

Zeitschrift: Toggenburger Jahrbuch

Band: - (2022)

Artikel: Touristische Werbung für die Landschaft Toggenburg

Autor: Büchler, Hans

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-966092>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 20.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Touristische Werbung für die Landschaft Toggenburg

Von der Aufklärung motivierte Forscher, Künstler und Reisende hatten ab dem 18. Jahrhundert die Bergwelt von Alpstein und Churfürsten erkundet. Um 1800 machten erste Reiseführer auf das Thurtal aufmerksam. Doch erst nach dem Bau der Toggenburger-Bahn unternahmen die Sektion Toggenburg des Schweizer Alpenclubs und am Tourismus Interessierte erste Schritte.

Die Werbung war einheitlich für alle Toggenburger Gemeinden und Wil geplant. Zu diesem Zweck wurde 1892 der Toggenburger Verkehrsverband gegründet. Dieser und die Nachfolgeorganisation Toggenburg Tourismus bemühen sich seit rund 130 Jahren, den Herausforderungen der Technik, den Ansprüchen der Gäste, dem Schutz der Natur und den lokalen sowie toggenburgischen Interessen gerecht zu werden.

Hans Büchler

Inspiriert von Johann Wolfgang von Goethe, Lord Byron oder durch Schillers «Wilhelm Tell» strömten nach 1800 die ersten Touristen in die Schweiz. Zahlreiche Schriftsteller, unter ihnen Johann Gottfried Ebel, beschrieben ihre Eindrücke von den Menschen, ihren Sitten und Gebräuchen und den begeisternden Naturlandschaften. Im Alpenraum hatte sich seit der Mitte des 19. Jahrhunderts auch die Schweiz zu einem wichtigen Reiseziel entwickelt. 1841 organisierte Thomas Cook die erste touristische Gruppenreise in die Schweiz, und nur vier Jahre später wurde das erste gleichnamige Reisebüro der Welt eröffnet. Die in grossen Auflagen gedruckten deutschsprachigen Führer des Verlages Baedeker gaben wertvolle Hinweise zur Vorbereitung und Durchführung von Reisen.

Die Anfänge der Tourismuswerbung

Hand in Hand mit dieser Entwicklung wurde das europäische Schienennetz ausgebaut. Fähren verbanden Länder, die bisher nur umständlich erreichbar oder abgeschottet waren. Das Reisen wurde schneller, bequemer und preisgünstiger. In der Schweiz gehörten kühne Eisenbahnstrecken, der Ausbau von



Ältestes bekanntes Werbeplakat des Toggenburgs ist eine Lithografie für die Industrie- und Gewerbeausstellung 1888 in Wattwil: Blick von der Gruben ob Wattwil ins obere Toggenburg, unten das Ausstellungsgebäude im Neudorf, links der Fahrplan und rechts der Text des Ausstellungsreglements.

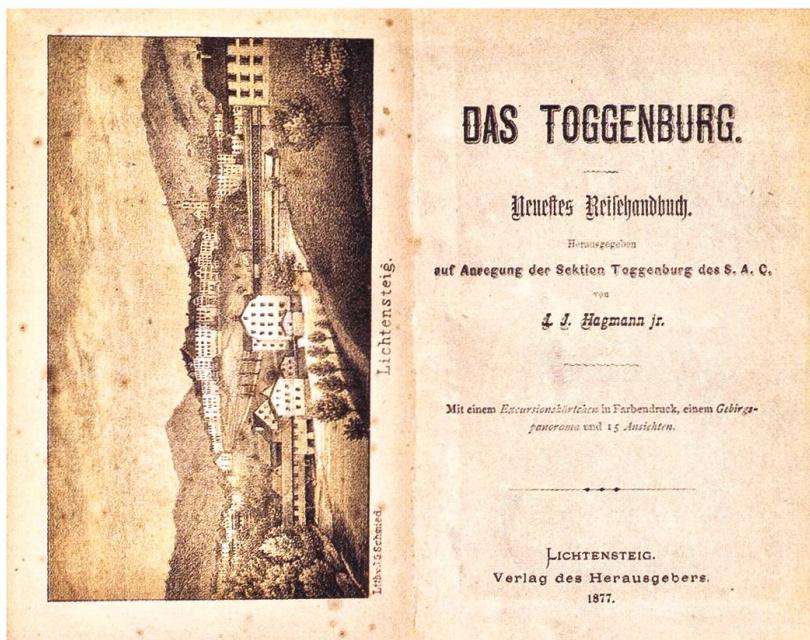
Alpenpässen und die Eröffnung von Dampfschifffahrts-Routen zur Attraktion der touristischen Infrastruktur. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts entstanden die ersten Kurorte mit ihren grossen Hotelbauten. Die wachsende Konkurrenz unter den verschiedenen Destinationen zwang diese, sich als Zentrum für Gesundheit, als Ort des Vergnügens oder Anbieter von Sporteinrichtungen zu spezialisieren. Um auf diese speziellen Attraktionen hinzuweisen und die europäische Konkurrenz in Schach zu halten, waren Ideen für die Werbung gefragt. Zu wichtigen Werbeträgern entwickelten sich seit 1880 die Postkarte und das Plakat, nach dem Ersten Weltkrieg auch der Prospekt mit Fotografien.

Die ersten Plakate des 19. Jahrhunderts setzen sich aus mehreren kleinen Bildern und einem beherrschenden Text zusammen, der nur aus nächster Nähe gelesen werden konnte. Wichtig war der Text, die farbigen Bildmotive auf dem grossformatigen Papierbogen hatten nur eine sekundäre Aufgabe. Bald jedoch wurde erkannt, dass die Passanten durch ein einzelnes Bildmotiv stärker gefesselt wurden. Das Plakat begann sich vom schriftlichen zum augenfälligen Medium zu entwickeln. Texte wurden

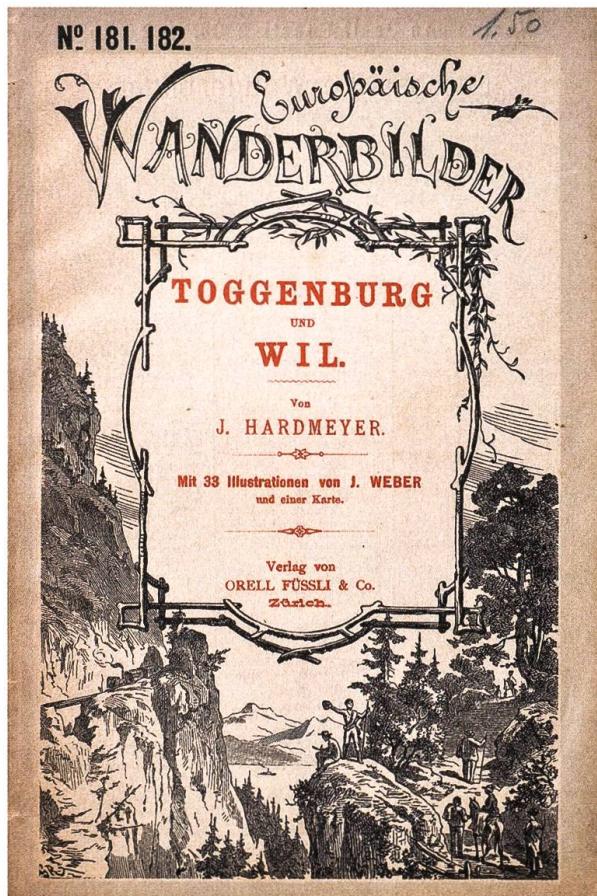
nun im handlichen Prospekt integriert, dessen Umschlag ebenfalls als Blickfang diente. Erfindung und Verbreitung neuer Druck- und Kopierverfahren beschleunigten auch die Produktion von Ansichtskarten mit fotografischen Motiven. Diese wurden in prächtig ausgestatteten Alben gesammelt und animierten den Betrachter zu Reisen, Kur- und Ferienaufenthalten.

