

Appenzellerland

Alpstein als Publikumsmagnet

Leere Hotelbetten im Tal, volle Bergwege: Der Tourismus im Appenzellerland ist ambivalent – und hat eine lange Tradition.

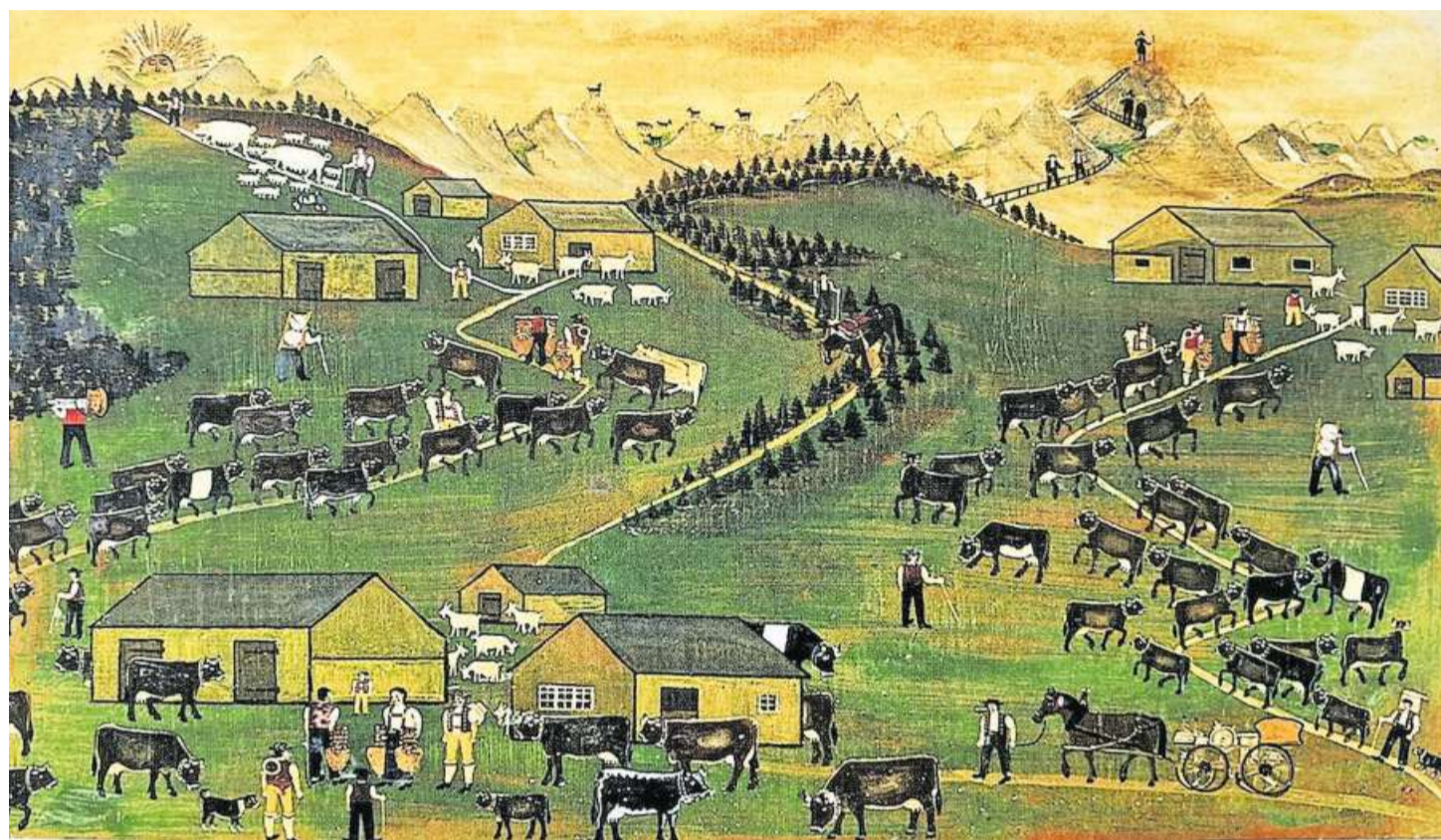
Stefan Sonderegger*

Die Situation im appenzellischen Tourismus ist komplex. Einerseits klagen die kleineren Hotels über leere Betten. Andererseits ist das Appenzellerland als Destination so beliebt, dass im Alpstein zuweilen Zustände herrschen, die an Overtourism erinnern: Parkplatzprobleme, wildes Campieren, Abfall, zunehmendes Mountainbiking, Flipfloptagestouristen auf Bergwegen – das belastet die Natur, die Polizei und Rettungskräfte. Das zeigt: Der Alpstein ist ein Magnet. Doch dies nicht erst seit neuem, denn die Alpen und der Alpstein lockten schon früh Touristen in die Schweiz, wie ein Blick zurück ins 18. und 19. Jahrhundert zeigt.

Auf dem einzigartigen Alpfahrtsbild des Appenzeller Bauernmalers Franz Anton Haim, das um 1880 entstand, sind im Hintergrund Frauen und Männer in bürgerlich-städtischer Bekleidung zu erkennen, bestückt mit Sonnenschirm und Wanderstöcken, erklimmen sie den Säntis oder andere Berge des Alpsteins. Sie sind Zeugen eines Massentourismus, der das Appenzellerland und viele andere alpine und voralpine Regionen heimsuchte. Das hängt mit einer gesellschaftlichen und kulturellen Entwicklung im damaligen Europa zusammen.

Einheimische verwundert über Interesse an Bergwelt

Mit der zunehmenden Industrialisierung seit dem 18. Jahrhundert wurden die Alpen und der Alpstein als Orte der Erholung entdeckt. Davor galten die Berge als schrecklich und fürchterlich. Diese Vorstellung wurde von römischen Schriftstellern literarisch verbreitet



