

REMEMBER LUCERNE – TOURISMUS GESTALTEN

Eine Ausstellung des Historischen Museums Luzern
in Kooperation mit der
Hochschule Luzern – Design & Kunst
27. September 2013 – 9. März 2014

Die schönsten Tage im Jahr: Sie wollen gut gestaltet sein, so dass wir sie in vollen Zügen geniessen können und uns später gerne an sie erinnern. Als Touristen sind wir anspruchsvoll, haben genaue Vorstellungen und einen besonderen Blick. Das wussten die Gastgeber schon in der Belle Epoque und haben Aussichtsterrassen gebaut, Sehenswürdigkeiten erfunden, Berge erschlossen und Souvenirbazare eröffnet. Heute stellt der Tourismus das Design vor neue Herausforderungen. Welches sind die touristischen Bedürfnisse der Zukunft? Was macht Luzern attraktiv und exklusiv? Und wie kann Design dazu beitragen?

Die Ausstellung REMEMBER LUCERNE im Historischen Museum Luzern zeigt Entwürfe von jungen Designerinnen und Designern und kommentiert diese mit Objekten und Themen aus der Blütezeit des modernen Tourismus im 19. Jahrhundert.

Lucerne University of
Applied Sciences and Arts

**HOCHSCHULE
LUZERN**

Design & Kunst
Technik & Architektur



Exemplar bitte zurücklegen!
Verkauf an der Kasse Fr. 2.-

CORPORATE DESIGN

Kapellbrücke und Wasserturm machen Luzern unverkennbar. Doch wie sehen die Luzerner ihr Wahrzeichen? Zehn Passanten haben die Brücke aus der Vogelperspektive skizziert; der Durchschnitt ergibt ein Modell – und das Bildsymbol für die Ausstellung REMEMBER LUCERNE.

AUSSICHT – VIEW

Aussichtsterrassen gehören seit den Anfängen des Fremdenverkehrs im 19. Jahrhundert zur Ausstattung des touristischen Raums. Von hier aus bestaunen die Reisenden hohe Berggipfel und rauschende Wasserfälle. Die Alpenwelt, lange als schrecklich und gefährlich wahrgenommen, wirkt aus sicherer Distanz erhaben und ergreifend.

Eine Projektion auf Grossleinwand zeigt Bilder aus einem Stadtspaziergang durch Luzern: gewohnte und ungewohnte Blicke auf Sehenswürdigkeiten, die seit 200 Jahren zur Landkarte des Welttourismus gehören.

MUSEUMSSHOP

Reiseandenken bewahren unsere Erinnerungen an schöne Ferientage und trösten als Mitbringsel die Daheimgebliebenen. Sie gehören zu den ältesten seriell hergestellten Produkten überhaupt. Doch schon früh gibt ihre gestalterische Qualität Anlass zu Diskussionen. 1880 bezeichnet Mark Twain Luzern als Andenkenrödelmarkt und schimpft über die unsorgfältig gemachten Miniaturen des Löwendenkmals.

In den 1950er-Jahren zeichnet das Label Bel Ricordo gute Schweizer Reiseandenken aus und versucht die Touristen geschmacklich zu erziehen – mit mässigem Erfolg. Nach wie vor dominiert der so genannte Andenkenkitsch den Markt.

Viele Souvenirartikel stammen nicht aus der Schweiz, sondern aus dem Fernen Osten. Seit 1914 und bis heute werden regelmässig Wettbewerbe ausgeschrieben, um Alternativen zu Produkten made in China zu finden. Im Museumsshop bietet der DESIGNOMAT solche ganz speziellen Andenken an.

FUSSREISEN

Über Jahrhunderte reiste der gewöhnliche Mensch – wenn überhaupt – auf Schusters Rappen. Erst mit dem Ausbau von Strassen und Pässen und der Verbreitung von Eisenbahn und Dampfschiff im 19. Jahrhundert beginnt sich das Reisetempo zu beschleunigen. Heute scheint es uns selbstverständlich, nach einer Stunde Flug in London, Paris oder Berlin auszusteigen, um dort das Wochenende zu verbringen.

Drei Stationen, verteilt auf die drei Etagen des Museums, nehmen das Thema der Fussreise auf. Sie zeigen Entwürfe, die auf Wanderungen in der Region Luzern zurückgehen. Inspiriert von den Felswänden auf dem Gipfel des Pilatus, von wechselnden Wetterstimmungen und von der Kulturlandschaft des Luzerner Hinterlands sind Objekte entstanden, die zum Gehen anregen.

