuchte und meinte, das wäre ihm ohne Seerose nie gelungen.

*Die Seerose polarisiert – von «grossartig!» bis «schrecklich!» ...*

**Bütler:** Dass Meinungen auseinandergehen, ist legitim. «Schrecklich» habe ich aber noch nie gehört, «grossartig» und «einmalig» hingegen sehr häufig. Wir haben bewusst etwas Originelles, Einmaliges kreieren wollen, dies als Kontrast zu einer «normalen» Festhütte oder -bühne.

*Nichtsdestotrotz: Es gibt auch Schwierigkeiten. Zwar sind die Seerose-Produktionen Freiluft-Veranstaltungen, die drei wetterbedingten Abbrüche sties- sen aber nicht überall auf Verständnis. Und die Abdeckung über der Bühne hält heftigen Regenfällen nicht stand.*

**Bütler:** Die Probleme gabs, es waren aussergewöhnliche Wettersituationen, und wir mussten tatsächlich nachbessern. Bei einem Freiluft-Anlass – und als solcher ist das Seerose-Programm überall deklariert – lernt man auch stetig dazu. Reaktionen an unsere Adresse gab es bislang 22, davon 9 wegen der Abbrüche. Das sind verhältnismässig wenige.

*Die erste von fünf Aufführungen der Obwaldner Eigenproduktion «Der ewige Hund am Ball der Bärtigen» war entgegen der Ankündigung eine geschlossene Vorstellung für einen Sponsor. Die Obwaldner Kulturkommission wusste bis am Veranstaltungstag nichts davon (Ausgabe vom 2. Juni). Ist der Konflikt inzwischen gelöst?*

**Bütler:** Wir suchen derzeit eine Lösung, diese Vorstellung ein zusätzliches Mal ins Programm aufzunehmen. Ein paar wenige Reservedaten gibt es noch.

*Das Budget für das Gästival ist beachtlich: 8,2 Millionen Franken, auch der Bund und die fünf Kantone Luzern, Nid-, Obwalden, Schwyz und Uri steuern 3 Millionen bei. Wie schwierig war es, das Geld zusammenzubringen?*

**Bütler:** Es war tatsächlich eine ganz gros-

se Herausforderung. Wir legten vor rund vier Jahren mit dem Projekt los, natürlich hat niemand auf das Gästival gewartet, und am Wirtschaftshimmel sind Wolken aufgezogen. Dass wir genügend Sponsoren aus Privatwirtschaft, Stiftungen und Kantonen gefunden haben, werte ich als starkes Signal gegenüber dem Tourismus.

*Wie gross ist das finanzielle Risiko?*

**Bütler:** Wir sind im Budget. Die Einnahmen aus den Eintritten und weiteren Jubiläumsaktivitäten sind die schwer kalkulierbaren Faktoren. Hier rechnen wir mit rund 650 000 Franken Einnahmen. Spielt das Wetter mit, werden wir dieses Ziel erreichen.

*Das Seerose-Programm ist sehr breit: Volksmusik, Historisch-Touristisches, Comedy, Klassik, Rock, Pop, Jazz bis hin zu den theatralisch-musikalischen Eigenwerken «Carte Blanche» aus Luzern, Nid- Obwalden, Schwyz und Uri. Warum dieses Sammelsurium?*

**Bütler:** Es ist kein Sammelsurium, sondern zeigt die Breite und Vielfalt des Kulturschaffens in der Zentralschweiz. Wir wollen kein Spartenpublikum ansprechen, sondern die breite Bevölkerung. Im Zentrum des Gästivals steht schliesslich die Gastfreundschaft. Und darum ist auch der Eintrittspreis für die Seerose mit 15 Franken so tief angesetzt. Die Besucherfrequenzen zeigen, dass wir richtig liegen.

## «Wir sind nur Durchschnitt in der Zentralschweiz.»

ADELBERT BÜTLER,  
GÄSTIVAL-PRÄSIDENT, ZUR  
GASTFREUNDSCHAFT

*Auf der Seerose herrscht bis am 4. Oktober Betrieb. Zudem tragen während des ganzen Jahres auch 100 sogenannte Mitmachprojekte den Stempel «Gästival». Das Spektrum reicht von Kultur, Sport, Vereinswesen über Tourismusaktionen bis Fasnacht. Darunter sind Projekte, die sonst auch statt-*





Hauptausgabe

Neue Luzerner Zeitung  
6002 Luzern  
041/ 429 51 51  
www.luzernerzeitung.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 73'088  
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 375.013  
Abo-Nr.: 1071803  
Seite: 21  
Fläche: 77'247 mm<sup>2</sup>

*finden, etwa die Freilichtspiele auf Tribtschen. Wurde hier nicht zu viel programmiert?*

**Bütler:** Mir sind bis dato keine negativen Reaktionen bekannt. Wir haben dort Mitmachprojekte lanciert, wo Synergien zum Tourismus und der Gastfreundschaft zu erwarten sind. Nebst der Breite decken wir mit den Mitmachprojekten auch das ganze Jubiläumsjahr und die ganze Region ab.