Overtourism im 19. Jahrhundert: Der Appenzeller Bauernmaler Franz Anton Haim hat auf seinem Bild von 1880 festgehalten, wie Touristen Alpfahrten bestaunen und den Säntis erklimmen. Bild: vzg/Stiftung für appenzellische Volkskunde

und beherrschte die ganze europäische Kulturgeschichte bis zum Ausgang des 18. Jahrhunderts. Danach werden die Alpen und zunehmend auch der Alpstein nicht mehr gemieden, sondern von Europareisenden und Stadtbürgern aufgesucht und bestiegen.

Die Einheimischen stehen diesem Interesse an der Bergwelt anfänglich verständnislos gegenüber. Aber bald merken sie, dass damit Geschäfte gemacht werden können. Die fremden Gäste unternehmen Ausflüge in die Berge, so auch in den Alpstein. Davon zeugen neben den Bildern der Bauernmaler, auf denen Ausflügler zu erkennen sind, die von Klein-

meistern geschaffenen Darstellungen der Plätze, die von den Fremden mit Vorliebe besucht wurden. Dazu gehörten das Wildkirchli wie auch einfach eine Alphütte.

«Unverkrüppelte Natursöhne»

Der Besuch einer echten Alphütte, das Zuschauen beim Käsen und ein Gespräch mit den Senen gehörten zum Programm einer Schweizer Reise wie der Besuch des Rheinfalls. Mit der Erfindung des maschinellen Druckverfahrens in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts erfolgte die Massenproduktion solcher Ansichten. Die Bilder konnten als Erinnerung gekauft wer-

den und wurden zu beliebten Souvenirartikeln der Schweiz- und Appenzellreisenden.