REISESPIELE – REPLAY

Als Kulturtechnik muss das touristische Reisen erlernt werden wie das Schreiben oder Lesen. Spiele aller Art zeigen den Kindern, was dazu gehört: Koffer packen, Geld wechseln, Fahrkarten kaufen, verschiedene Verkehrsmittel besteigen, Sehenswürdigkeiten besuchen, Landschaften bestaunen, auswärts essen und übernachten, Abenteuer überstehen...

Ein frühes Beispiel ist das seit 1880 in vielen Varianten aufgelegte Brettspiel «Reise durch die Schweiz». Ernst Keyser-Cramer (1853–1926) hat dieses Spiel für seine Enkel angepasst: In der «Züri-Reise» entwirft er einen Ausflug, der Zeittypisches mit

Familiengeschichte verknüpft. Das «Schweizer Bilder-Lotto», ein ebenfalls schon in der Belle Epoque beliebtes und weit verbreitetes Gesellschaftsspiel, kombiniert Bilder wichtiger touristischer Orte mit kurzen Merkversen.

Heutige Schweiz-Spiele verbinden Spannung mit Hintergrundwissen: Die Pokerkarten von «Play Switzerland» vermitteln harte Fakten. Im Brettspiel «Helvetiq» (auszuprobieren in der Spielecke im 1. Stock des Museums) gilt es knifflige Fragen zu beantworten und glücklich zu würfeln.

SCALING MEMORIES

Souvenirs zeigen lokale, zumeist architektonische Wahrzeichen in miniaturisierter Form. Dabei folgen sie bestimmten, überall identischen Gestaltungsprinzipien: Jedes Souvenir ist anders, alle Souvenirs sind gleich.

Tabea Guhl kauft solche Andenken, wo immer sie hinreist. In ihrer Installation sehen wir die Welt im Kleinen und in überraschender Zusammensetzung: Es entsteht eine neue Stadt. Parallel dazu präsentieren digitale Bilderrahmen nicht Ferienfotos, sondern endlose Wortreihen aus den teils skurrilen, auf den Souvenirobjekten angebrachten Bezeichnungen. Das Spiel mit den Wahrzeichen und ihren Namen bringt vermeintlich Bekanntes ins Wanken.

UNTERWEGS – ON THE ROAD

Wer reist, muss sich ausrüsten. Das Tintenfass darf nicht auslaufen, Trinkbecher und Besteck sollen im Gepäck möglichst wenig Platz beanspruchen. Schirme schützen vor der stechenden Bergsonne, Wanderstöcke vor Fehlritten an steilen Hängen. Und damit beim Dinner im Grand Hotel Hemd und Bluse faltenlos sitzen, kommt auch das Bügeleisen mit auf die Reise.

Findige Gestalter haben in der Belle Epoque die Urmodelle zu all den Ausrüstungsgegenständen entworfen, die wir heute in zahlreichen und ausgeklügelten Varianten im Fachhandel finden. Für die Zukunft schlagen junge Designer/-innen zum Beispiel eine urbane Picknicktasche vor oder eine Rückentrage, die auch als Sitzmöbel dient.

ÜBER NACHT – OVERNIGHT

Im Hotelzimmer finden Reisende ein vorübergehendes Zuhause. Die Entwürfe angehender Designer/-innen bespielen diesen intimen, fast privaten Raum, und sie spielen mit der Tatsache, dass Diebstahl im Hotel als Kavaliersdelikt gilt. Die ungewöhnliche Pyjamahose, der Luzerner Kleiderbügel, das praktische Serviertablet – einpacken oder hier lassen?

Touristen stehlen aber nicht nur, sie werden auch bestohlen. Die Vitrine mit historischen Gegenständen dokumentiert, wie Bares unterwegs vor Verlust geschützt werden kann: In der «Geldkatze», einem Gürtel mit verdecktem Innenfach, lassen sich neben Geld auch wichtige Unterlagen wie Pässe oder Empfehlungsschreiben unterbringen.

Ein weiteres seit der Frühzeit des Tourismus wichtiges Thema ist die Hygiene unterwegs. Alles für die Körperpflege Notwendige findet im Necessaire Platz. Wie bei anderen Ausrüstungsgegenständen gilt auch hier: je kleiner, desto besser.

SEHENSWERT – LOOK & GAZE

Erst die romantische Sicht der Reisenden im späten 18. Jahrhundert macht die Schweizer Alpen sehenswert und zur touristischen Attraktion. Bald schon führt der neue Blick zu spezifischen Bildern, den Veduten oder «Vues», die als Andenken reisenden Absatz fanden und in hohen Auflagen hergestellt wurden.

Bis heute prägen diese frühen Ansichten die Art und Weise, wie sich die Schweiz als Tourismusdestination verkauft.

Eine Auswahl solcher Bilder von Luzern und seiner Umgebung zeichnet den touristischen Blick und seine mediale Gestaltung nach – von der kolorierten Umrissradierung über Fotografie und Tourismusplakat bis zu Postkartenserie und Diaschau.

