

Berichte	Bd. 93, H. 3, 2020, S. 239–261	Leipzig
----------	--------------------------------	---------

Florian EGGLI, Luzern
Mathis STOCK, Lausanne

Leben mit dem Tourismus in Luzern, Schweiz

Living with Tourism in Lucerne, Switzerland

Summary: Due to the ongoing tourism growth in European cities, the term *overtourism* is increasingly entering the debate in urban and tourism studies (FRISCH et al. 2019; DODDS & BUTLER 2019; COLOMB & NOVY 2017). The city of Lucerne is also experiencing significant quantitative growth and consequential qualitative change, which is more and more subject to critical consideration (WEBER et al. 2019).

The present article examines tourism-induced change in the city of Lucerne. In an empirical ethnographic study, strategies of adaptation and resistance are worked out and contextualised within the ongoing touristification process of the cityscape (STOCK 2007; WÖHLER 2011). Urban space is understood as co-produced, inhabited, and performed by practices (BÆRENHOLDT et al. 2017; RICKLY-BOYD et al. 2014; COLEMAN & CRANG 2002; EDENSOR 2001). By applying mobile research methods (BÜSCHER et al. 2011a), such as *walking interviews* and participant observation, this paper provides an explorative interpretation of social, cultural, material, emotional, affective as well as discursive practices as observed in the field in Lucerne. Exemplary practices will be analysed applying a spectrum ranging from *adaptation* and *support* via *indifference*, *nostalgia* and *reflection* all the way up to *irony*, *protest* and *resistance*. These categories illustrate the broad range of possibilities of dealing with tourism.

The paper argues that the question of *overtourism*, a term so trenchantly applied in various media, is far more complex than simply analysing capacity limits of a given destination. Rather, it is about the fluid entanglement of different mobilities – sometimes opposing, sometimes mutually enhancing – that constitute a place. The research presented here investigates how different sorts of actors are inhabiting Lucerne by analysing their practices. We ask how different practices compete with one another and how differentiated takes on tourism are informing a contested city space. While investigating present negotiations, we always consider the importance of the past and the long tradition of tourism in Lucerne – we conceptualise this as the “touristic capital of a place” (STOCK et al. 2014). Tourism has always been, and will always be, a controversial subject causing differentiated views and attitudes to emerge.

Keywords: overtourism, touristification, Lucerne, practice theory, mobile methods, urban anthropology – Übertourismus, Touristifizierung, Luzern, Praxistheorie, mobile Methoden, Stadtethnologie

1 Einleitung

Seit 200 Jahren ist der Tourismus in Luzern fest mit der Geschichte der Stadt verwoben. In den Pionierjahren zu Beginn des 19. Jh. wurde nicht nur das Stadtbild durch die entstehende touristische Infrastruktur determiniert, sondern auch die Bevölkerung von den urbanen Gepflogenheiten der Tourist/-innen aus europäischen Großstädten maßgeblich geprägt. Der Tourismus verursachte eine frühe Urbanisierung Luzerns im mehrfachen Sinne – durch die Urbanisierung des Stadtraums wie auch durch die Urbanisierung der Lebensweise (siehe schon WIRTH 1938) – und ist noch heute in der Stadt allgegenwärtig. Diese historische Kontextualisierung ist unabdingbar, denn sie erlaubt, den heute sehr strapazierten Begriff des *overtourism* kritisch zu beleuchten, indem sie seine Neuartigkeit hinterfragt. In der Tat können für Luzern massive Touristenströme seit Beginn der amtlichen Statistik belegt werden: Allein zwischen 1890 und 1910 vervielfachte sich die Zahl der Gästebetten von 3800 auf 9400 (OMACHEN 2010, zitiert in FLÜCKIGER STREBEL 2013). Nach dem Boom der Belle Époque folgte nach 1914 eine erste Krise, in der die Infrastruktur und Gästezahlen massiv zurückgingen. Doch im Jahr 1937, dem ersten Jahr, in dem schweizweit systematisch touristische Daten erhoben und ausgewertet wurden, verfügte die Stadt Luzern bereits wieder über etwa 5700 Betten – eine immer noch erstaunlich hohe Zahl, vergleicht man sie mit den 6000 Betten, die im Jahr 2017 vorhanden waren. Zwar wurden 2017 mit einer entsprechend höheren Auslastung 1,3 Millionen Übernachtungen generiert, was einer Verdoppelung der 600 000 Übernachtungen von 1937 entspricht. Doch zeigen diese Zahlen eindrücklich, wie früh die touristische Entwicklung von Luzern einsetzte, welche hohe Dominanz der Tourismus bereits damals hatte und welchen Verwerfungen er stets unterworfen gewesen ist (BFS 1937; 2019).

Der zeitgenössische international ausgerichtete Tourismus, der die Stadt heute prägt, wurde vor der Jahrtausendwende pionierhaft begründet. Luzern war eine der aktivsten und engagiertesten Destinationen in den neuen asiatischen Fernmärkten, insbesondere in Indien und China. Dies zeigt sich noch heute in der anhaltend hohen Popularität bei diesen Quellmärkten. Gegen die stark wachsenden Besucherzahlen aus diesen Märkten, insbesondere in Form von Gruppenreisen, ist in den vergangenen Jahren jedoch vermehrt Widerstand erwachsen (WEBER et al. 2019). Dabei bietet nicht nur das quantitative Wachstum der Besucherfrequenzen Anlass zur Diskussion, sondern auch das Verhalten der Reisenden sowie die qualitativen Veränderungsprozesse in der Angebots- und Nachfragestruktur des zentralschweizerischen Tourismus, welche kritisch hinterfragt werden.

Der vorliegende Beitrag untersucht die vom Tourismus induzierten Veränderungsprozesse der Stadt Luzern. Anhand einer empirisch-ethnographischen Untersuchung werden Anpassungs- und Widerstandsstrategien von verschiedenen involvierten Akteuren herausgearbeitet und in den Kontext der Touristifizierung des urbanen Raumes (STOCK 2007; WÖHLER 2011; COLOMB & NOVY 2017) gestellt. Die Stadt wird dabei als ein von sozialen, kulturellen, materiellen, diskursiven und emotionalen Praktiken mit-produzierter, mit-bewohnter und performierter Raum verstanden (BÆRENHOLDT et al. 2017; RICKLY-BOYD et al. 2014; COLEMAN & CRANG 2002; EDENSOR 2001). Der Beitrag stellt im Feld aufgespürte Praktiken in

einen Analyserahmen und ordnet diese verschiedenen akteursbezogenen Haltungen zu. Der Spannungsbogen reicht dabei von *Anpassung* und *Unterstützung* am einen Ende des Spektrums über *Gleichgültigkeit*, *Nostalgie*, *Reflexion* und *Ironie* bis hin zu *Protest* und *Widerstand* am anderen Ende des Spektrums. In diesem Beitrag wird der Fokus insbesondere auf Praktiken einheimischer Akteure der Stadt Luzern gelegt, um die hohe Bandbreite der Möglichkeiten im Umgang mit Tourismus aufzuzeigen und klarzustellen, dass es zum Befund des *overtourism*, wie die Situation in den lokalen Medien oft suggestiv und plakativ bezeichnet wird, keine einhellige Meinung gibt. Er leistet somit einerseits einen Beitrag zum besseren Verständnis des Tourismus in Luzern und andererseits eine über die Fallstudie hinausgehende Reflexion zur aktuellen *Overtourism*-Debatte (FRISCH et al. 2019; DODDS & BUTLER 2019; MILANO et al. 2019a). Der Beitrag widmet sich der Fragestellung, wie raumkonstituierende Praktiken als Grundlage für eine vertiefte und kontroverse Diskussion über die aktuelle touristische Situation in Luzern zu verstehen sind.

2 Fragestellung und theoretische Einbettung

Die Forschungsfrage des vorliegenden Beitrags adressiert das gegenwärtige Zusammenleben mit dem Tourismus in Luzern. Wir fragen, welche Transformationsprozesse der Tourismus im urbanen Raum auslöst und wie sich diese in der Praxis der Akteure manifestieren: Wie wirken touristisch induzierte Veränderungen auf die verschiedenen Mobilitäten, Lebensweisen und Haltungen urbaner Akteure, welche Aktionen und Gegenreaktionen lösen sie aus? Weiter ermitteln wir, wie diese verschiedenen Praktiken zueinanderstehen: Befinden sie sich in einem Dialog, einer Interaktion, oder sind sie isoliert, ohne aufeinander Bezug zu nehmen? Und wie formen diese Praktiken den Raum, wie ko-konstituieren sie die Stadt?

Dabei lösen wir uns von einer binären Betrachtung, der Dichotomie von Tourist/-innen und Einheimischen. Vielmehr verstehen wir den touristischen Raum in Luzern als einen von mannigfaltigen urbanen Akteuren aktiv geprägten, ko-produzierten und praktizierten Raum (STOCK 2019). Wir fragen, wie Übernachtungsgäste, Tagesgäste, Kurzzeitbesucher/-innen, Einheimische, Zugezogene und Langzeitbewohner/-innen sowie Pendler/-innen, Studierende und diverse Arbeitsnomaden gemeinsam den urbanen Raum bewohnen, konzentrieren uns in diesem Aufsatz jedoch hauptsächlich, aber nicht ausschließlich, auf die Perspektiven der einheimischen Bevölkerung. Dabei nehmen wir das Konzept des *dwelling* auf, welches die Auswirkungen eines aktiven Engagements der Akteure durch ihre Praktiken auf den sozialen Raum beschreibt. Gemäß INGOLD (2000, 5) erforscht das Konzept des *dwelling* “the implications of the position that awareness and activity are rooted in the engagement between persons and environment for our understanding of perception and cognition, architecture and the built environment, local and global conceptions of environmental change, landscape and temporality, mapping and wayfinding, and the differentiation of the senses.” Oder, wie LUSSAULT & STOCK festhalten (2010, 14 ff.): Raum entsteht nicht durch Praktiken von Akteuren *im* Raum, sondern *mit* dem Raum. Verschiedene räumliche Elemente werden durch Praktiken mobilisiert und dadurch erst geschaffen, was der Vorstellung widerspricht, dass ein Raum quasi bereits als leerer Container vor-existiert und erst spä-

ter mit Praktiken gefüllt wird. Raum wird also durch „eine differenzierte Annäherung, durch Prozesse der Qualifikation, Anordnung, Konstruktion, Konzeption und körperliche Gesten produziert“ (edb.). DE CERTEAU (1989) unterscheidet in diesem Zusammenhang auch zwischen *place* und *space*, wobei sich ersteres auf das geometrische Arrangement der Dinge bezieht und letzteres den Raum beschreibt, welcher durch die Handlungen der individuellen Akteure entsteht. Durch das Beleben und Bewohnen des Raums, durch Praktiken wird ein Raum konstituiert, was in der Folge als *dwelling* umschrieben werden kann. *Dwelling* meint also eine aktive Auseinandersetzung mit dem Raum im Gegensatz zu einem passiven und statischen Konsumieren desselben. Gemäß LUSSAULT & STOCK (2010, 15) wird „die Qualität von Orten durch Begegnungen, durch spielerische Verhandlung von Distanzen, der Überwindung von Grenzen und dem Arrangieren und Wieder-Arrangieren von Dingen, durch Diskurse und andere Arten von Handlungen geprägt und somit laufend unter Beweis gestellt“. *Dwelling* beschreibt somit eine symbolische und materielle Aneignung von Orten und Mobilitäten (STOCK 2014) und meint das Bewohnen der Stadt durch Praktiken.