Werbeträger für die Alpenwelt und deren Bewohner und Bewohnerinnen waren auch die Reiseschriftsteller. Für das Appenzellerland ist der 1764 in Schlesien geborene und 1830 in Zürich verstorbene Doktor der Medizin Johann Gottfried Ebel zu erwähnen. Er durchwanderte während zwei Jahren die ganze Schweiz. Ebel beschäftigte sich kritisch mit den feudalen Zuständen jener Zeit und setzte grosse Hoffnungen in die französische Revolution. Aber er wurde durch die Pariser Zustände enttäuscht. In Briefen warnte er fortan einflussreiche Schwei-

zer vor dem Imperialismus der Republik.

In diesem Geist ist auch sein Werk «Schilderung der Gebirgsvölker der Schweiz» zu sehen (siehe dazu die von Peter Faessler 1983 kommentierte Neuauflage). Er bereiste Glarus und das Appenzellerland und bewunderte beim «appenzellischen Hirtenvolk die Züge gesunden Verstandes, und richtigen Gefühls [...] dieser unverkrüppelten Natursöhne» und glaubte bei ihnen zu finden, «was sich so schwer zu vereinigen scheint: einfache Sitten, wahre Humanität ungekünstelter Natur, gesunde Vernunft, Derbheit des Charakters, Geradheit der Seele, und gedrungene Treuherzigkeit.» Re-

formen hätten sich an diesen kleinen Gebirgskantonen zu orientieren.

Realitätsfremde Idealisierung

Seine Schriften trugen zu einer übersteigerten und realitätsfremden Idealisierung der Alpenlandschaft und ihrer Bewohner bei. Aber sie zeigten in Bezug auf den lukrativen Fremdenverkehr Wirkung, und zwar so stark, dass Merkmale eines frühen Overtourism zu erkennen sind. In der amüsant zu lesenden Satire des Winterthurers Ulrich Hegner (1759 bis 1840) beschreibt er die Folgen der Flut von Prospekten und Ansichten der «berühmten und begafften Stellen» seiner Heimat. Es gäbe kaum mehr einen Flecken, wo nicht ein «Prospektmacher oder sein Kramladen» zu finden sei. Die Fremdenverkehrsorte würden wegen des Geldgeschäfts verschandelt.

Welche Folgen positive Werbung für einen Ort heute haben kann, zeigt sich am Aescher. 2015 zeigte eine Ausgabe des National Geographic mit dem Titel «Places of a Lifetime. 225 Dream Destinations Around the World» auf dem Cover das Bergrestaurant in der Felswand. Der Aescher gehört heute zu den Reisezielen wie das Matterhorn, bestätigt die Pächterin. Overtourism ist bei beiden Destinationen nicht erst seit heute ein Thema.

Hinweis

Das Bild von Franz Anton Haim ist im Volkskunde-Museum Stein ausgestellt. Öffnungszeiten: Donnerstags 13 bis 17 Uhr. Einzelne Sonntage siehe: www.appenzeller-museum.ch

* Stefan Sonderegger ist Präsident der Stiftung für appenzellische Volkskunde

Beste Herisauer Lehrabgänger

Ehrung Am Sommer-Apéro des Gewerbevereins Herisau wurde der Berufsbildungspreis 2025 überreicht. Wie der Gewerbeverein Herisau in einer Mitteilung schreibt, wurden mit dem Preis die drei besten Lehrabgänger aus Herisau ausgezeichnet: Domenik Dietrich, Alexander Gantenbenk und Janick Huber. Zwei weitere Preise wurden unter den anwesenden Lehrabsolventinnen und -absolventen verlost. Mit der Auszeichnung sollen die Leistungen junger Berufslernende sichtbar gemacht werden, die mit ihrem Abschluss einen wichtigen Schritt in ihre berufliche Zukunft getan haben.