Den Einheimischen soll also ganz zentral der Wert der Gastfreundschaft vermittelt werden. Steht es denn wirklich so schlecht um unsere Fähigkeiten als Gastgeber? Die Zahl der Logiernächte in unserer Region kennt nur eine Richtung: nach oben. Der Tourismus generiert in Luzern über eine Milliarde Franken Wertschöpfung.

**Bütler:** Wir sind nur Durchschnitt in der Zentralschweiz. Aber wir müssen besser werden als der Rest der Schweiz! In Bewertungen ist der wichtigste Faktor stets das Preis-Leistungs-Verhältnis, dann folgt der Verkehr. Und schon an dritter Stelle folgt der weiche Faktor Gastfreundschaft. Touristen in unserer Region sagen nicht, sie seien unzufrieden. Aber es gibt hier zweifellos noch viel Verbesserungspotenzial, wie auch die eben veröffentlichte Studie der Hochschule Luzern zeigt (siehe Kasten; d. Red.). Es muss nicht der Wiener Schmah sein, wir sind ja Schweizer. Jüngst war ich in Japan, wo man für Zurückhaltung bekannt ist. Aber wie ich dort im Hotel empfangen wurde! Trinkgelder sind in Japan gar verpönt.

*Weil die Gastfreundschaft so zentral ist, haben Sie nach den ersten Tagen reagiert und das 15-Franken-Ticket für die Seerose mit einem Getränkegutschein versehen?*

**Bütler:** (schmunzelt) Eben, wir lernen dazu. Die Geste ist extrem gut angekommen.

*Ist ein Wert wie die Gastfreundschaft überhaupt vermittelbar?*

**Bütler:** Wir versuchen auf den verschiedensten Ebenen, die Botschaft in den Köpfen zu verankern. Das Gästival ist auf

Langzeit angelegt: der neu angelegte Waldstätterweg, die Touristenbotschafter Friendly Hosts, das Transport-Billett Tell-Pass.

*Entscheidend ist die Nachhaltigkeit...*  
**Bütler:** ...und darum haben wir bewusst kein Abschlussfest programmiert.

*Die Seerose zieht nun weiter nach Stansstad. Was wünschen Sie sich am meisten für den weiteren Verlauf?*

**Bütler:** Dass die Seerose als Zentrum der gelebten Gastfreundschaft auch an allen fünf weiteren Standorten die Festfreude entfacht und der Gästival-Gedanke weiterlebt. Ich bin stolz, dass wir mit einem einzigartigen Festival etwas bewegen können. Ein Tourismusprojekt mit offizieller Beteiligung aller fünf Vierwaldstättersee-Kantone: Das hat es noch nie gegeben. Hier ist die Basis für eine weitere erfolgreiche Zusammenarbeit gelegt worden.

\* **Adelbert Bütler** (68) ist Präsident des Gästivals. Von 2001 bis 2003 und von 2007 bis 2014 amtierte er als Verwaltungsrat der Luzern Tourismus AG (davon 2009 bis 2014 als Präsident). Der Seetaler Bütler war CEO der Bucherer AG (1995 bis 2009). Seinen beruflichen Werdegang startete er als Kaufmann im Detailhandel; so arbeitete er 30 Jahre für Manor, etwa als Chefeinkäufer und Mitglied der Konzernleitung.

Weitere Infos: [www.gastival.ch](http://www.gastival.ch)

## Wer zufrieden ist, bleibt länger

**STUDIE** jem. Mehr Freundlichkeit, Herzlichkeit sowie Wertschätzung und Respekt – das wünschen sich die Besucher der Zentralschweiz, wie eine neue Studie der Hochschule Luzern – Wirtschaft (HSLU) zeigt (Ausgabe vom 10. Juni). Die HSLU untersuchte in den letzten Monaten, wie es um die hiesigen Gastgeberqualitäten bestellt ist. Rund 1500 Touristen, Einheimische und Vertreter der Tourismusbranche wurden befragt.

Auffällig: Während 48 Prozent der Gäste die Gastfreundschaft zu den

relevantesten Buchungsfaktoren zählen, sind es bei den Touristikern lediglich 26 Prozent. «Die Branchenvertreter unterschätzen, wie wichtig Gastfreundschaft für Touristen ist. Das ist problematisch», hält HSLU-Projektleiter Jürg Stettler fest. Gastfreundschaft sei ein Wettbewerbsfaktor: «Gäste, die das Gefühl vermittelt bekommen, willkommen zu sein, sind zufriedener, bleiben länger, geben mehr Geld aus, kommen häufig wieder und empfehlen den Ort weiter.»

Infos: [www.hslu.ch/wirtschaft](http://www.hslu.ch/wirtschaft)