Dabei handelt es sich um eine Vielzahl von Praktiken des Zusammenlebens, welche die Stadt formen und schließlich die Urbanität eines Ortes ausmachen. Tourismus und Alltag verschmelzen zu einem gemeinsamen Lebensraum, der laufend verhandelt und aktiv gestaltet wird. Akteure stehen in diesem fluiden Prozess in Netzwerken mit unterschiedlichen Abhängigkeiten zueinander und werden von unterschiedlichen Agenden geleitet, welche sich teils ergänzen, teils aber auch gegenläufig sind.

Gemäß RECKWITZ (2016, 35) verstehen wir eine Praktik „als eine typisierte Form des Sich-Verhaltens [...], der zwei zentrale Merkmale zukommen: ihre Ermöglichung und Regulierung durch implizite Wissensordnungen und ihre materiale Verankerung in den Körpern sowie in den Artefakten“. SCHATZKI (1996, 89) spricht in diesem Zusammenhang auch von einem „nexus of doings and sayings“. Dabei werden die scheinbar gegensätzlichen Analyseansätze von Diskurs und Praxis überwunden und miteinander zu einer umfassenden Betrachtungsweise verknüpft. „Dadurch, dass sie von impliziten Wissensschemata abhängen, sind die sozialen Praktiken immer kulturelle Praktiken. Aufgrund ihrer Verankerung in den Körpern und in den Artefakten – die im Zusammenhang der Praktik mit den Körpern auf bestimmte Weise verbunden sind – sind sie zugleich immer *materielle* Praktiken“ (RECKWITZ 2016, 98). Soziale Praktiken werden in diesem Beitrag insbesondere auch auf ihre emotionale bzw. affektive Perspektive hin untersucht und konzeptualisiert. RECKWITZ (2012, 249) schreibt Praktiken auch Sinnhaftigkeit sowie Wahrnehmungs- und Empfindungsqualitäten zu, wenn er sagt: „Every social practice, from cooking to communication and organisational activities, implies a use of the senses and their perceptive qualities. Every practice moulds these sensations and perceptions in a specific way.“ Wir nehmen diese Sinnzuschreibung auf und verstehen *emotionale* und *affektive* Praktiken als körperlich zurückgebundenen Ausdruck von Haltungen, als bewusste Artikulation von Positionen und Attitüden sowie als implizite Zuschreibung von Einstellungen und Meinungen. Es interessiert uns also im Folgenden, wie sich der Tourismus in Luzern in sozialen, kulturel-

len, materiellen, emotionalen und affektiven Praktiken bei den diversen Akteuren des urbanen Raums manifestiert und auch in *diskursiven* Praktiken artikuliert. Die Stadt begreifen wir dabei als einen von materiellen Arrangements und sozialen Praktiken produzierten Raum, der durch bestimmte Nutzergruppen im Sinne eines *spacing* in routinierter und veränderlicher Weise „gemacht“ und konnotiert wird (RECKWITZ 2016, 166). Dabei sind für uns insbesondere die den Praktiken zugrunde liegenden Haltungen und Positionen von außerordentlichem Interesse. Diese können politisch motiviert oder ökonomisch getrieben sein oder eine alltägliche Haltung und grundsätzliche Einstellung widerspiegeln.

Tourismus kann somit nicht als isoliertes wirtschaftliches Phänomen angesehen werden, wie dies oft verkürzt dargestellt wird. Vielmehr tangieren touristische Fragestellungen auch soziale, kulturelle, ökologische und politische Dimensionen.¹ In der heutigen Debatte wird der Tourismus im Zusammenhang mit Fragen der Wohnungspolitik, der Gestaltung des öffentlichen Raums oder der Verkehrsplanung diskutiert, wobei das Überstrapazieren von öffentlichen Gütern und der Bewohner/-innen sowie die Touristifizierung des Alltags kritisch angemerkt werden (MILANO et al. 2019b). Aus einer praxistheoretischen Perspektive geht es um den sinnhaften Umgang mit Tourismus. In der Tat gehen die unterschiedlichen Akteure der einzelnen Tourismusorte mit dem Problem unterschiedlich um. Dies, so unsere Hypothese, kann auf ein „touristisches Kapital eines Ortes“ (STOCK et al. 2014) zurückgeführt werden, also auf das über Generationen akkumulierte Wissen und somit die Aneignung von kompetitiven Vorteilen im globalen touristischen Feld, was auch zu einem differenzierten Umgang in Fragen des Zusammenlebens mit dem Tourismus führt. Im Fall von Luzern wird in der Zentralschweiz die touristische Entwicklung seit über 200 Jahren kontrovers verhandelt (BÜRGI 2016) und stets auf ihre Sinnhaftigkeit, Stadtverträglichkeit und kommerzielle Ausrichtung hinterfragt. Die Kontroverse wird allerdings in den verschiedenen Epochen jeweils unterschiedlich geführt. Unsere Hypothese geht also von einer nicht-pauschalen Ablehnung, sondern einem differenzierten Umgang mit dem Tourismus in Luzern aus, der von einem über Generationen erlernten Wissen über Tourismus rührt.

3 Methoden

Dieses theoretische Verständnis hat konkrete Auswirkungen auf die Methodik der empirischen Erhebung. Denkt man den Tourismus als mobile, dynamische und vernetzte Praxis, kann dieser nicht in einem Labor untersucht und gemessen werden. Vielmehr sind agile, interaktive und mobile Erhebungsmethoden gefragt, welche den Informationen und den Informant/-innen im Feld folgen und durch qualitative Interviews *in situ* versuchen, deren Praktiken zu erfassen, zu verstehen und zu kontextualisieren.

Hierfür werden mit *walking interviews* besondere und etwas unkonventionelle empirisch-ethnographische Methoden verwendet. Diese sind im Sinne von BÜSCHER et al. (2011b) als mobile Methoden zu verstehen, welche einer zunehmend von

¹ Siehe schon HUNZIKER (1943) für Tourismus als soziales Problem mit gesundheitlichen, kulturellen, politischen und wirtschaftlichen Dimensionen.

Mobilitäten geprägten sozialen Welt Rechnung tragen. Durch die Teilnahme an Bewegungsmustern lässt sich der Raum, um den sich das Gespräch handelt, in seiner Fülle erfassen und in seiner Vielfalt integrieren (ebd., 8). Diese Interviewtechnik lehnt sich an die Spaziergangswissenschaften der 1980er Jahre von BURKHARDT (2015), die *go-along interviews* von KUSENBACH (2003) oder die *parcours commentés* von THIBAUD (2001) an. Obwohl in der konkreten Ausgestaltung der jeweiligen Methode zahlreiche Unterschiede bestehen, ist allen Ansätzen gemein, dass sie die Relevanz der individuellen Perspektive der jeweiligen Akteure hervorheben. Je nach Standpunkt ändert sich die Sichtweise und entsprechend auch die Einordnung, Bewertung und Kontextualisierung der wahrgenommenen sozialen Praktiken. So ist es von zentraler Bedeutung, im Verlauf eines Interviews jeweils den Blickwinkel sowie den Raumbezug des/der Interviewpartner/-in einzunehmen, um die Welt aus der jeweiligen Sicht zu verstehen. Jeder Akteur reagiert individuell auf den Einfluss des Tourismus, was sich in den eigenen sozialen, kulturellen, materiellen, emotionalen wie auch diskursiven Praktiken ausdrückt.

Diese spezifische Form der Datenerhebung erlaubt, die subjektive Position der Akteure einzunehmen und ihre individuelle Haltung gegenüber dem Tourismus besser zu verstehen. *Walking interviews* haben jedoch auch ihre Grenzen, da sie nur einen Ausschnitt der sozialen Welt beschreiben und erklären. Wir haben versucht, dieser Einschränkung mit zusätzlichen teilnehmenden Beobachtungen und systematischer visueller Dokumentation mithilfe von Fotografien entgegenzuwirken. Zudem wurde das Feld im Sinne eines Flaneurs (BENJAMIN 1997/1973) erkundet und in zahlreichen informellen Begegnungen und Gesprächen ein Gespür für das Zusammenleben in der Stadt entwickelt. Auch durch eine systematische Auswertung der medialen Berichterstattung (GERBER et al. 2020) sowie die Teilhabe an der öffentlichen Diskussion wurde die Empirie zusätzlich gestützt.