Der Anlass fand am 14. August bei der Firma Schiess Bedachungen statt. Der Abend stand zudem im Zeichen der regionalen Berufsbildung und würdigte auch die Rolle der Ausbildungsbetriebe. Neben der Preisverleihung bot das Programm einen Rundgang durch den Betrieb Schiess Bedachungen und einen gemeinsamen Apéro, wie es in der Mitteilung heisst. (pd/miz)

Marco Sessa lanciert den «Treffpunkt» neu

Nun ist bekannt, ab wann die Restaurants Treffpunkt und da Marco vino + cucina zusammenspannen. Details zum Konzept werden erst später bekannt gegeben.

Ramona Koller

«Wir zügelnd per 1. November» steht zuoberst auf der Facebookseite von da Marco. Für viele ein Schock. Die Herisauer Vinothek soll das beliebte Lokal im Gutenbergzentrum verlassen? Nein, nicht ganz. Wer weiterliest erfährt, dass der Gastgeber Marco Sessa mit seinem Team künftig sowohl im «Treffpunkt» einige Meter weiter, als auch in der gemütlichen Vinothek an der Kasernenstrasse wirt werden wird.

Moderne Gastronomie umsetzen

Von der Zusammenarbeit erfahren die Leserinnen und Leser dieser Zeitung bereits im März. Damals war vieles noch vage. Die Eröffnung auf Anfang 2026 geplant. Nun schreibt Marco Sessa auf Facebook von einem Umzug per 1. November. «Wir lancieren den Treffpunkt neu und setzen mo-

derne Gastronomie um», steht im Netz geschrieben.

Und was ist mit der bisherigen Betreiberin des Treffpunkts, der Dock-Gruppe? Die Gruppe der Stiftung für Arbeit beschäftigt im «Treffpunkt» Angestellte aus dem zweiten Arbeits-

markt. Dies soll gemäss Sessas Facebookbeitrag beibehalten werden. In der Vinothek da Marco soll ein zusätzliches Integrationsprojekt der Dock-Gruppe entstehen.

Was viele Herisauerinnen und Herisauer freuen dürfte:



Die Restaurants Treffpunkt (links) und da Marco (im beige Gebäude rechts im Bild) spannen ab 1. November zusammen. Bild: Ramona Koller

Der neue «Treffpunkt» soll gemäss Ankündigung sieben Tage pro Woche geöffnet sein. Dass das zentrale Lokal mit grosser Terrasse sonntags geschlossen ist, führt immer wieder zu Kritik und Unverständnis.

Konzept bleibt noch unter Verschluss

Wie man die Siebentagewoche umsetzen will und wie das Konzept aussieht, verrät Marco Sessa auf Nachfrage nicht. Das werde er später kommunizieren. Er habe die nötigsten Infos auf Facebook gestellt, um Gerüchte zu dementieren. Immer wieder war von einer Schliessung oder einer Übernahme eines der beiden Lokale die Rede. Sessa hat den Zeitpunkt für die Posts klug gewählt. Am «Usegstuehlet» vom Wochenende müssen die Mitarbeitenden beider Betriebe nun vielleicht ein paar Fragen weniger beantworten.

Leserbrief

Dank für Hilfe nach Brand

«Technischer Defekt löst Brand aus», Ausgabe vom 19. August

Am Sonntag, den 17. August, kam es im Wohn- und Geschäftshaus, Nollisweid 36, Meistersrüte zu einem Dachbrand. Dank des schnellen und tatkräftigen Einsatzes der Nachbarn, der Stützpunkt Feuerwehr Appenzell Innerrhoden, der Regiwehr Teufen, Bühler, Gais (TBG), der Polizei Appenzell Innerrhoden sowie aller Handwerker konnte Schlimmeres verhindert werden. Ein besonderer Dank gilt auch unserer Versicherung, der schweizerischen Mobiliar, für die rasche und unkomplizierte Unterstützung in dieser Situation. Wir möchten uns von Herzen bei allen bedanken, die in diesen herausfordernden Stunden im Einsatz waren oder uns ihre Hilfe und Unterstützung angeboten haben.

Familie Mazenauer, Meistersrüte