Der Toggenburger Tourismus erwacht

Mit der Eröffnung der Toggenburger-Bahn im Jahre 1870 waren Erwartungen der aufstrebenden Industrie im mittleren und unteren Toggenburg von schnelleren und günstigeren Verbindungen nach St. Gallen, Süddeutschland, Winterthur und Zürich verbunden. Nach dem Niedergang der Buntweberei und dem Verlust der Heimarbeit hoffte auch die überwiegend ländliche Bevölkerung von Thur- und Neckertal, am Aufschwung des einsetzenden Fremdenverkehrs in den Alpen profitieren zu können. Das Toggenburg wurde 1871 in den «Wanderstudien aus der Schweiz» von Eduard Osenbrüggen erstmals vorgestellt. Die Gründer der Sektion Toggenburg des Schweizer Alpenclubs (SAC) hatten sich 1870 ebenfalls das Ziel gesetzt, durch den Ausbau leicht begehbarer Wege am Speer und im Alpstein die Bergwelt und Natur für Fremde zu erschliessen und weitere touristische Aktivitäten zu unterstützen. 1877 publizierte der Lichtensteiger J. J. Hagmann im Auftrag des SAC den ersten Toggenburger Reiseführer. Die Interessenvertreter von Industrie und Tourismus stammten weitgehend aus der Bevölkerung des mittleren und unteren Toggenburgs. Im heutigen Zentrum

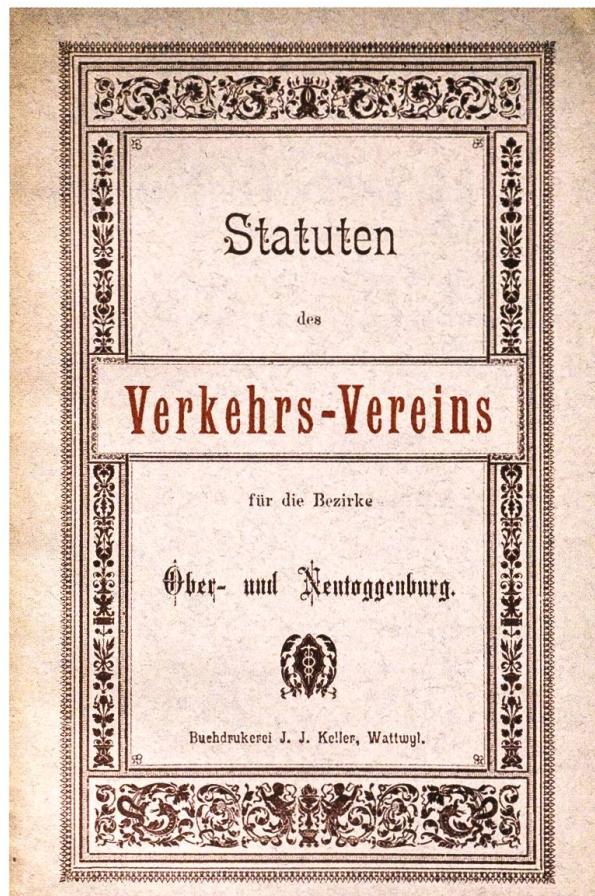


Reiseführer von Wil bis Wildhaus von J. J. Hagmann, 1877 herausgegeben von der Sektion Toggenburg SAC. Er enthält 11 Lithografien, 2 Holzstiche, eine Karte und ein Panorama vom Speer.



Reiseführer des Zürchers Johann Jakob Hardmeyer, 1890. Er umfasst den Raum von Wil bis Wildhaus mit 33 Holzstichen von Johannes Weber und einer kleinen Europa-karte mit Hinweis auf die Lage des Toggenburgs.

Statuten des Toggenburger Verkehrsvereins, 1893. Der Verein wurde 1905 in Verband umbenannt.



des Tourismus, im oberen Toggenburg, war anfänglich wenig Pioniergeist zu spüren.

Deshalb gründeten am Tourismus Interessierte aus verschiedenen Berufsgruppen im Dezember 1892 den Toggenburger Verkehrsverein (TVV), 1905 umbenannt in Verkehrsverband, dem 17 lokale Verkehrsvereine zwischen Wil und Wildhaus angehörten. Dessen Zweck war, «alle Interessen des Fremdenverkehrs in Zusammenarbeit mit Behörden und Privaten zu wahren und zu fördern, indem die Vorzüge des Toggenburgs in der Touristenwelt bekannt gemacht werden». Kurz: Das Toggenburg als Kurlandschaft bekannt zu machen, um dem Tal zu wirtschaftlichem Aufstieg zu verhelfen. Es galt, für den «Mittelstand oder kleinen Mann» ein Ferienparadies durch gut geführte Gasthäuser und Privatpensionen mit bescheidenen Preisen zu schaffen. Dieses Ziel wollte man durch die Herausgabe von reich illustrierten, informativen Reiseführern, kollektiven Inseraten und redaktionellen Beiträgen in Tageszeitungen oder grösseren Zeitschriften erreichen. Mit den Bahnen handelte man bessere Fahrpläne und vermehrte Schnellzugshalte in Wil aus, und im Pferdepost-verkehr auf den Strassen strebte man grössere Pünktlichkeit und ein einheitliches Taxsystem an. Als wichtigste Einrichtung des

Verkehrsverbandes wirkte das gemeinsame Verkehrsbüro in Lichtensteig. Es diente als Anlaufstelle für die Kurlandschaft Toggenburg und koordinierte alle Werbung.

Das Verkehrsbüro Lichtensteig

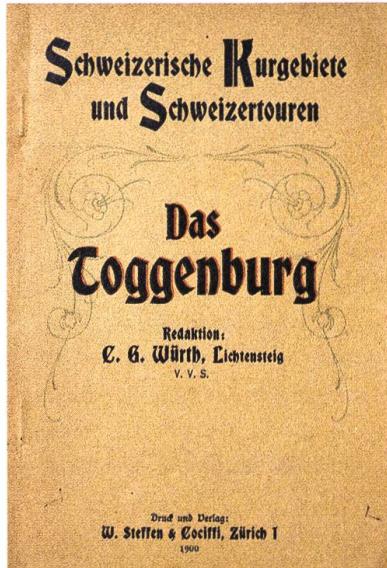
Die erfolgreiche Arbeit des Verkehrsbüros im Städtli war weitgehend von einer einzigen Person geleistet worden: Carl Gottlieb Würth. Neben seinem Beruf als Lehrer und dem Einsatz als Leiter des Verkehrsbüros führte Würth auch den Verkehrsverein Lichtensteig und vertrat verschiedene Versicherungsagenturen aus dem In- und Ausland. Er leitete das Büro von 1892 bis zu seinem Tod im Jahr 1916. Der Jahresbericht für das Jahr 1900 weist 2707 Korrespondenznummern auf. Dazu gehörten die Beantwortung oder Vermittlung von Gästeanfragen sowie der Versand und die Verteilung der Werbeunterlagen. Daneben verfasste er Zeitungsartikel über das Toggenburg und aktualisierte laufend das Reisehandbuch von Hagmann oder den Baedeker. Bereits ein Jahr nach der Gründung des TVV erschien ein mit acht farbigen Lithografien illustriertes Heft in einer damals grossen Auflage von 12 000 Exemplaren, das ins In- und Ausland versandt wurde. Akribisch bearbeitete Würth die Publikationen

Titelbild des ersten Werbehefts des Toggenburger Verkehrsverbandes aus dem Jahr 1893, verfasst von seinem Leiter C. G. Würth aus Lichtensteig. Zweites und drittes Heft sind inhaltlich identisch.