Der vorliegende Beitrag stützt sich auf acht *walking interviews* aus den Jahren 2018 und 2019, die den Anfang eines bis heute andauernden Forschungsprojekts markieren – in dessen Verlauf bisher über 30 Interviews durchgeführt werden konnten (siehe Auflistung im Anschluss an das Literaturverzeichnis). Diese dauerten im Schnitt zwischen einer und zwei Stunden. Dabei wurden einerseits zufällig Reisende und Einheimische angesprochen und auf spontanen Stadtpaziergängen begleitet. Andererseits wurden auch Exponenten von relevanten Anspruchsgruppen, wie zum Beispiel Vertreter/-innen von Quartiervereinen, Geschäftsführende von Betrieben oder Kulturschaffende, für eine gemeinsame Stadtbegehung angefragt. Die Vorgaben an Inhalt, Route und Dauer wurden dabei so gering wie möglich gehalten, um die konkrete Ausgestaltung des Gesprächs weitestgehend dem/der Interviewpartner/-in zu überlassen. Es wurde lediglich darum gebeten, jene Orte zu zeigen, wo im Alltag eine Begegnung mit dem Tourismus stattfindet bzw. welche Reisende während des Aufenthalts besuchen wollten. Diese im Raum erlebten Aktionen und Interaktionen konnten dabei direkt von den Tourist/-innen induziert sein oder nur in indirektem (oder gar keinem) Zusammenhang stehen. Sie konnten auf alltäglichen Wegen zur Arbeit, zum Einkaufen oder zur Freizeitgestaltung entstehen. In diesen qualitativen Ortsbegehungen wurde versucht, die verschiedenen Mobilitäten in der Stadt zu erfassen, Spannungen zu erkennen und

die konkreten Handlungen der involvierten Akteure zu beschreiben. Durch “ethnography and practice on foot” im Sinne von INGOLD & VERGUNST (2008) wurden die verschiedenen Praktiken der mobilen Rauman eignung erfasst und auf ihre Motive, Haltungen und Positionen hin untersucht.

Um die Interaktion während den *walking interviews* möglichst natürlich zu halten, wurde auf eine technische Aufzeichnung der Gespräche verzichtet, jedoch der Verlauf des Rundgangs *in actu* mit einer Fotokamera festgehalten und somit laufend dokumentiert. FINCHAM et al. (2010) sprechen dieser Methode hohes Potential zu, da diese die Kontexte, welche die Erfahrungen wertvoll machen, berücksichtigt, was bei geschriebenen Texten nicht der Fall ist. Sie argumentieren, “the use of video and photographs are potentially fertile grounds for exploring how best to represent the ‚real time‘ observation of mobile methods research” (ebd., 10). Durch diese Art der Dokumentation entstand ein Protokoll in Form eines Foto-Romans, welches die Interaktion mit dem Raum, die individuelle Wahrnehmung des Tourismus durch die Informant/-innen sowie die konkreten Praktiken von Anpassung oder Widerstand verschiedener Akteure festhält. Ergänzt wurde das Foto-Protokoll mit konkreten Aussagen, die durch regelmäßige Notizen während der *walking interviews* erfasst wurden sowie durch die Beschreibung der Eindrücke, welche durch die teilnehmende Beobachtung entstanden. Eine wortwörtliche Transkription der Interviews wurde nicht angestrebt, was für das Verständnis der touristischen Situation in Luzern jedoch auch nicht zwingend notwendig war. Vielmehr ging es darum, raumkonstituierende Praktiken im Feld aufzuspüren, sie mit der Haltung gegenüber dem Tourismus zu kontextualisieren und auf ihre Wirkung gegenüber weiteren Akteuren hin zu erforschen. Diese Praktiken wurden in der Folge systematisch codiert und miteinander in Verbindung gebracht. Durch die Kontextualisierung der Praktiken entsteht so am Ende der Forschung ein umfassendes Bild des Zusammenlebens in der touristischen Stadt Luzern. Dieses Bild ist selbstredend sehr subjektiv geprägt und stellt nur einen kleinen Ausschnitt aller im Raum vorhandenen Haltungen, Ansichten und Einstellungen dar. Durch die Berücksichtigung einer Vielzahl, meist von unterschiedlicher Herkunft, Ausrichtung und touristischer Abhängigkeit geprägten Personen, wurde versucht, ein möglichst umfassendes Spektrum an Zugängen zum Feld zu gewinnen. Ein Anspruch auf Vollständigkeit, Objektivität und Repräsentativität kann damit jedoch nicht erhoben werden.

Im nachfolgenden Abschnitt werden die empirischen Ergebnisse der ersten Phase dieser Feldforschung dargelegt und in einem übergeordneten Rahmen strukturiert. Dieser leitet sich induktiv aus den im Feld generierten und mehrstufig codierten Erkenntnissen ab. Dieser gewählte Zugang ermöglicht eine datengestützte Theoriebildung im Sinne der Grounded Theory (STRAUSS 1991). Durch eine qualitative Inhaltsanalyse der gesammelten Daten (MAYRING 2000) wird den Gründen und Ursachen der spezifischen Haltung der jeweiligen Akteure gegenüber dem Tourismus auf den Grund gegangen. Dabei ist wichtig anzumerken, dass es sich bei den im Folgenden dargestellten Ergebnissen nur um einen Ausschnitt aus einem länger angelegten Forschungsprojekt handelt, welches mit der Untersuchung weiterer mobiler Praktiken von zusätzlichen Akteuren komplettiert wird.

4 Empirische Erkenntnisse

Auf Basis von *walking interviews* sowie extensiver teilnehmender Beobachtungen im Feld werden in diesem Abschnitt erste explorative Ergebnisse vorgestellt. Diese umfassen eine Vielzahl an sozialen, kulturellen, materiellen, emotionalen wie auch diskursiven Praktiken, die in einem breiten und umfassenden Spannungsfeld interpretiert werden können. Praktiken und akteursbezogene Haltungen werden in einem Spektrum verortet, das sich von *Anpassung* oder *Unterstützung* am einen Ende, über *Gleichgültigkeit* und *Nostalgie* bis hin zu kritischeren Reaktionen wie *Reflexion*, *Ironie* oder gar *Protest* und *Widerstand* am anderen Ende erstreckt, womit der differenzierte Umgang mit dem Tourismus im untersuchten Fallbeispiel deutlich gemacht wird.

4.1 Praktiken der Anpassung

Als erste Dimension des Spektrums werden Praktiken der Anpassung vorgestellt. Durch die routinierte Aneignung des öffentlichen Raums nehmen Reisende gewisse Stadtteile für touristische Zwecke ein und geben dem städtischen Raum eine neue Qualität. So passt sich die Stadt in ihrer Architektur, Materialität, Symbolik und Ausrichtung an die mit einer gewissen Konstanz fließenden Besucherströme an. Dies ist beispielsweise beobachtbar an Gehsteigen, die verbreitert werden müssen, um dem Besucherandrang gerecht zu werden. Solche Anpassungen betreffen aber nicht nur den gebauten Raum, sondern insbesondere auch den gelebten, inkorporierten und performierten Raum. Die Zeugen Jehovas beispielsweise haben verstanden, dass in gewissen Stadtteilen nicht mehr ausschließlich die lokale Bevölkerung zu ihrer potentiellen Gefolgschaft gehört, sondern vermehrt internationale Reisende aus dem asiatischen Raum. So präsentieren die Glaubensgenossen ihre Werbetafeln und Informationsmaterialien nunmehr auch in Hindi und Chinesisch und richten sich auf neue Zielgruppen ein. Dabei handelt es sich um ein Ausspielen von spezifischen Raumkompetenzen, welche auf einer impliziten Wissensordnung basieren und den öffentlichen Raum als Ressource nutzen. Durch die Anpassung diskursiver Praktiken und ihre Verankerung in Körper und Artefakten wird der Raum konnotiert und einem touristischen Nutzen zugesprochen.

Auch der Einzelhandel spürt die Veränderungen der Besucherströme und stellt eine zunehmende Frequenz asiatischer Gruppentourist/-innen fest, wie A. Sinanovic, der Filialleiter eines ansässigen Migros-Supermarktes ausführt. Diesen Umstand nutzt der Supermarkt für eine vermehrte Ausrichtung auf asiatische Kundschaft, was sich unter anderem in der Ladenbeschriftung, der Gestaltung des Sortiments und einer virtuellen Besucherunterstützung durch den chinesischen App-Anbieter „WeChat“ artikuliert. Dass neben sprachlicher Unterstützung auch kulturelle Überlegungen eine Rolle spielen, zeigt die Anpassung des Angebots im Imbiss-Bereich. Hier werden Schweinefüße an chinesischer Kräutersauce angeboten, um den gastronomischen Bedürfnissen der Gäste aus Fernost gerecht zu werden. Die beiden goldenen Schweinefüße in Übergröße, die am Eingang auf das Angebot aufmerksam machten (Abb. 1), materialisieren diese Anpassung und stehen somit auch als Symbol der Adaption. Aufgrund der kritischen Reaktionen der bestehenden Kundschaft wurden diese mittlerweile jedoch wieder entfernt, wie Sinanovic (Interview vom 04.02.2019) erklärt.



Abb. 1: Anpassung des Angebots im Schnellimbiss der Migros (Foto: Florian Eggli)
Fig. 1: Adaptation of Migros take-away menu on offer (Credit: Florian Eggli)

Auch andere Gewerbetreibende richten ihre kommunikativen Tätigkeiten vermehrt auf ein touristisches Zielpublikum aus, was insbesondere bei den Uhren- und Schmuckgeschäften offensichtlich zum Ausdruck kommt. So können diskursive Praktiken festgestellt werden, die von kulturellen Adaptionen geprägt sind, wie beispielsweise asiatische Fotomodels auf Werbeplakaten versinnbildlichen.

Diese Veränderungen werden von manchen Interviewpartner/-innen als irritierend wahrgenommen. Der Tourismus wird in den Gesprächen zwar als Treiber, aber nicht als alleiniger Verursacher identifiziert, wie das Interview mit M. Leupi, einer Luzerner Altstadtbewohnerin zeigt (Interview vom 22.01.2019). So macht Leupi die Veränderung der Ladenstruktur nicht alleine am Tourismus fest, denn auch in anderen Städten ginge die Anzahl der Kleider- und Schuhläden zurück. Dafür macht sie eher den Online-Handel verantwortlich. Aber es fällt ihr auf, dass in die leerstehenden Ladenflächen meist Uhren- und Schmuckläden einziehen, was den Bewohner/-innen das Gefühl vermittelt, dass diese die Geschäfte für lokalen Nutzen verdrängen und so die Touristifizierung des Alltags vorantreiben. Diese Entwicklung zu einer touristischen Monokultur wird in vielen Gesprächen angeprangert und kritisch hinterfragt. Viele Akteure sorgen sich um die Balance der Ladenstruktur und wünschen sich eine größere Durchmischung, die den verschiedenen Anspruchsgruppen Rechnung trägt. Es ist offensichtlich, dass sich Luzern auf unterschiedlichen Ebenen dem Tourismus anpasst und von ihm geformt, koproduziert und konstituiert wird.