Besondere Gerätschaften unterstützen den Blick der Touristen vor, während und nach der Reise. Führer klären darüber auf, wo Sehenswertes zu finden ist. Feldstecher machen jedes Detail sichtbar. Fotografische Kameras dienen der touristischen Beweisführung. Der Stereograph holt die ganze Welt in dreidimensionaler Qualität in die gute Stube.

Landschaftsansichten waren im frühen Tourismus so wichtig, dass sie auch im Kleinstformat gestaltet wurden: Winzige Glaskörper enthalten Bildchen von Städten und Sehenswürdigkeiten, die dem Betrachter einen Blick in die Ferne öffnen. Benutzt wurden sie zur Zierde von Federhaltern oder Brieföffnern.

Einen anderen Blick auf die Schweiz haben indische Touristen. Im Fotostudio auf dem Titlis werden sie für ein Erinnerungsbild zu Sennen, Kuhhirten, Jägern oder Trachtenmädchen. Der Film MOUNT OF INDIA von Flavia Caviezel beobachtet diese Transformation, ohne Kommentar und mit ethnographischer Schärfe.

SWISS HOUSE

Im 19. Jahrhundert gilt das traditionelle Schweizer Holzhaus dem europäischen Adel als Inbegriff des romantischen Lebens im Gebirge. Wer es sich leisten kann, schmückt seinen Landsitz mit einem Swiss House, so zum Beispiel die britische Königin Victoria. Auch in Schweizer Städten stösst der Chaletstil auf Anklang: Er symbolisiert im noch jungen Bundesstaat Heimatverbundenheit und Nationalstolz.

Für Reisende mit kleinerem Budget stellen die Brienzer Schnitzler ab 1850 Schweizerhäuschen in allen Grössen und vielerlei Varianten her, transportsicher verpackt in hölzernen Schachteln. Die Zunahme des Fremdenverkehrs führt um die Jahrhundertwende auch zu zunehmendem Preisdruck – und damit zu abnehmender handwerklicher Qualität.

Die Souvenirchalets stammen aus dem Archiv der Firma Ed. Jobin AG, die bis 1914 auch eine Filiale in Luzern betrieben hat und heute das Schweizer Holzbildhauerei Museum beherbergt.

Architekturfotografin Andrea Helbling hat für REMEMBER LUCERNE Chalets porträtiert, wie sie bis heute im städtischen Raum zu finden sind. Eigenwillige Gebäude, meist mit reichlich Abstand zur Baulinie erstellt, umgeben von Grün, vom Abriss bedroht oder unter Denkmalschutz. Ihre dokumentarischen Bilder kommentieren die Blütezeit des Schweizerhausstils, ohne diesen zu verurteilen.

WASSERTURM

Das Wahrzeichen in der Reuss liefert dem Verkehrsverein – heute Luzern Tourismus – ein ideales Erkennungszeichen. Der Zeitgeist gestaltet das zeitlose Symbol immer wieder neu: schelmisch lächelnd als Pin, niedlich-kindlich als Handpuppe, nüchtern und sachlich als USB-Stick, dezent im Hintergrund als T-Shirt-Aufdruck, expressiv und bunt als Sujet für moderne Umhängetaschen.

3 H IN LUCERNE

Längst gehören Reisende aus China zum Luzerner Stadtbild. Viele von ihnen verbringen nur drei Stunden hier. Sie hetzen vom Schwanen- zum Löwenplatz, durch die Altstadt und über die

Kapellbrücke, knipsen unentwegt Ferienbilder, kaufen Uhren und Souvenirs – und schon heisst es weiterfahren Richtung Amsterdam oder Venedig.

Für diese Zielgruppe haben junge Designer/-innen eine Produktkollektion entwickelt und den Schwanenplatz neu gestaltet. Ihre Entwürfe spielen mit bekannten Sujets und gestalten sie neu – mit einem Augenzwinkern und viel Verständnis für die knapp bemessene Zeit.

ROOFTOP SURFING

Eine touristische Vision für Luzern: Auf den Dächern der Stadt übernachten, das Abendrot geniessen und mit dem Sonnenaufgang erwachen. Die Idee: Private stellen ihre Dachterrasse für Reisegäste zur Verfügung. Gebucht wird über eine Homepage; eine Produktkollektion unterstützt interessierte Anbieter dabei, ihre Dachterrasse als Gästezimmer einzurichten. Vielleicht schon morgen möglich?

MEHRZWECKWERK

Die Zunfthäuser gehören zu Luzern wie der Wasserturm und die Kapellbrücke. Sie verweisen auf eine Zeit, in der das nicht-kriegerische Reisen meist der Ausbildung diente und der Tourismus noch lange nicht erfunden war. Sie erzählen von handwerklichem Ehrgeiz und vom Austausch zwischen Meister und Gesellen.