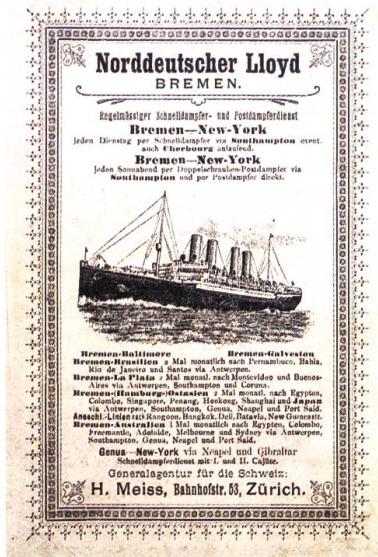
Faltprospekt mit Xylografien (Holzstich), um 1895.



von 11 Heften mit einer Gesamtzahl von 92 000 Exemplaren und gab Aufträge für Litho- und Xylografien (Holzstiche). Die Fotografien liess er von lokalen Fotoateliers erstellen oder beauftragte führende Unternehmen wie Photoglob in Zürich. Würth hatte früh die Bedeutung der Fotografie zur Unterstützung des Textes erkannt.



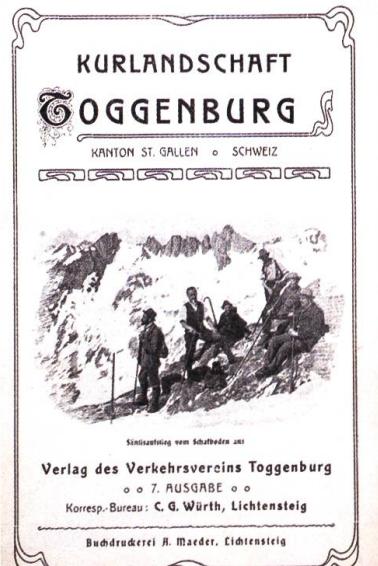
Toggenburger Heft in der Reihe «Schweizerische Kurgebiete und Schweizertouren» 1899/1900. Verfasser: C. G. Würth. Das vierte Heft enthält die gleichen Holzstiche, zusätzlich aber ausführliche Texte über Land und Leute sowie touristische Hinweise.



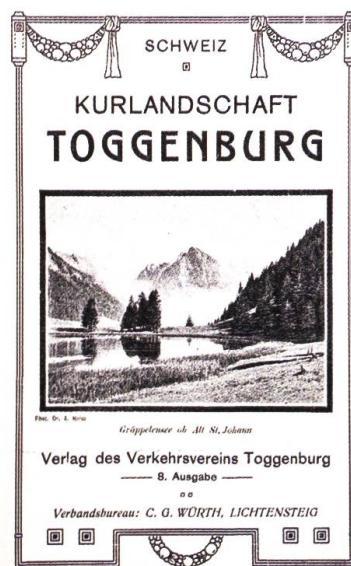
Rückseitiges Inserat der fünften Ausgabe um 1901/02. Mit der Generalagentur Lloyd wurde vereinbart, auf den Passagierdampfern den Toggenburger Reiseführer aufzulegen.



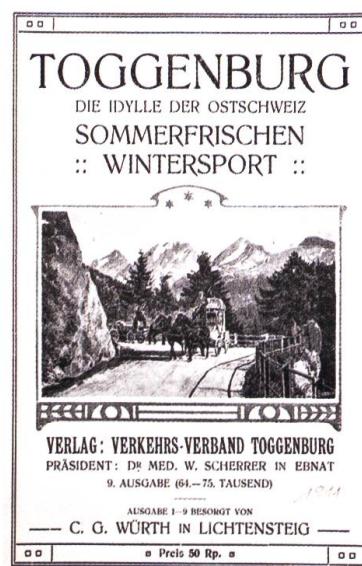
Die sechste Auflage (1903), neu geschrieben und gestaltet, enthält erstmals Fotografien von Land und Leuten und erste Winterbilder.



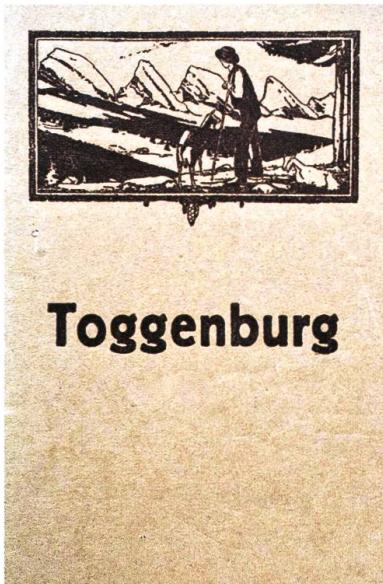
Die siebte Auflage (1904).



Die achte Auflage (1908) enthält erste Fotos vom Skisport.



Die neunte Auflage (1911) wurde erstmals je hälftig dem Sommer- und Wintertourismus gewidmet. Sie ist mit 128 Seiten die umfangreichste Publikation.



Toggenburg

Die zehnte Auflage (1916) wurde nach dem Tod C. G. Würths von seinem Nachfolger Karl Schöbi herausgegeben.



Die 20 Farbfotografien von Wil bis Wildhaus wurden von C. G. Würth zusammengestellt, erschienen ohne Begleittext und Datum, vermutlich um 1903. Es folgte noch kurz vor seinem Tod 1916 eine Sonderausgabe der Edition Photoglob Zürich mit hervorragenden Schwarz-Weiss-Aufnahmen fast aller Dörfer des Thur- und des Neckertals.

Die Propaganda von Würth nutzte viele Wege. Kollektivinserate mit der Überschrift «Toggenburg» umfasste die Gasthäuser und Pensionen, von denen viele ermuntert wurden, noch eigene Werbung anzufügen. Jedes Frühjahr zog er mit dem Handwagen zur Post, um Ärzte und Zahnärzte mit kostenlosen Führern zum Auflegen in den Praxen zu bedienen. Die Verkehrsbüros der Schweizer Städte und vor allem Süddeutschlands erhielten Prospekte und Führer zur Gratisabgabe an Interessenten. Würth bediente zudem gegen 160 Zeitungen (!) mit Propagandakorrespondenzen. Das Verkehrsbüro organisierte auch zahlreiche Schaufenster-Ausstellungen oder Bahnhofsklamente in der ganzen Schweiz. Zudem liess es Postkarten der prächtigen Landschaft drucken, da die wenigsten Besucher einen Fotoapparat besasssen.

Der inhaltliche Aufbau der Werbebroschüren blieb während Würths Tätigkeit weitgehend der gleiche. Im einleitenden Kapitel über Land und Leute wird das Toggenburg als verkehrstechnisch gut erschlossenes ländliches Gebiet und deshalb idealer Ferienort dargestellt. Bergtouren und Wanderungen im Stil eines Tourenführers widmet sich das zweite Kapitel. Der heilenden Wirkung der Alpenluft gegen unzählige Krankheiten und weiteren medizinischen Aspekten widmet sich das dritte. Weitere Kapitel werden als geschichtlicher Überblick, Ortsbeschrei-

bungen oder Beurteilungen aus anderen Reiseführern angefügt. Die Qualität der Werbung war derart überzeugend, dass Würth 1914 im Auftrag der sankt-gallischen Verkehrsvereine einen Reiseführer für den ganzen Kanton erstellen durfte. Nach dem Tod des äusserst aktiven Leiters mitten im Ersten Weltkrieg übernahm der Lichtensteiger Lehrer Karl Schöbi die Leitung des Verkehrsbüros. Wegen Geldmangel und Neuerungen im Stil der Werbung beschränkte sich der Verband auf eine letzte Ausgabe im Jahr 1921.

Infrastrukturen für den Tourismus

Die Verantwortlichen des Verbandes hatten erkannt, dass ein Schwergewicht auf Luxustourismus im Toggenburg nicht erfolgreich sein würde. Der aufkommende Massentourismus eröffnete eine Marktnische, da sich mit dem Wachsen der Löhne der bürgerliche Mittelstand und die Arbeiterschaft Ferien leisten konnten. Das Thur- und Neckertal wurden auch als Ziel für Gruppen- und Gesellschaftsreisen empfohlen. Im Gegensatz zur Konkurrenz musste der Aufenthalt im Toggenburg gut und billig sein. Diese Philosophie wird in allen Werbeschriften herausgestrichen und beibehalten bis in die 60er-Jahre.