4.2 Praktiken der Unterstützung

Praktiken der Unterstützung können politischer, wirtschaftlicher oder gesellschaftlicher Natur sein. Sie wirken unterstützend auf das touristische System, so dass es funktionieren und sich weiterentwickeln kann. Politische Praktiken umfassen neben dem Tagesgeschäft in Regierung, Parlament und Kommissionen insbesondere auch die publikumswirksame Öffentlichkeitsarbeit. Auf diversen Podiumsveranstaltungen in Luzern wird die Entwicklung des Tourismus kontrovers diskutiert, oftmals mit Vertretern von politischen Parteien unterschiedlicher Couleur und Auffassung, wie auch unter Einbezug kritischer Einschätzungen der Wissenschaft. Eine kontroverse Auseinandersetzung hilft, Missstände auszumachen und Ansätze der Behebung zu entwickeln. Zudem beinhalten solche öffentlichen Auseinandersetzungen oftmals auch eine gewisse Ventilfunktion und können die Diskussion in gewünschte Bahnen lenken, sodass sie letztlich dem System langfristig dienen.

Auf wirtschaftlicher Ebene fällt die Unterstützung meist expliziter aus. Hier exponieren sich einige Kräfte in aller Deutlichkeit und machen sich für den Tourismus stark. Unter Federführung des Tourismus Forum Luzern, einer Vereinigung touristischer Akteure aus dem wirtschaftsnahen Umfeld, die gleichzeitig Hauptaktionäre der Luzern Tourismus AG sind, wurde im Jahr 2016 beispielsweise eine Sensibilisierungskampagne lanciert. Wie Abb. 2 zeigt, zielte diese insbesondere auf den ökonomischen Mehrwert, den der Tourismus generiert und durch den er damit für eine Vielzahl von Betrieben von direkter oder indirekter Bedeutung ist.

Eine subtilere und nicht-institutionalisierte Form der Unterstützung ist das Bereitstellen von kostenlosem Trinkwasser, um Getränkeflaschen wieder aufzufüllen zu können. Steht sogar heißes Trinkwasser zur Verfügung, nutzen dies ins-



Abb. 2: Sensibilisierungskampagne des TOURISMUS FORUM LUZERN (2016)
(Grafik: Susanna Bertschmann)

Fig. 2: “Tourism creates jobs!” campaign by TOURISMUS FORUM LUZERN (2016)
(Design: Susanna Bertschmann)

besondere asiatische Gäste, um einen Tee oder eine Instant-Suppe aufzugießen. Dieses Bedürfnis wurde auch von HOTELLERIE SUISE & SCHWEIZ TOURISMUS (2017) in einem interkulturellen Leitfadens für China aufgenommen, welcher Mitgliedsbetrieben anrät, stets heißes und kaltes Trinkwasser für die Gäste bereitzustellen. Das Souvenirgeschäft Casagrande hat dies ebenso erkannt und bietet diese Dienstleistung seinen Kund/-innen kostenlos an, was gemäß eigenen Beobachtungen auch rege genutzt wird und sich unter den Reisenden entsprechend herumspricht. Durch dieses Angebot werden kulturelle Praktiken begünstigt und ein gängiges Bedürfnis auf Reisen bedient, was sich unterstützend auf die touristische Entwicklung von Luzern auswirkt. Diese Praktiken wirken insofern raumkonstituierend, als dass sie die klassische Funktion des Souvenirladens in dem Maße verändern, dass der Ort eine neue Qualität erhält. Der vormals rein kommerzielle Anspruch wird um eine Dimension erweitert, wodurch das Aufenthaltserlebnis der Gäste verbessert wird. Die Grenzen zwischen der Kernaufgabe eines/r Einzelhändler/-in und einer gesellschaftlichen Funktion verwischen immer mehr. Dabei spielen auch die großzügigen und kostenlosen Toilettenanlagen eine tragende Rolle, welche von verschiedenen Interviewpartner/-innen während Stadtpaziergängen explizit aufgesucht wurden und ein weiteres Bedürfnis der Kund/-innen bedienen. Ein Souvenirgeschäft entwickelt sich so zu einem Ort, wo Begegnungen unter den Reisenden stattfinden und relevante Bedürfnisse befriedigt werden.

Weitere gesellschaftliche Unterstützung (ohne allfällige kommerzielle Hintergedanken) sind in Praktiken des Alltags ersichtlich, die fremde Gäste willkommen heißen und verschiedene urbane Akteure in die Stadt integrieren. Diese Praktiken zeigen sich durch freundliches Grüßen oder spontane Hilfestellung beim Aufsuchen von Orten oder Beantworten von Fragen. Dabei werden räumliche Kompetenzen mit temporären Besucher/-innen geteilt, was sich nicht nur positiv auf ihr Zurechtfinden, sondern insbesondere auch auf ihr Willkommensein auswirkt. Auch konnten bei einigen *walking interviews* unterstützende Praktiken wie das Aufnehmen von Gruppenbildern als spontane/r Fotograf/in beobachtet werden. Meist sind es kleine, anscheinend unbedeutende Praktiken des Alltags, welche die Atmosphäre eines Raumes beeinflussen und ihn in seiner Ausprägung qualifizieren.

4.3 *Praktiken der Gleichgültigkeit*

Wenn am einen Ende des Spektrums Praktiken der Anpassung und Unterstützung sowie am anderen Ende Praktiken des Protests und Widerstands stehen, dann befinden sich dazwischen weniger stark positionierte Haltungen, welche als mittlere Position verstanden werden können. Diese kann in bestimmten Fällen auch mit Gleichgültigkeit umschrieben werden. Obwohl dies auch eine bewusste Haltung sein kann, so ist sie weniger offensichtlich und entsprechend schwieriger einzufangen und festzuhalten. SIMMEL (1903) beschreibt mit dem Ausdruck der Blasiertheit eine aktive Form der Gleichgültigkeit, durch welche sich städtische Bewohner/-innen von den überbordenden Sinneseindrücken der Großstadt zu schützen versuchen. Analog dazu können Praktiken der Gleichgültigkeit im touristischen Raum als Schutzmaßnahme verstanden werden, quasi als eine Form des passiven

Widerstands. Gleichgültigkeit kann auch aus Abstumpfung oder gar Überdrüssigkeit entstehen und so zu einem inneren Rückzug führen. Gleichzeitig gaben Informant/-innen zu Protokoll, sich in der Tat nicht am Tourismus zu stören und sich entsprechend auch nicht mit den damit verbundenen Fragestellungen auseinanderzusetzen. Solche Akteure halten die ganze Debatte für medial übertrieben und für nicht gesellschaftlich relevant.

Beobachtbar ist diese Gleichgültigkeit an der Absenz der Debatte, dem Ignorieren der Entwicklung oder dem Einstufen der Thematik als belanglos. Viele Akteure haben sich mit dem Phänomen des Tourismus abgefunden und haben keine explizite Meinung dazu. So nehmen sie weder Kosten noch Nutzen aktiv wahr, sondern leben am Tourismus vorbei, der zwar ihren Alltag prägt, ohne dass sie dies jedoch so einschätzen.

4.4 *Praktiken der Nostalgie*

Wie eingangs angesprochen, verfügt Luzern über eine lange und erfolgreiche touristische Tradition, die prägend für die Stadt und ihre Bewohner/-innen war und noch immer ist. Luzern verdankt einen großen Teil der frühen Urbanisierung dem Tourismus des 19. Jh., welcher Gäste aus den europäischen Metropolen in die Zentralschweiz lockte (BÜRGI 2016). Diese Gäste brachten nicht nur Einkommen und Wohlstand, sondern auch Stil und neue Umgangsformen sowie Ansehen und Prestige mit. Adel und Königshäuser, führende Literat/-innen, Musiker/-innen und Kunstmaler/-innen schwärmten von der pittoresken Landschaft und ließen sich von ihr für ihre Werke inspirieren (FLÜCKIGER STREBEL 2013). An diese Zeit erinnert sich Luzern gerne. Einerseits ist die sogenannte Blütezeit des Tourismus noch gut sichtbar in den monumentalen Hotelbauten der Belle Époque oder den denkmalgeschützten Dampfschiffen der Jahrhundertwende, die noch immer auf dem Vierwaldstättersee verkehren. Andererseits wird diese Epoche auch in diversen kulturellen Praktiken nachempfunden und in Ausstellungen hochleben gelassen. Zwei Beispiele illustrieren diese nostalgische Praxis: Ein erstes ist die Ausstellung *Queen Victoria in der Schweiz* vom Historischen Museum im Sommer 2018, die auch Theatertourneen beinhaltete, welche die Zuschauer/-innen an die Originalschauplätze der damaligen Zeit, etwa die Rigi, brachte. Gemäß den Ausstellungsmachern führte die britische Königin „täglich Tagebuch und hielt ihre Eindrücke in Aquarellen fest. Die Reise der damals mächtigsten Frau der Welt steht am Anfang des boomenden Tourismus in der Zentralschweiz“ (HISTORISCHES MUSEUM LUZERN 2018). Ein zweites Beispiel für eine Hommage an die damalige Zeit ist die groß angelegte Jubiläumsausstellung zum 200-jährigen Bestehen der Kunstgesellschaft Luzern. Gemeinsam mit der Londoner Tate Gallery wurden im Sommer 2019 die Werke des britischen Malers J. M. W. Turner ausgestellt, welcher die Landschaft rund um Luzern romantisiert und in einem eindrucksvollen Licht- und Farbenspiel festhält. Turner war begeistert von der Schweiz und besuchte diese zwischen 1802 und 1844 insgesamt sechsmal (KUNSTMUSEUM LUZERN 2019). Seine Darstellungen der damals noch als bedrohlich wahrgenommenen Bergwelt prägen das Bild von Luzern bis heute und romantisierten die Region als einen touristischen Sehnsuchtsort. So ist die Ausstellung nicht nur als