MEHRZWECKWERK skizziert eine neue Zunft: Eine Zunft der vielen Disziplinen, die Tradition und Moderne verknüpft und deren Haus ein Ort der Begegnung ist. Eine neue Sehenswürdigkeit und ein Impulsgeber für das Design in der Region.

DOKUMENTATION ENTWURFSPROZESS DESIGN

Design meint Prozess und Ergebnis. Der Weg von der ersten Idee zum umsetzbaren Produkt ist lang und selten geradlinig. Skizzen von Hand und mit Hilfe des Computers, Modelle in unterschiedlichen Massstäben und Materialien, Variantenbildung, Vergleich und Neuanfang sind notwendig, um zu einem überzeugenden Entwurf zu kommen.

Die Dokumentationen geben Einblick in den Entwurfsprozess von Studierenden aus den Fachrichtungen Innenarchitektur, Materialdesign, Objektdesign und Textildesign. In interdisziplinären Arbeitsgruppen haben sie touristische Szenarien entwickelt, Farbwelten bestimmt, Bedürfnisse diskutiert, konzeptionelle Ansätze formuliert, Produktideen verworfen und entworfen. Für die Ausstellung REMEMBER LUCERNE hat eine Fachjury die besten Ergebnisse ausgewählt.

BROADCASTING SWISSNESS

Wie tönt die Schweiz? Kurze Zusammenschnitte aus der Radiogeschichte fangen die auch akustisch vielgestaltige Schweiz ein.

Schweizer Radio International komponiert in den 1950er- und 1960er-Jahren aus Feldaufnahmen Klangbilder, die bis heute überraschen: das Rattern und Dröhnen der Säntisbahn, ohrenbetäubendes Muhen und Glockengeläut am Combat des Reines oder das etwas sphärische Signet des PTT-Pavillons an der Expo Lausanne von 1964...

Auch die Flugunterhaltung der Swissair erinnert an die Zeit des Wirtschaftswunders, in der das touristische Reisen immer breitere Kreise erreicht hat. In ein- bis zweistündigen Features wurde das Erlebnis der Reisenden vor- und nachbereitet: sei es eine Gletscherlandung in einem Pilatus Porter, eine temporeiche Bobbahnfahrt in St. Moritz, oder Grasskifahren im Sommer – die Alpen

zeigen sich wiederholt als zentraler Tummelplatz touristischer Aktivitäten abseits der grossen Städte.

Begleitet waren die Sendungen bewusst von «typisch» schweizerischer Musik, vom Ländler über den Knabenchor bis hin zum Bödele, dem Taktschlagen mit den eigenen Füßen.

IMPRESSUM

Projektleitung: Sabine Leuthold, Franziska Nyffenegger,
Alexandra Strobel

Kuratorisches Konzept und Texte: Franziska Nyffenegger

Szenographie: Sabine Leuthold

Corporate Design: Tobias Eichelberger

Produktion: Cecilia Demarmels, Franz Wicki, Markus Wolf

Webdesign: fastseeders GmbH

Social Media: Cecilia Demarmels, Roger Levy

Film: Flavia Caviezel

Hörstation: Patricia Jäggi

Künstlerische Interventionen: Tabea Guhl, Andrea Helbling

PARTNER

Hochschule Luzern – Design & Kunst
Hochschule Luzern – Technik & Architektur
Hochschule Luzern – Musik
Hochschule Luzern – Wirtschaft

Luzern Tourismus
Transhelvetica

LEIHGEBER

Ed. Jobin AG Brienz
Luzern Tourismus
Memoriav, Verein zur Erhaltung des audiovisuellen Kulturgutes
der Schweiz
Museum für Gestaltung Zürich, Plakatsammlung
Schweizer Nationalphonothek
swissinfo.ch
Talmuseum Engelberg
Zürcher Hochschule der Künste, International Office

Martha Arbenz
Annemarie Hurschler
Trudy Illi-Gerber
Franziska Nyffengger
Jürg und Kathrin Nyffenegger



Audiovisuelle
Kulturgüter erhalten
www.memoriav.ch



Fonoteca Nazionale Svizzera
Phonothèque Nationale Suisse
Schweizer Nationalphonothek
Fonoteca Nazlunala Svizra
Swiss National Sound Archives

swissinfo.ch

JOBIN+
SCHWEIZER GESCHENKE SEIT 1835

LUZERN+
LUCERNE
DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.

TME TAL MUSEUM ENGELBERG
Dorfstr. 6-6390 Engelberg · Telefon 041 637 04 14 · www.talmuseum.ch