Nach dem Ersten Weltkrieg hatte sich Tourismus und Werbung durch das Aufkommen eines Wintertourismus gründlich gewandelt. Der Bau der Bodensee-Toggenburg-Bahn 1910 und die Erweiterung der einstigen Toggenburger-Bahn von Ebnat nach Nesslau im Jahr 1912 verkürzten die Wege ins Toggenburg. Die Postkutsche ab Nesslau und Buchs wurde 1918 durch Postautos ersetzt. Der zunehmende Automobilverkehr brachte zwar willkommene Kurgäste, wurde aber auf den staubigen, ungeleerten Strassen eine unangenehme Belästigung. Ende der 20er-Jahre warb der Verband sogar einmalig für Autofahrten durch das Toggenburg, realisierte aber schnell, dass der Tagestourismus die Hotelbetriebe konkurrenierte. Mit der 1918 gegründeten Schweizerischen Verkehrszentrale (SVZ, seit 1996 Schweiz Tourismus) betrieb der Verband eine enge Zusammenarbeit, ebenso mit der ein Jahr früher gegründeten Nordostschweizerischen Verkehrsvereinigung (NOV).

Nach dreissig Jahren grosser Aktivität war die Gründergeneration des Verbandes durch frische Kräfte abgelöst worden. Der Wandel der Werbung verlangte nach neuen Ideen. Das schnelle Wachstum des Wintertourismus hatte die Attraktivität schwergewichtig ins oberste Toggenburg verlagert und unter den Verkehrsvereinen Verteilkämpfe um die knappen Finanzen ausge-



**Im Auto
durch
Toggenburg**

Toggenburger
Heimatmuseum

RINGIER & CO., ZOFINGEN



löst. Es entstand ein Problem, das auch hundert Jahre später grosse Solidarität und regionales Denken erfordert.

Hoteliers und Betreiber von Pensionen, Bergbahnen und Skiliften begannen neben der Werbung des TVV auch solche in eigener Sache zu betreiben. Eine ausführliche Beschreibung der umfangreichen Prospekt- und Inserate-Werbung durch die zahlreichen Hotels und Pensionen in der rund 130 Jahre dauernden Geschichte des Toggenburger Tourismus würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Sie bleiben einer späteren Publikation vorbehalten.

Das illustrierte Fremdenblatt «Das Toggenburg»

Anfang der 20er-Jahre begann der Toggenburgische Verkehrsverband seine inzwischen etwas altbackene Werbung zu überdenken. Realisiert wurde schliesslich die Idee einer regelmässig erscheinenden Gästezeitschrift nach dem Muster der erfolgreichen Kurorte St. Moritz, Davos, Interlaken oder Zermatt. Das Hauptproblem war die Überwindung der Lokalinteressen im Hinblick auf die aufkommende Wintersaison im obersten Toggenburg. «Wahrung der Interessen aller» lautete die Devise, und in der ersten Ausgabe vom Mai 1926 betonte man in vielen

Werbeprospekte aus den
1920er-Jahren.

Beiträgen das gemeinsame Vorgehen anstelle von Einzelaktionen. Die Kurlandschaft Toggenburg sollte als «Toggenburg» und nicht als «Wildhaus» oder «Unterwasser» vermarktet werden.

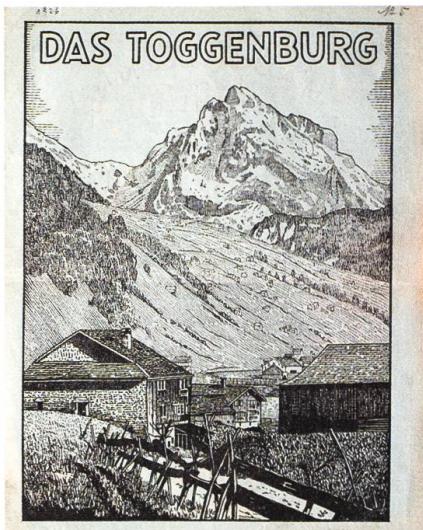
Das Fremdenblatt wurde im Sommer mindestens alle 14 Tage und im Winter in höchstens drei Ausgaben unter dem Titel «Das Toggenburg. Illustriertes Fremdenblatt» in einer anfänglichen Auflage von 2000 Exemplaren herausgegeben. Es galt als Bindeglied zwischen Gast und Gastgeber. Nebst vielen grosszügigen Illustrationen und Texten zum Fremdenverkehr im Toggenburg waren vor allem die Themen Erholung, Sport und Unterhaltung gefragt. Die einstigen Werbeschlager Ruhe, Gesundheit, Medizin oder Kuren interessierten immer weniger. Die ersten Winterausgaben des Fremdenblattes beschäftigten sich vorwiegend mit Wildhaus, Unterwasser und Alt St. Johann im obersten Toggenburg.

Äusserst beliebt bei Besuchern war die Publikation von Gästelisten der verschiedenen Pensionen und Hotels. Sie gaben Hinweise auf die Zusammensetzung der Reisenden und verhalfen diesen zu Ferienbekanntschaften und Kontakten. Die Betriebe konnten aus ihnen den Gradmesser ihrer Beliebtheit ersehen und sich zu noch besseren Leistungen anspornen – sofern die Mitteilungen nicht übertrieben waren. Zu Beginn der 30er-Jahre war der Werbeerfolg dieses Blattes offenkundig. Fast die Hälfte des Umfangs wurde durch Inserate des Gastgewerbes beige-steuert.

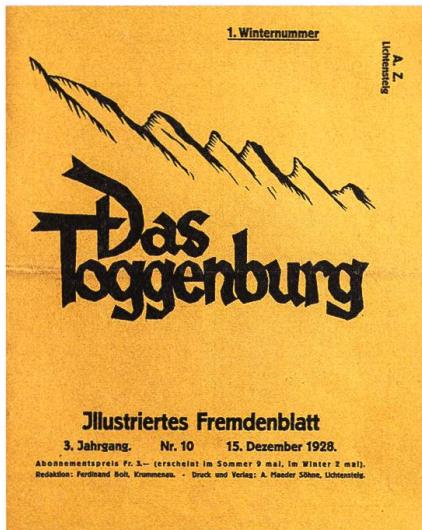
Die goldenen 30er-Jahre

Die langen unwirtlichen Winter und die wenig lohnende Früh- und Spätsaison des Sommertourismus konnten die Unternehmungen nicht begeistern. Erst die Entdeckung des Winters brachte für den einheimischen Tourismus die ersehnte zweite Saison, die Investitionen wieder lohnte. Wem Kutschenfahrten und Spaziergänge zu langweilig wurden, dem empfahl man jetzt Wintersportarten wie Schlitteln, Schlittschuhlaufen und später das Skifahren. Nach der Entdeckung und ersten Entwicklung des Skisports im toggenburgischen Stein boten die neu gegründeten Skiklubs dreitägige Skikurse für Herren und Damen an und organisierten Skirennen, Sprungkonkurrenzen und Läufe. Als Impulsgeber und Koordinator wirkte der bereits 1910 ge-gründete Toggenburger Skiclubverband, der 1945 im Ostschweizerischen Skiverband aufging. Parallel dazu entwickelten die Hotelbetriebe die Skichilbi mit Tanz zu einem eigentlichen Ritual. Nach dem Bau der ersten Wintersportbahnen ab 1934

Die Titelseiten des illustrierten Fremdenblattes 1926–1940



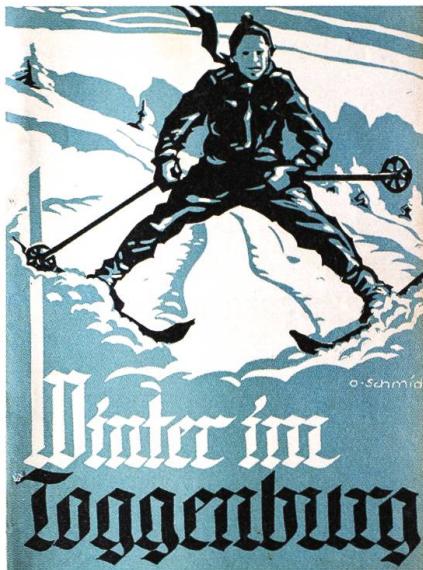
Erste Ausgabe 1926.