Würdigung des Künstlers, sondern auch als eine Huldigung vergangener Tage zu verstehen, als die Region von führenden Persönlichkeiten, Meinungsbildnern und Entscheidungsträgern bewundert und wertgeschätzt wurde. Der Luzerner Stadtpräsident Züsli beschrieb unterschiedliche Praktiken der Besuchenden der jeweiligen Epochen in seiner Eröffnungsrede wie folgt: „Waren es früher lange Aufenthalte mit einer vertieften Auseinandersetzung mit dem Ort, sind es heute lediglich Zwischenstopps für ein kurzes Selfie“ (ZÜSLI 2019). Hier wird ein gewisses Nachtrauern an vergangene Tage spürbar, das auch bei vielen Luzernerinnen und Luzernern im alltäglichen Umgang mit dem Tourismus mitschwingt. Den Reisenden von heute wird ein ernsthaftes Interesse an der Stadt und der Region abgesprochen, vielmehr wird ihnen eine konsumorientierte Haltung vorgeworfen, bei der nur oberflächliche Werte nachgefragt werden. Früher, so die Argumentationslinie, sei es noch um eine ernsthafte Auseinandersetzung mit genuinen kulturellen Eigenschaften der hiesigen Bewohner/-innen gegangen. Heute diene Luzern lediglich als Kulisse einer austauschbaren und idealisierten Märchenwelt, welche die realen Qualitäten des Ortes nicht genügend wertschätze. Ob sich die Praktiken der Reisenden in der Vergangenheit wirklich so von denen der heutigen unterscheiden, wird dabei kaum hinterfragt. Oft ist es vielmehr eine Idealisierung vergangener Tage, die auch als Kritik der aktuellen Reisepraktiken verstanden werden kann.

4.5 Praktiken der Reflexion

Die Entwicklung einer Stadt wird nicht nur in historischen Kulturgütern, sondern auch durch kulturelle Akteure der Gegenwart beobachtet, kommentiert und reflektiert. Dies ist auch im Fall von Luzern so, wo sich Gegenwartskünstler/-innen kritisch mit dem Ort auseinandersetzen. Tourismus spielt bei dieser Auseinandersetzung oft eine zentrale Rolle, wie das Stück *Visit Pyöngyang* im Kleintheater oder das Musical *Das Wunder von Luzern* im Le Théâtre, Emmen eindrücklich zeigen. Ersteres ist eine Tourismuskomödie, die sich explizit mit der aktuellen Entwicklung von Luzern beschäftigt. Der Ausverkauf der eigenen Seele wird satirisch überspitzt mit einem fiktiven Besuch des nordkoreanischen Diktators Kim Jong-un kommentiert, der mit Luzern eine Städtepartnerschaft eingehen will. Zudem wird der ökonomisch motivierte Ruf nach Tourist/-innen einer ablehnenden Haltung zu Migrant/-innen gegenübergestellt und so eine gewisse Ambivalenz gegenüber Gästen illustriert. Wenn nur finanzielle Aspekte beim Austausch mit fremden Kulturen im Vordergrund stehen, greife dies zu kurz, erklärt der Theatermacher C. Fehlmann in einem persönlichen Gespräch (Interview vom 19.06.2018). Beim Musical *Das Wunder von Luzern* handelt es sich um „ein witzig-ironisches, temporeiches Musical, das sich mit Luzerns Entwicklung als Tourismusstadt und Tiefsteuer-Paradies beschäftigt“ (WUNDER VON LUZERN 2018). Das Stück entwirft ein Luzern im Jahr 2033 als Themenpark im Disneyland-Stil und stellt damit die kritische Frage, wohin sich die Stadt entwickeln will. Mit solchen öffentlichen Vorstellungen wird der Diskurs über die touristische Entwicklung der Stadt Luzern stimuliert. Praktiken des kontroversen Verhandeln und der umstrittenen Aneignung von Raum finden in diesen kulturellen Gefäßen einen Ort.

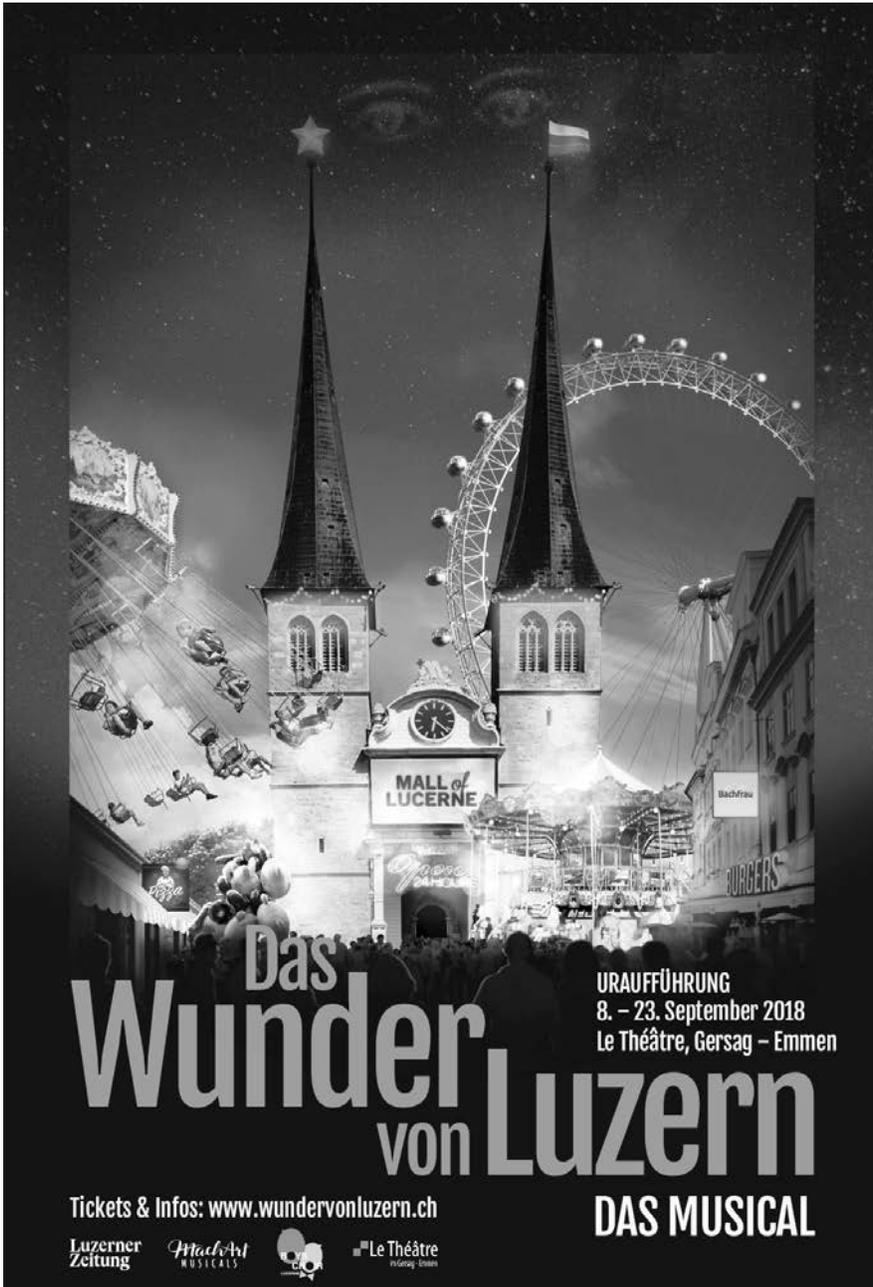


Abb. 3: Das Musical stellt die Stadt als Themenpark im Disneyland-Stil im Jahr 2033 dar (© MachArt Musicals, Grafik Susann Buchholz)

Fig. 3: The musical stages the city as a Disney-style theme park in 2033 (© MachArt Musicals, Design Susann Buchholz)

Weitere Gefäße der kritischen Reflexion bieten auch diverse Medien, insbesondere die Presse. So zeugen Leitartikel und Leserbriefe von einer lebendigen und kontroversen Diskussion. Ein Editorial im Kulturmagazin 041 gilt es dabei besonders hervorzuheben. Hier wird in einem offenen Brief an Luzern Tourismus über spuckende Gäste aus China geklagt: „Das stört unsereins, die wir doch grad erst unsere Birkenstöcke und Adiletten aus dem Chästli [dem Schuhkasten, Anm. FE]“ geholt haben (041 – DAS KULTURMAGAZIN 2018, 5). Man schlägt deshalb vor, Schilder mit der Aufschrift *Please don't spit here* oder alternativ 请不要吐 aufzustellen bzw. gratis Plastiktütchen zum Sammeln der Spucke abzugeben. Letztere könnten dann gegen Belohnung zurückgegeben werden. Dieser Artikel ist vielleicht mehr ironisch-sarkastisch als kritisch-reflektiert, zeigt aber exemplarisch, wie kulturelle Praktiken von bestimmten Gästegruppen bei gewissen Teilen der Luzerner Bevölkerung aufgenommen werden. Ein derart reflektierter Umgang findet nicht nur in institutionellen Gefäßen, wie Medien und Theater, statt, sondern auch in diskursiven Praktiken individueller Akteure im urbanen Raum. Praktiken der Reflexion konnotieren somit den Umgang mit dem Tourismus und wirken prägend auf das Zusammenleben in der Stadt ein.

4.6 Praktiken der Ironie

Mit Ironie lässt sich auf einen Missstand oder eine Uneinigkeit hinweisen, ohne das Problem explizit zu benennen oder sich gar dagegen aufzulehnen. Vielmehr kann durch eine sarkastische Überspitzung einer Situation oder eine witzige Anspielung auf ein Anliegen aufmerksam gemacht werden. Diese Praxis kann gleichzeitig auch als Ventil dienen und aufgestauten Frust auf humorvolle Art und Weise abbauen. URBAIN (1991, 25) stellt fest, dass Humor ein gewisses Unbehagen gegenüber den Tourist/-innen zu beseitigen vermag, Satire aber letztendlich mehr zur Verbreitung und Banalisierung von Vorurteilen als zu deren Abbau beiträgt. So können Praktiken der Ironie auch als Vorstufe von Protest und Widerstand verstanden werden. Dabei entstehen diese nie rein zufällig, sondern artikulieren meist einen bewussten Zustand und verkörpern eine entsprechend stabile Haltung.

Auf den Rundgängen wurden zwei spezifische Beispiele von Praktiken der Ironie in Bezug auf den Tourismus augenfällig. Beide manifestieren sich im unmittelbaren Umfeld des Löwendenkmals, einer der touristischen Hauptattraktionen Luzerns. Beim ersten Fall handelt es sich um ein Grafikbüro, welches sich im Erdgeschoss eines typischen Luzerner Stadthauses befindet. Gemäß einer persönlichen Unterhaltung mit E. Brechbühl (Interview vom 18.10.2018), einem der Inhaber und Partner des Gemeinschaftsbüros, kam es regelmäßig zu kleinen Störungen durch ungebetene Gäste. Oft klopfen Tourist/-innen an die Tür oder steckten ihre neugierigen Nasen durch das Fenster. Manche fragten nach Toiletten, andere nach dem Weg zum Löwendenkmal. Dies fanden die Inhaber des Grafikbüros erst noch belustigend, doch irgendwann wurde es ihnen doch zu viel. Ein klassisches *No-Photo*-Schild empfanden sie aber als zu konservativ und spießig, daher kamen sie auf eine Variante mit einem Zitat von MONTY PYTHON (1971) (Abb. 4), bei der der Ausdruck “and now for something completely different” – ein repetitives Erkennungsmerkmal (*catch phrase*) aus ironischen Sketchen und dem Titel eines bekannten Kult-Filmes – eingesetzt wird.

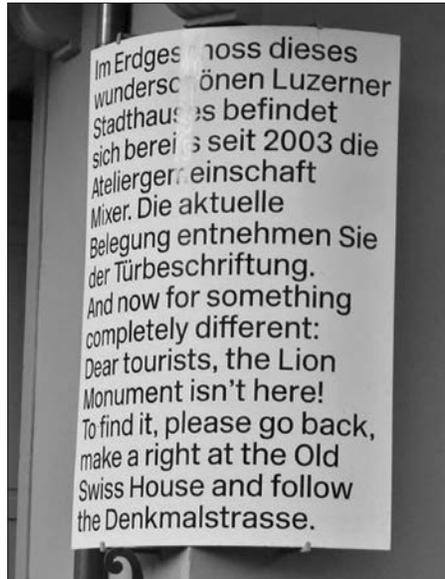


Abb. 4: Ironisches Hinweisschild für Tourist/-innen mit Monty Python Spruch (Foto: Florian Egli)

Fig. 4: Ironic poster aimed at tourists, using a Monty Python catch phrase (Credit: Florian Egli)

Das zweite Beispiel ist direkt gegenüber dem Löwendenkmal in einer kleinen Eisdiele, welche auch Getränke verkauft, zu beobachten. Neben den gängigen Süßgetränken bietet der Kiosk auch Leitungswasser an. Und zwar nicht einfach irgendein herkömmliches Leitungswasser, sondern „bestes Löwendenkmal-Leitungswasser“, wie es wortwörtlich auf dem Schild heißt: *“GET A REFILL! WATER not from the top of some far away mountain! We only serve best Swiss Lion Monument tap water! RE-FILL YOUR BOTTLE HERE!”* Ein so exklusives Leitungswasser wird selbstredend nicht kostenlos angeboten, sondern für 2,00 CHF (zum Vergleich: Mineralwasser 4,50 CHF). Dieses Angebot könnte eigentlich gut als Praxis der Unterstützung gelten, wie schon das Beispiel aus dem Souvenirshop Casagrande zu Beginn des Abschnitts illustrierte. Denn viele Tourist/-innen schätzen es sehr, ihre Getränkeflaschen mit qualitativ hochwertigem Trinkwasser aus Brunnen, öffentlichen Wasserhähnen oder bei anderen sich bietenden Gelegenheiten aufzufüllen. Dass die Quelle von Leitungswasser so prominent angepriesen wird und auch ein Geldbetrag für das Auffüllen einkassiert wird, kann jedoch bestenfalls als Ironie, andernfalls als touristische Abzocke interpretiert werden. Auch wenn der Geschäftsführer der Eisdiele etwas scheinheilig auf die Nachhaltigkeit von Leitungswasser verweist und findet, abgefülltes oder gar importiertes Mineralwasser weise eine weit schlechtere Ökobilanz auf, so ist es nicht von der Hand zu weisen, dass hier gutgläubige Tourist/-innen mit einer Attraktion, die keine ist, irregeführt werden. So lässt sich dieses Schild als Anzeichen von Ironie deuten, die sich über Tourist/-innen mokiert. Vielleicht ist

dies weniger offensichtlich als Souvenirartikel mit Höhenluft des Himalayas oder Sand der Sahara, die andernorts angeboten werden. Doch genau daher ist diese Aktion umso dreister, weil es sich bei dem hier beschriebenen Service um eine Dienstleistung handelt, die einem ernsthaften Reisebedürfnis entspricht (siehe auch Abschnitt 4.2). Ironisierende Praktiken prägen das Reiseerlebnis vieler Gäste, die mit derartigen Schildern oder Angeboten konfrontiert werden. Meist beziehen die Gäste die ironisierende Botschaft jedoch nicht auf sich selbst. Die Tourist/-innen, über die sich hier lustig gemacht wird, sind stets die anderen.

4.7 Praktiken von Protest und Widerstand

Die aktuelle touristische Entwicklung in Luzern kann auch zu Formen von Protest und Widerstand führen. Urbane Akteure manifestieren ihre Unzufriedenheit durch unterschiedliche Praktiken. Diese können subversiver Natur sein und den Missmut mehr oder weniger direkt adressieren. Es folgen drei Beispiele, welche solche Praktiken illustrieren. Ihre Botschaft ist im Kern stets dieselbe, die Ausdrucksform jedoch unterschiedlich. Beim ersten Beispiel handelt es sich um einen Schriftzug an einer Baustelle in der Altstadt. Hier erfolgt die Totalsanierung eines Hauses in zentraler Lage. Die Befürchtung ist berechtigt, dass durch die weiter oben beschriebenen Adaptionsprozesse ein Uhren- oder Schmuckladen als neuer Ankermieter die Ladenfläche im Erdgeschoss übernimmt (siehe auch Abschnitt 4.1). Diese Sorge adressiert explizit der Spruch in lokalem Dialekt an der Bauverkleidung, welcher rhetorisch die Frage stellt: „CHOND DO AU NOMOL EN UHRELADE HI?“ (Kommt hier auch nochmal ein Uhrengeschäft hin?, Anm. FE). Das Graffiti darf also nicht einfach als Schmiererei abgetan werden, sondern ist Ausdruck eines begründeten Unbehagens und Zeichen des Protests gegen eine ungewünschte Transformation, die sich im öffentlichen Raum materialisiert.

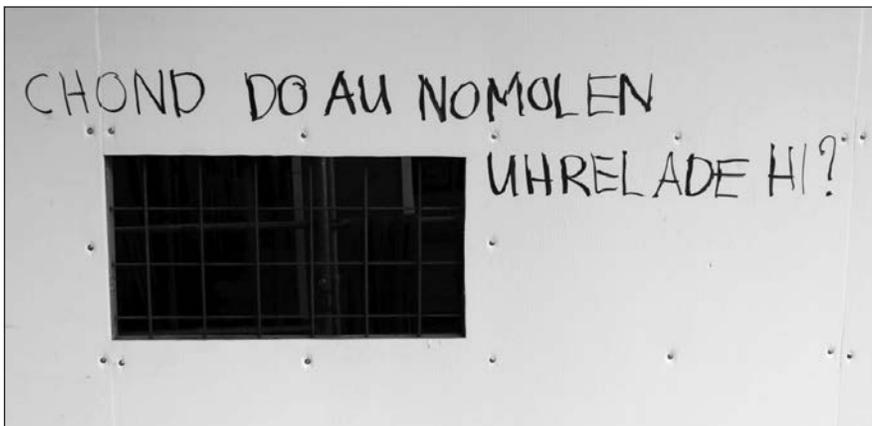


Abb. 5: Die Aufschrift auf einer Baustellenverkleidung fragt, ob hier auch ein Uhrengeschäft hinkommt (Foto: Florian Eggli)

Fig. 5: A graffiti on a construction site cladding asks, whether another store selling watches will be opening here (Credit: Florian Eggli)

Die beiden weiteren Beispiele von Protest- und Widerstandspraktiken sind kollektiver Natur und wenden sich ebenso gegen die Transformation des städtischen Raumes. Zum einen handelt es sich um den Protest in der Steinenstrasse, welcher gegen einen geplanten Hotelumbau gerichtet ist. Dieser Umbau sieht vor, ein existierendes Backpackerhotel in ein Dreisternehaus umzubauen. Die Anwohner/-innen wehren sich aus zwei Gründen dagegen, wie M.-A. Roth, der Präsident des zuständigen Quartiervereins Hochwacht, ausführt (Interview vom 21.05.2019). Einerseits würde der Neubau den Charakter der Steinenstrasse zerstören, die Flucht und Achse des Straßenbildes verändern und den Nachbarn vis-à-vis quasi eine Wand vor den eigenen Hauseingang stellen. Zudem sollte so eine Vergrößerung aufgrund der Schutzzonen-Bestimmungen rechtlich eigentlich gar nicht möglich sein. Andererseits ziehe ein Neubau auch eine andere Art von Gästen an, und zwar höchstwahrscheinlich Gruppentourist/-innen in Reisebussen, welche nicht mehr zum „Spirit“ der Steinenstrasse passen würden, so wie die heutigen Backpacker/-innen. Ferner wird entsprechender Mehrverkehr befürchtet. Aus diesen Gründen hat sich in der Steinenstrasse eine Interessengemeinschaft gebildet, die bereits 1745 Unterschriften gesammelt hat und mit Benefizkonzerten und Straßenfesten für den Erhalt der Steinenstrasse kämpft (PRO STEINENSTRASSE 2019).