Ausgabe 1928 und erste Winterausgabe im Dezember 1927.



Ausgabe 1929.



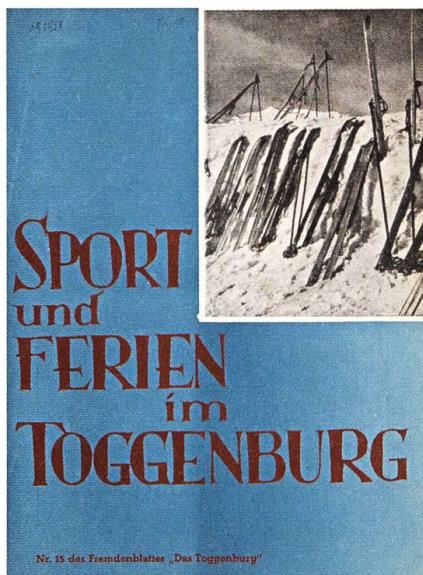
Winternummer ab 1929/30.



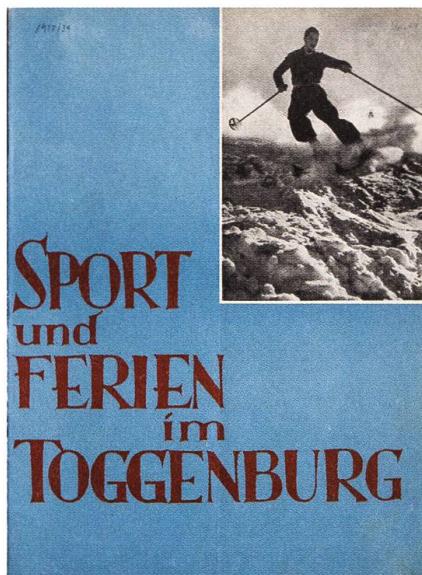
Ausgaben 1930–1937 und 1938/39.



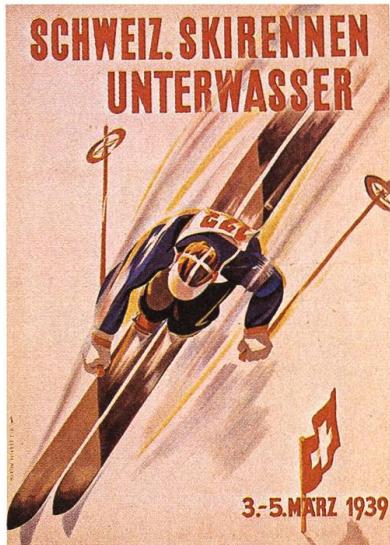
Ausgabe 1938.



Winterausgabe 1937/38.



Winterausgabe 1939/40.



Plakat von Martin Peikert, 1939,
Eidenbenz-Seitz & Co., St. Gallen.



Plakat von Paul Wyss, 1960.

entstand ein blühendes Skischulwesen, das auch gesamtschweizerisch von grosser Bedeutung wurde. Zusätzlich förderte man den später populär gewordenen nordischen Langlauf, und 1962 gründete Hans Ammann in Alt St. Johann die erste schweizerische Skiwerschule. Initiative Klubs und Persönlichkeiten organisierten nebst lokalen und regionalen Skirennen auch solche für den Ostschweizerischen Skiverband (OSSV) und 1939 in Unterwasser und 1960 in Wildhaus auch Schweizerische Skirennen und Meisterschaften für den Schweizerischen Skiverband (SSV).

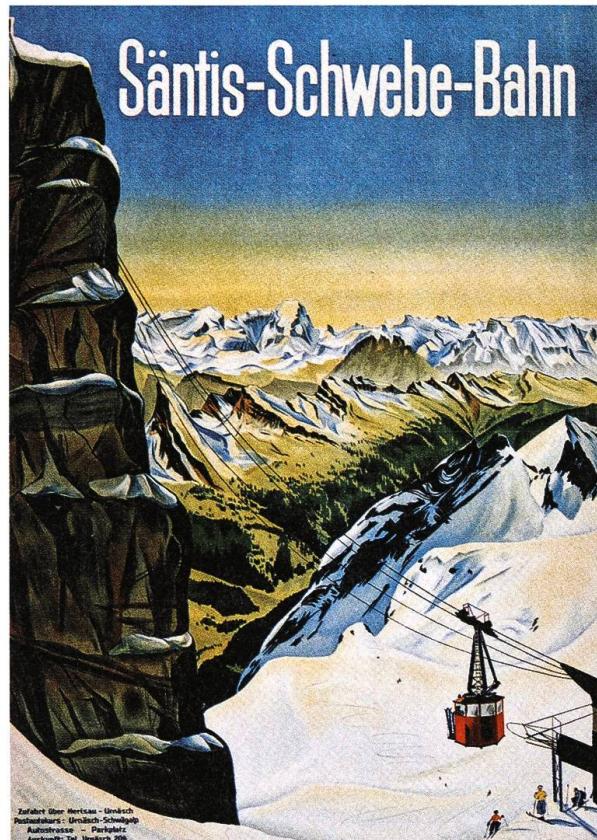
Ende der 20er-Jahre befürchteten die Hoteliers aufgrund der Weltwirtschaftskrise sinkende Übernachtungszahlen und glaubten, dass ohne eine attraktive Bahn die Wintertouristen allmählich in verkehrstechnisch besser erschlossene Skigebiete abwandern könnten. Da eine spektakuläre Bergbahn das Prestige einer Tourismusgegend enorm vergrössern konnte, beschäftigte man sich mit verschiedenen Projekten. Im Vordergrund stand eine Bahn zum Säntis, die vom Chüeboden ob Unterwasser über den Rotsteinpass auf den Säntis führen sollte. Die Konzessionsbehörde des Bundes entschied sich jedoch für das Ausserrhoder Seilbahnprojekt von der Schwägalp, die von Süddeutschland und St. Gallen schneller erreichbar war. 1932 reichte die Initiantengruppe mit Hotelier Walter Looser, Kur- und Verkehrsvereinspräsident Jakob Geisser, beide aus Unterwasser, sowie Walter Kesselring, Direktor der Bodensee-Toggenburg-Bahn und grosser Freund des Toggenburgs, dem Bundesrat ein Konzessionsgesuch für den Bau einer Drahtseilbahn von Unterwasser auf die Alp Iltios ein. Die nach dem Vorbild der Davoser Parsennbahn erstellte Anlage konnte nach 10-monatiger Bauzeit im Sommer 1934 den Betrieb eröffnen. Ein Jahr später wurde auch die Luftseilbahn Schwägalp-Säntis eröffnet.

In enger Zusammenarbeit zwischen dem Verkehrsverein Unterwasser und dem Toggenburger Verkehrsverband wurde die Werbung als Aushängeschild für die ganze Region vermarktet. Auf der Suche nach neuen Ideen hatte der Verkehrsverband bereits 1931 einen Wettbewerb ausgeschrieben und durch den Maler Hans Looser ein Sommerplakat, in den 40er-Jahren zusätzlich ein Winterplakat erstellen lassen. Unterwasser kam durch den zweimaligen Aufenthalt der holländischen Königin Wilhelmine in den Wintern 1934/35 sogar in die internationale Presse.