Eine weitere kollektive Widerstandspraxis spielt sich jedes Jahr im August vor dem Löwendenkmal ab. Hier organisiert der Quartierverein Hochwacht gemeinsam mit dem Alpineum Kaffeehaus/Bar ein Mini-Festival. Der Name *Invictis Pax* ist Inschrift der am Platz gelegenen Kapelle und gleichzeitig Programm des Festivals, bedeutet er doch „Friede den Unbesiegten“, wie der zuständige Quartiervereinspräsident Roth erklärt. Der öffentliche Raum vor dem Löwendenkmal wird für ein kurzes Zeitfenster erneut einer lokalen Nutzung zugeführt, als Gegenpol einer touristisch dominierten Nutzung während des übrigen Jahres. Somit ist das Festival eine Form des Protestes, welche den Raum neu konnotiert und durch physische Präsenz einem anderen Nutzen zuführt. Dadurch erhält dieser eine andere Qualität, die im Zuge der touristischen Entwicklung verloren gegangen ist. Von den Veranstalter/-innen wird in den öffentlichen Ansagen während des Festivals explizit darauf hingewiesen, dass es sich nicht einfach um ein reguläres Straßenfest handelt, sondern dieses als Reaktion gegen einen überbordenden Tourismus zu verstehen ist. So werden die Besucher/-innen explizit aufgefordert, näher an der Bühne zu stehen, um den Durchgang für die Tourist/-innen zu erschweren. Es geht also um eine körperliche Aneignung verloren geglaubten Raumes durch ein (Re-)Arrangieren von Dingen.

5 Schlussfolgerungen

Der vorliegende Beitrag zeigt auf, wie der städtische Raum in Luzern von verschiedenen sozialen, kulturellen, materiellen und diskursiven Praktiken geformt, produziert und bewohnt wird. Diese raumkonstituierenden Praktiken begünstigen sich einerseits gegenseitig, stehen andererseits auch in Konkurrenz zueinander. Durch das multiple Engagement verschiedener Akteure wird das Konfliktfeld Stadt geschaffen, in welchem sich verschiedene Interessenslagen, Anspruchshaltungen und Verläufe kumulieren. MASSEY (2005, 154) spricht in diesem Zu-

sammenhang von der „Stadt als Arena“, wo Konflikte ausgetragen, politisch verhandelt und Räume konstituiert werden. Je nach persönlicher Agenda, wirtschaftlichen Abhängigkeiten und sozialem Hintergrund können sich Haltungen gegenüber dem Tourismus unterscheiden. Dieser Beitrag hält diese differenzierte Sicht mittels einer Gegenüberstellung diverser Praktiken fest, in welcher die unterschiedlichen Haltungen, Bindungen und Positionen zum Ausdruck kommen. Es wird aufgezeigt, dass zwischen den Polen von *Anpassung* und *Unterstützung* auf der einen Seite respektive *Protest* und *Widerstand* auf der anderen Seite eine Vielzahl von Abstufungen und Nuancen das Zusammenleben in der Stadt formen. So können etwa Praktiken der *Nostalgie*, des Nachtrauerns, ohne Weiteres auch als Praktiken der kritischen *Reflexion* gedeutet werden. Die Grenzen der in diesem Beitrag vorgeschlagenen Dimensionen sind daher nicht als trennscharf zu verstehen, sondern vielmehr als fließende, ineinander verzahnte und interagierende Formen des Zusammenlebens. Die in den Praktiken manifesten Haltungen und Einstellungen hängen zudem stark von der sozialen Involvierung, der ökonomischen Abhängigkeit und der individuell wahrgenommenen Bedrohungen des Tourismus ab. Verlustängste, Einschätzungen und Bewertungen resultieren aus solchen Rahmenbedingungen und entsprechenden Machtbeziehungen, die teils über Generationen entstanden und im Sinne eines „touristische[n] Kapital[s] eines Ortes“ (STOCK et al. 2014) inkorporiert wurden.

Es wird somit deutlich, dass die vorschnelle Diagnose von *overtourism*, wie sie in den Medien und im öffentlichen Diskurs oft plakativ, vereinfacht und verkürzt dargestellt wird, zu kurz greift. Vielmehr handelt es sich bei einer touristischen Stadt, wie das Beispiel Luzern exemplarisch zeigt, um ein Produkt der Praktiken mannigfaltiger Akteure, die Ressourcen mobilisieren, Bezüge zu Orten schaffen und den Raum mit ihren sozialen, kulturellen, emotionalen, diskursiven und materiellen Praktiken konstituieren. „Eine Stadt ist immer im Werden und niemals im Sein“, wie das geflügelte Wort von SCHEFFLER (1910) über Berlin treffend festhält. Somit kann die Verhandlung über die touristische Entwicklung als konstituierender Bestandteil einer andauernden Debatte verstanden werden, welche Luzern seit über 200 Jahren begleitet und seitdem prägend für das Zusammenleben in der touristischen Stadt gewesen ist. Denn wie der Tourismus gehören auch die konstanten Anpassungsprozesse, die verschiedenen Formen der Unterstützung, die Abstumpfung und Gleichgültigkeit, der nostalgische Umgang mit der Vergangenheit und die kritische Reflexion, die Ironie wie auch der Protest und der Widerstand zum laufenden Verhandeln des Städtischen und somit zum Werden und Sein von Luzern. Nur durch Berücksichtigung dieser umfassenden Bandbreite an Haltungen, Meinungen und Praktiken wird man der Komplexität und Vielschichtigkeit des Phänomens Tourismus im Allgemeinen und *overtourism* im Speziellen gerecht.

Der vorliegende Aufsatz hat aus der Perspektive verschiedener, meist einheimischer Bewohner/-innen der Stadt, einen Blick auf deren raumkonstituierende Praktiken gelegt. Aus zwei Gründen gilt es nun, diese Perspektive zu öffnen und eine Vielzahl weiterer Akteure zu Wort kommen zu lassen. Erstens wird die Debatte über den Tourismus in Luzern oft verkürzt als Konfrontation zwischen chinesischen Massentourist/-innen und widerständigen Einheimischen missverstanden.

Dies wird entsprechend pointiert in den Medien dargestellt, was im öffentlichen Diskurs nicht selten zu einer Diffamierung der Gäste aus China als Sündenbock führt. Auch dieser Aufsatz hat sich in einer ersten Annäherung an das Feld auf diese dichotome Betrachtung fokussiert, es wird an dieser Stelle jedoch explizit darauf hingewiesen, dass Praktiken und Haltungen unter den Reisenden nicht minder differenziert und verschiedenartig ausfallen wie bei den Einheimischen. Es gilt daher, den Betrachtungswinkel zu öffnen, um den Tourismus als Teil eines ganzheitlichen Phänomens zu erkennen und die Komplexität, Vernetzung und Fluidität der verschiedenen Spielarten des Tourismus verstehen zu können.

Zweitens ist Tourismus eine mobile Praxis, welche die unterschiedlichen Akteure einschließt, die allesamt das Städtische produzieren. Zukünftige Forschung wird auch Pendelnden, Zugezogenen, Zweitwohnungsbesitzenden, Tagestourist/-innen, Übernachtungsgästen, Heimweh-Luzerner/-innen, internationalen Studierenden und Langzeitbesucher/-innen, Fußballspielbesuchenden, Kongressteilnehmenden und Durchreisenden eine Stimme geben und sie in das Konzept des pluralen Behorens der Stadt integrieren.

Literatur

- 041 – DAS KULTURMAGAZIN 2018: Guten Tag, Luzern Tourismus. In: 041 – DAS KULTURMAGAZIN, Juli/August 2018 (N° 7/8), S. 5.
- BÆRENHOLDT, J. O., M. HALDRUP, J. LARSEN & J. URRY 2017: *Performing Tourist Places*. London.
- BENJAMIN, W. 1997/1973: *Charles Baudelaire. A lyric poet in the era of high capitalism*. London/New York.
- BFS (Bundesamt für Statistik) 1937: *Statistisches Jahrbuch der Schweiz*. Herausgegeben vom Eidgenössischen Statistischen Amt, Basel.
- BFS (Bundesamt für Statistik) 2019: *Beherbergungsstatistik (HESTA)*. Auswertung Raumbezug: Gemeinden (letzter Zugriff: 03.06.2019).
- BURCKHARDT, L. 2015: *Warum ist Landschaft schön? Die Spaziergangswissenschaft*. Berlin.
- BÜRGI, A. 2016: *Eine touristische Bilderfabrik. Kommerz, Vergnügen und Belehrung am Luzerner Löwenplatz, 1850–1914*. Zürich.
- BÜSCHER, M., J. URRY & K. WITCHGER 2011a: *Mobile Methods*, London/New York.
- BÜSCHER, M., J. URRY & K. WITCHGER 2011b: Introduction: mobile methods. In: BÜSCHER, M., J. URRY & K. WITCHGER (Eds.): *Mobile Methods*. London/New York, S. 1–19.
- COLEMAN, S. & M. CRANG (Eds.) 2002: *Tourism. Between Place and Performance*. New York/Oxford.
- COLOMB, C. & J. NOVY (Eds.) 2017: *Protest and Resistance in the Tourist City*. London.
- DE CERTEAU, M. 1989: *Kunst des Handelns*, Leipzig.
- DODDS, R. & R. BUTLER (Eds.) 2019: *Overtourism, Issues, Realities and Solutions*. Berlin/Boston.
- EDENSOR, T. 2001: *Performing Tourism, Staging Tourism: (Re)producing Tourist Space and Practice*. In: *Tourist Studies* 1 (1), S. 59–81.
- FINCHAM, B., M. MCGUINNESS & L. MURRAY 2010: Introduction. In: FINCHAM, B., M. MCGUINNESS & L. MURRAY (Eds.): *Mobile methodologies*. Basingstoke, S. 1–10.
- FLÜCKIGER STREBEL, E. 2013: *Tourismusgeschichte Zentralschweiz Detailprojekt*. Bern.