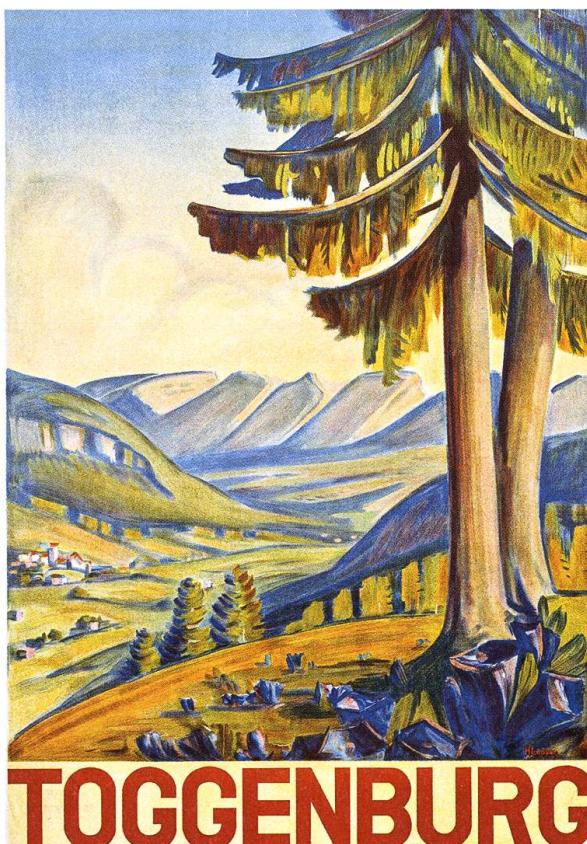
Die Gäste erwarteten im Toggenburg keine luxuriösen Ferienangebote, sondern vielseitige, abwechslungsreiche und kos-



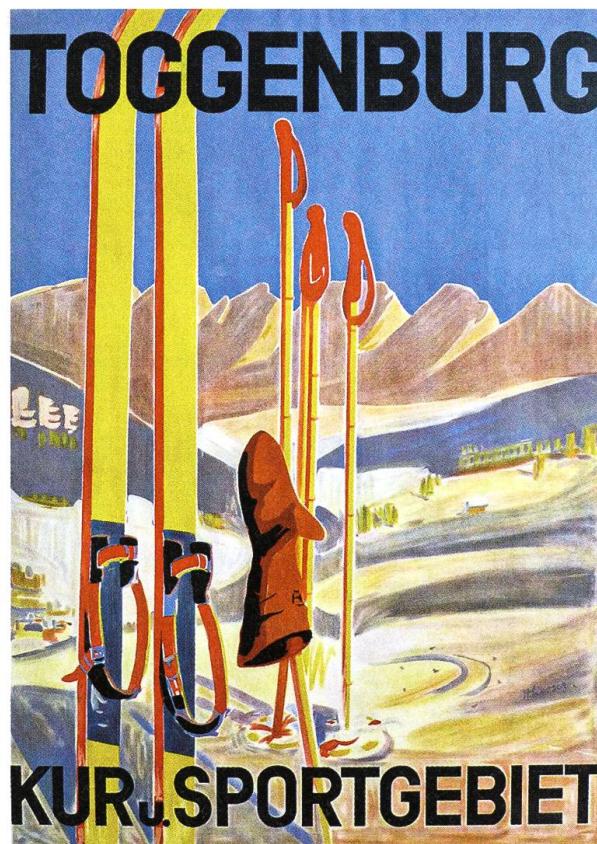
Plakat der Drahtseilbahn Unterwasser–Iltios von Carl Moos, 1934, Art. Inst. Orell Füssli, Zürich.



Plakat der Luftseilbahn auf den Säntis von Arnold Bosshard, 1935, Lithag, Herisau. Privatbesitz.

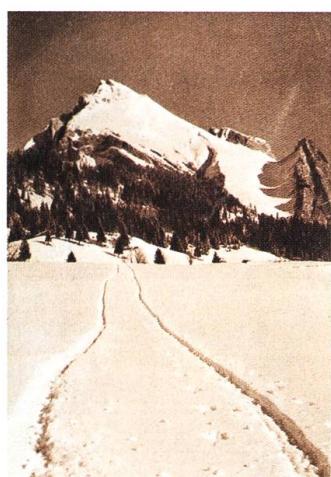


Sommerplakat von Hans Looser, 1931, Eidenbenz-Seitz, St. Gallen. Staatsarchiv St. Gallen.



Winterplakat von Hans Looser, 1940er-Jahre, Eidenbenz-Seitz, St. Gallen. Privatbesitz.

Toggenburger Verbands-Prospekte 1932–40 (Auswahl)

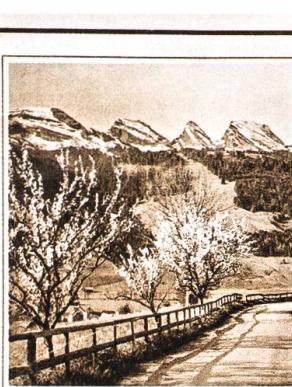


Toggenburg
Schweiz

TOGGENBURG

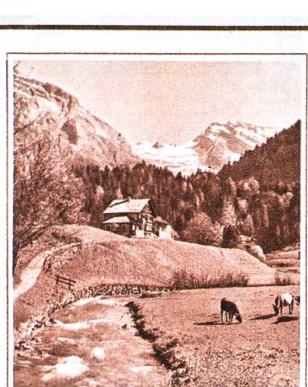


ILIOS BEI UNTERWASSER
Phot. Wehrli



Toggenburg

Schweiz

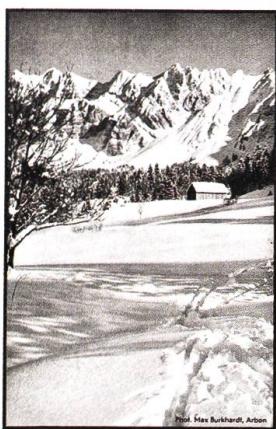


Toggenburg

Schweiz

Druck: Rosenthal Erler & Cie. A.-G., Chur

TOGGENBURG



KRIEBAD bei Nesslau
Phot. Max Burkhardt, Arbon

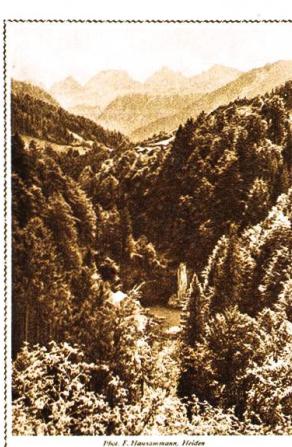
SCHWEIZ

TOGGENBURG



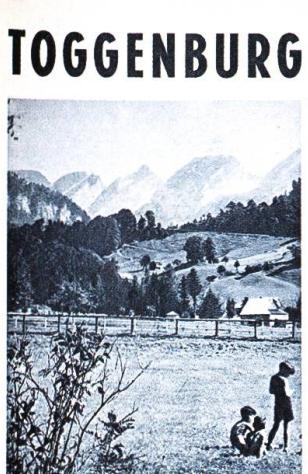
YBERO bei Wollerau
Phot. Max Burkhardt

SCHWEIZ



Toggenburg

Schweiz

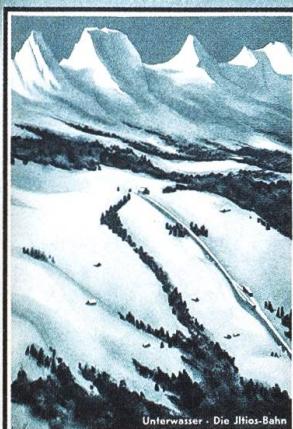


BEI NESSLAU-NEU ST. JOHANN
Phot. Burkhardt

SCHWEIZ

TOGGENBURG

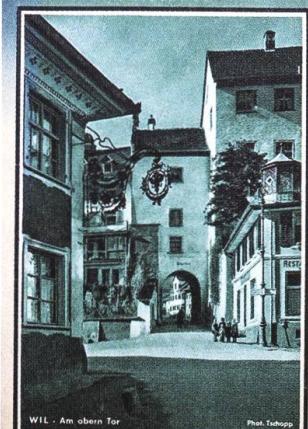
SCHWEIZ



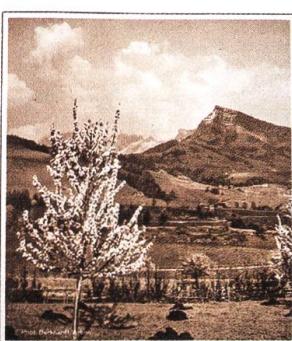
Unterwasser - Die Ilios-Bahn

TOGGENBURG

SCHWEIZ

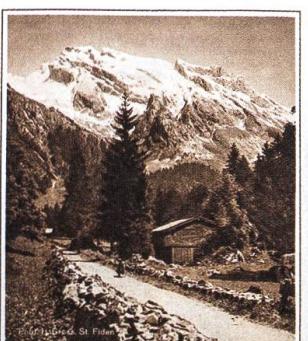


WIL - Am oberen Tor
Phot. Ed. Schopp



Toggenburg

Schweiz

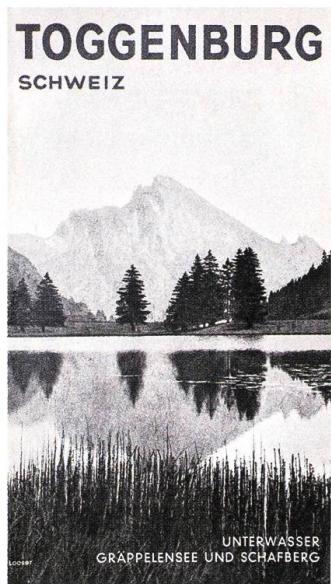
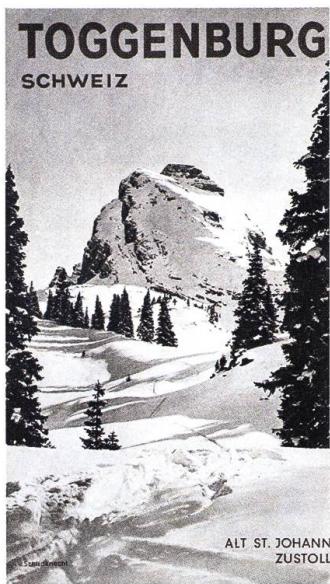


BEI LUZERN - St. Fiden

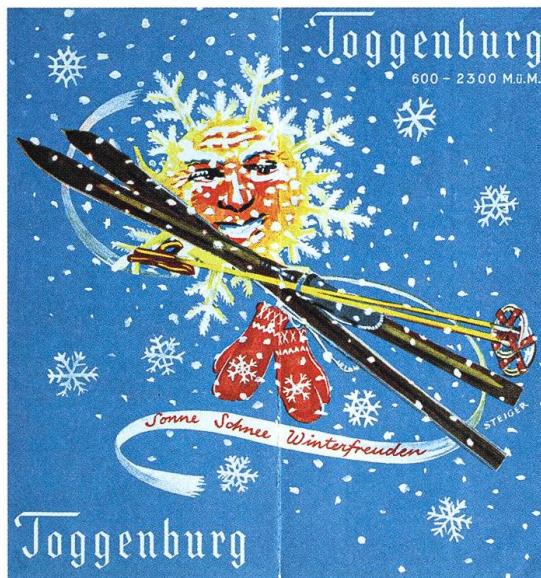
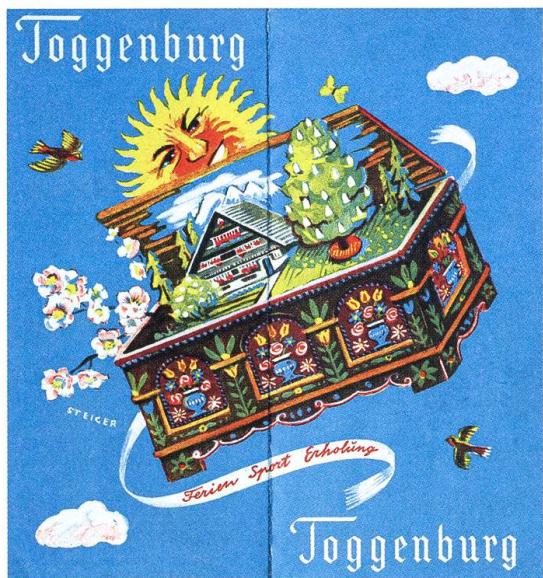
Toggenburg

Schweiz

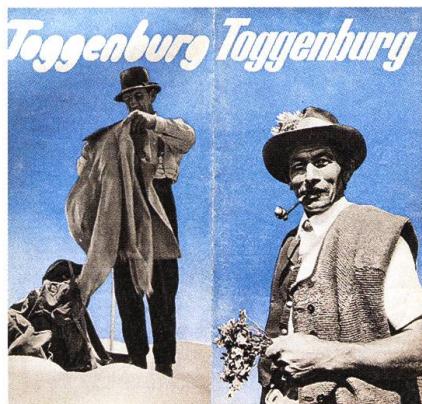
Druck: Münzschul Doser & Cie. A.-G., Chur



Mit 20 Ansichten von Wil bis Wildhaus.



Prospekte für Sommer und Winter, um 1936.



Prospekt um 1937 mit Werbung von Wil bis Wildhaus.

Werbung für Skitouren vor 1934,
noch ohne Bahnen.

Prospekt 1949.

tengünstige Sportmöglichkeiten sowie unterhaltsame Freizeitangebote. Der Verband startete deshalb ab 1932 eine eigentliche Grossoffensive mit Prospekten aus allen Regionen mit Schwerpunkt auf das oberste Toggenburg, organisierte Pressefahrten und sorgte für die Ausstrahlung der toggenburgischen Schneberichte im Radio. Die SBB erklärten sich bereit, den «Toggenburger», einen der Direktzüge von Winterthur nach Nesslau, zu führen, und bot so den Städtern eine preiswerte Fahrt ins Skigebiet gleich vor der Haustüre.