- FRISCH T., C. SOMMER, L. STOLTENBERG & N. STORS (Eds.) 2019: *Tourism and Everyday Life in the Contemporary City*. London/New York.
- GERBER, A., B. MUNKHBOLD & I. VIANELLO 2020: Residents' perception of tourism in Lucerne. Final Report. Applied Research Project supervised by F. Egli (head coach) and F. Weber (method coach). Lucerne University of Applied Sciences and Arts, Institute of Tourism (unveröffentlichte Projektarbeit).
- HISTORISCHES MUSEUM LUZERN 2018: Queen Victoria in der Schweiz. URL: https://historischesmuseum.lu.ch/ausstellungen/Archiv/Ausstellung_Queen_Victoria (letzter Zugriff: 03.06.2019).
- HOTELLERIE SUISSE & SCHWEIZ TOURISMUS 2017: *Swiss Hospitality for Chinese Guests*. Bern/Zürich.
- HUNZIKER, W. 1943: *System und Hauptprobleme einer wissenschaftlichen Fremdenverkehrslehre*. St. Gallen.
- INGOLD, T. & J. L. VERGUNST (Eds.) 2008: *Ways of Walking. Ethnography and Practice on Foot*. Aldershot (= *Anthropological Studies of Creativity and Perception*).
- INGOLD, T. 2000: *The Perception of the Environment. Essays on Livelihood, Dwelling and Skill*. London/New York.
- KUNSTMUSEUM LUZERN 2019: Turner, Das Meer und die Alpen. URL: <https://www.kunstmuseumluzern.ch/ausstellungen/turner-meer-alpen/> (letzter Zugriff: 06.06.2019).
- KUSENBACH, M. 2003: Street phenomenology. The go-along as ethnographic research tool. *Ethnography* 4 (3), S. 455–485.
- LUSSAULT, M. & M. STOCK 2010: "Doing with space": Towards a Pragmatics of Space. *Social Geography* 5 (1), S. 11–19.
- MASSEY, D. 2005: *For space*. London [u. a.].
- MAYRING, P. 2000: *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim.
- MILANO, C., J.-M. CHEER & M. NOVELLI 2019a: *Overtourism. Excesses, Discontents and Measures in Travel and Tourism*. Wallingford.
- MILANO, C., M. NOVELLI & J. M. CHEER 2019b: Overtourism and Tourismphobia: A Journey Through Four Decades of Tourism Development, Planning and Local Concerns, *Tourism Planning & Development* 16 (4), S. 353–357.
- MONTY PYTHON 1971: *And Now for Something Completely Different* (Deutscher Titel: *Monty Python's wunderbare Welt der Schwerkraft*). An anthology of the best sketches from the first and second seasons of Monty Python's Flying Circus. Film-Dokument.
- OMACHEN, P. 2010: *Luzern – eine Touristenstadt. Hotelarchitektur von 1782 bis 1914*. Baden.
- PRO STEINENSTRASSE 2019: *Interessensgemeinschaft Steinenstrasse Luzern*, URL: <https://www.prosteinenstrasse.ch/> (letzter Zugriff: 03.12.2019).
- RECKWITZ, A. 2012: Affective spaces: a praxeological outlook. In: *Rethinking History* 16 (2), S. 241–258.
- RECKWITZ, A. 2016: *Kreativität und soziale Praxis. Studien zur Sozial- und Gesellschaftstheorie*. Bielefeld.
- RICKLY-BOYD, J. M., D. C. KNUDSEN, L. C. BRAVERMAN & M. M. METRO-ROLAND 2014: *Tourism, Performance, and Place. A Geographic Perspective*. London (= *New Directions in Tourism Analysis*).
- SCHATZKI, T. R. 1996: *Social practices. A Wittgensteinian approach to human activity and the social*. Cambridge.
- SCHEFFLER, K. 1910: *Berlin – ein Stadtschicksal*. Berlin.
- SIMMEL, G. 1903: Die Großstädte und das Geistesleben. *Jahrbuch der Gehe-Stiftung*, Band 9. Dresden, S. 187–206.

- STOCK, M. 2007: European Cities: Towards a Recreational Turn? In: Hagar. Studies in Culture, Polity and Identities 7 (1), S. 115–134.
- STOCK, M. 2014: „Touristisch wohnt der Mensch“. Zu einer kulturwissenschaftlichen Theorie der mobilen Lebensweisen. In: ROLSHOVEN, J., H. SPODE, D. SPORRER & J. STADLBAUER (Hrsg.): Mobilitäten. Berlin, S. 186–201 (= Voyage: Jahrbuch für Reise- & Tourismusforschung, 10).
- STOCK, M. 2019: Inhabiting the city as tourists. Issues for urban and tourism theory. In: FRISCH, T., C. SOMMER, L. STOLTENBERG & N. STORS (Eds.): Tourism and Everyday Life in the Contemporary City. London/New York, S. 42–66.
- STOCK, M., C. CLIVAZ, O. CREVOISIER, L. KEBIR & S. NAHRATH 2014: The Circulation of Wealth. Resort Development and Touristic Capital of Place. Neuchâtel (= MAPS [Maison d'analyse des processus sociaux] Working Paper 5–2014/E).
- STRAUSS, A. L. 1991: Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Datenanalyse und Theoriebildung in der empirischen soziologischen Forschung. München.
- THIBAUD, J.-P. 2001: La méthode des parcours commentés. In: M. GROSJEAN & J.-P. THIBAUD (Édit.): L'espace urbain en méthodes. Marseille, S. 79–99 (= Eupalinos. Architecture et Urbanisme).
- TOURISMUS FORUM LUZERN 2016: Tourismus schafft Arbeitsplätze. URL: <http://www.tfl-luzern.ch/index.php/sensibilisierung/sensibilisierung.html> (letzter Zugriff: 01.06.2019).
- URBAIN, J.-D. 1991: L'idiote du voyage. Histoire de touristes. Paris.
- WEBER, F., F. EGGI, T. OHNMACHT & J. STETTLER 2019: Lucerne and the impact of Asian group tours. In: DODDS, R. & R. BUTLER (Eds.): Overtourism, Issues, Realities and Solutions. Berlin/Boston, S. 169–184.
- WIRTH, L. 1938: Urbanism as a way of life. In: The American Journal of Sociology 44 (1), S. 1–24.
- WÖHLER, K. 2011: Touristifizierung von Räumen. Kulturwissenschaftliche und soziologische Studien zur Konstruktion von Räumen. Wiesbaden.
- WUNDER VON LUZERN 2018: Das Wunder von Luzern, das Musical. URL: <https://www.wundervonluzern.ch> (letzter Zugriff: 28.06.2019).
- ZÜSLI, B. 2019: Eröffnungsrede zur Vernissage der Jubiläumsausstellung „Turner. Das Meer und die Alpen“ am 05.07.2019 im Kunstmuseum Luzern.

Bisher erfolgte Interviews

- ALESSANDRO & FLAMINIA (31.10.2019) Gäste aus Italien
- AMBÜHL, C. (28.11.2019) Einheimischer Luzern, Betreiber Maroni Stand
- AREE & HUGO (19.05.2020) Souvenirshop-Betreiber Luzern
- AREE (05.05.2020) Souvenirshop-Betreiberin Luzern sowie zufällige Begegnung mit Reuß-Schwimmenden
- BRECHBÜHL, E. (18.10.2018) Inhaber und Partner Ateliergemeinschaft Mixer, Luzern
- DIANA & JAMES (11.02.2020) Internationale Studierende (USA und Vietnam) in Luzern
- DIVERSE (08.01.2020) Einheimische Luzern, Teilnehmende an Rundfahrt mit Fonduekutsche
- DIVERSE (13.06.2020) Paar aus Zürich, Mutter und Tochter aus Aarau, Teilnehmende einer Rundfahrt mit dem Tourist Train, Luzern
- DIVERSE (17.01.2020) Geführte Gruppe, Lichtfestival Luzern
- DIVERSE (22.12.2019) Künstlerinnen und Künstler sowie Besuchende der Finissage L21, Kunsthalle Luzern
- FEHLMANN, C. (19.06.2018) Freier Theaterschaffender Luzern

- FEHLMANN, C. (08.06.2020) Freier Theaterschaffender Luzern (Interview 2)
GASSMANN, A. (08.06.2020) Betreiber VisitLovers, Luzern
INTHASORY, S. & P. MAKNANTAPISIT (10.10.2019) Gäste aus Thailand
KRÜGEL, U.-A. (23.07.2019) Quartierpolizist Luzern
KRÜGEL, U.-A. (30.06.2020) Quartierpolizist Luzern (Interview 2)
LEUPI, M. (22.01.2019) Altstadtbewohnerin Luzern
MADÖRIN, T. (08.08.2019) Künstler aus Basel/Zürich mit Ausstellung in Luzern
ROTH, M.-A. (21.05.2019) Quartiervereinspräsident Hochwacht
ROTH, M.-A. (13.05.2020) Quartiervereinspräsident Hochwacht (Interview 2)
SCHREIBER, N. (31.10.2019) Filialeiterin Alnatura, Luzern
SCHULTHESS, M. (06.05.2019) Quartiervereinspräsident Hirschmatt-Neustadt
SIMMEN, K. (18.06.2019) Quartiervereinsvorstand Säli-Bruch-Obergütsch
SINANOVIC, A. (04.02.2019) Filialeiter Migros Schweizerhof
STALDER, J. (22.02.2019) Einwohnerin Agglomeration Luzern, tätig in Luzern
STALDER, J. (14.05.2020) Einwohnerin Agglomeration Luzern (Interview 2)
STEINER, E. (21.10.2019) In Luzern wohnhafte Philippinerin mit Besuch aus USA/Philippinen
STUDER, M. (22.01.2019) Einwohnerin Agglomeration Luzern, tätig in Luzern
STUDER, M. (02.06.2020) Einwohnerin Agglomeration Luzern (Interview 2)
SURMONT, FAMILIE (23.07.2019) Gäste aus Belgien
THAILÄNDISCHES PAAR (24.10.2019) Gäste aus Thailand
VINCENT & AMY (04.02.2019) Gäste aus China (mit Sohn und befreundetem Ehepaar mit Sohn)
VIVIENNE & PETER (27.05.2020) Serviceangestellte und Koch aus Ungarn
VON DACH, M. & R. BURCH (26.06.2019) Quartierentwicklung Stadt Luzern
WILDHABER, D. (14.11.2019) Schokoladenverkäufer Luzern mit 20 Jahren China-Erfahrung
ZHAO, K., J. HUI & B. ZHEN (22.10.2019) Gäste aus China, teils wohnhaft in Luxemburg