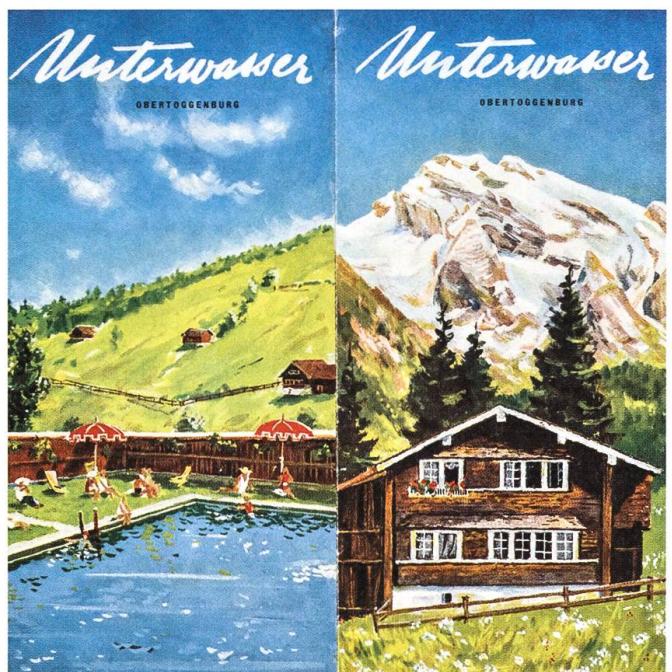
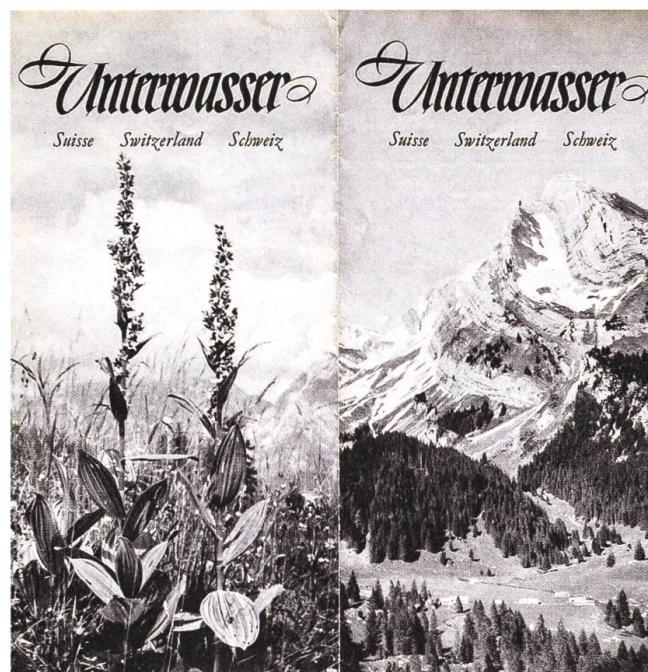
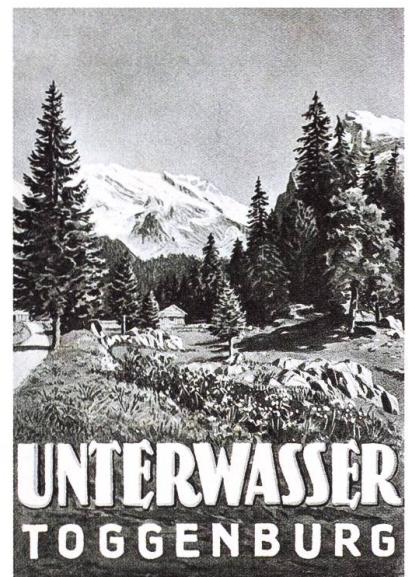
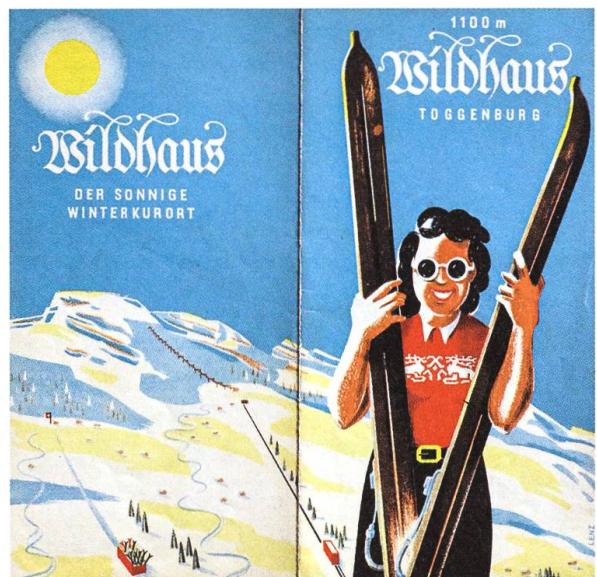
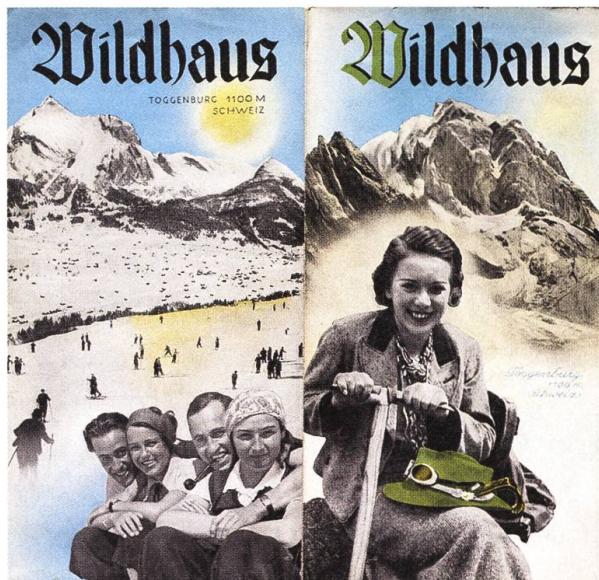
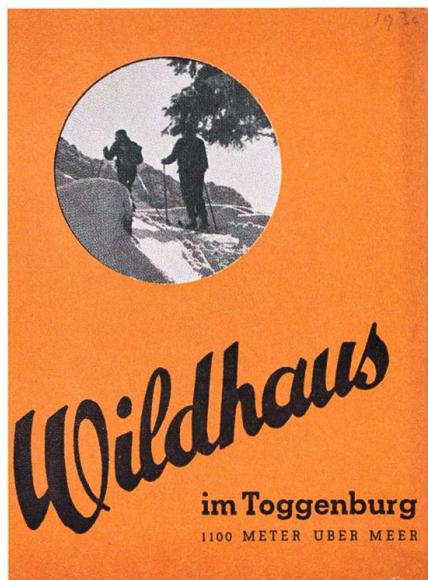
Es kriselt im Toggenburger Verkehrsverband

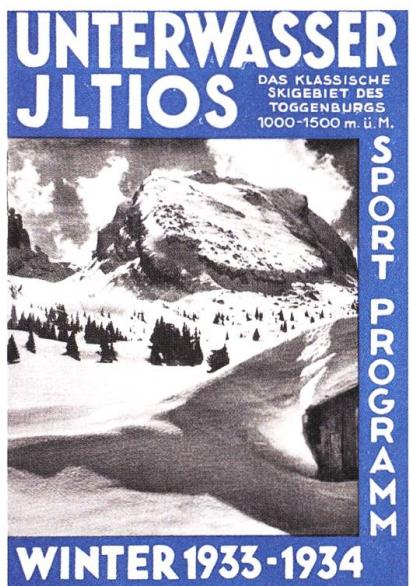
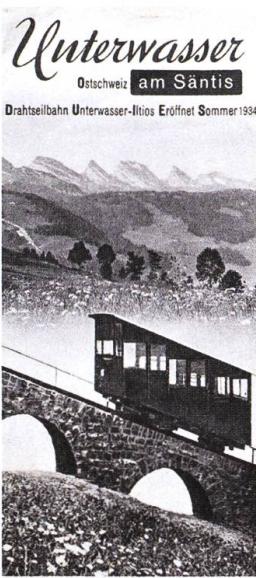
Der TVV hatte nach seiner Gründung 1892 aktiv die Hauptrolle in der Werbung übernommen und über sein Vereinsbüro in Lichtensteig umgesetzt. Als Grundlage diente ein geschicktes und durchdachtes Konzept: Die Kurlandschaft Toggenburg trat als Einheit auf. Die gebündelte Werbung aller Mitglieder wurde durch Reiseführer, Prospekte, Kollektivinserate, Marketing für die Hotellerie, Postkarten und Zeitungsartikel gezielt gestreut und konnte so hohe Synergieeffekte erzielen. Einzelaktionen sollten möglichst vermieden werden. Zur Finanzierung setzte man die Mitgliederbeiträge sowie Kur- und Nachtlogiertaxen ein.

Mitte der 20er-Jahre begann diese Eintracht zu bröckeln. Die wachsenden wirtschaftlichen und sozialen Unterschiede zwischen dem oberen und dem unteren Toggenburg erschwerten die enge Zusammenarbeit und eine «gerechte» Verteilung der Mittel. Bereits 1925 hatten die grossen Sektionen von Wildhaus, Unterwasser und Alt St. Johann über zu hohe Mitgliederbeiträge geklagt. Sie sahen nicht mehr ein, warum sie die Werbung von Oberhelfenschwil, Hemberg oder Rietbad mitfinanzieren sollten. Mit der neu geschaffenen Plattform des illustrierten Fremdenblattes «Das Toggenburg» war es dem Verband noch gelungen, die Einheit unter den Mitgliedern zwischen 1926 bis 1940 zu wahren. Mit dem Ausbau von Sportbahnen im obersten Toggenburg – 1934 die Iltiosbahn in Unterwasser, 1937 die Funi-Schlittenseilbahn in Wildhaus und 1946 der Sessel- und Skilift von Alt St. Johann auf die Sellamatt – wurde der Konflikt unvermeidbar. Nationale und internationale Erfolge von Athleten aus dem oberen Toggenburg untermauerten die Bedeutung des Skigebietes. Es kam zum Eklat.

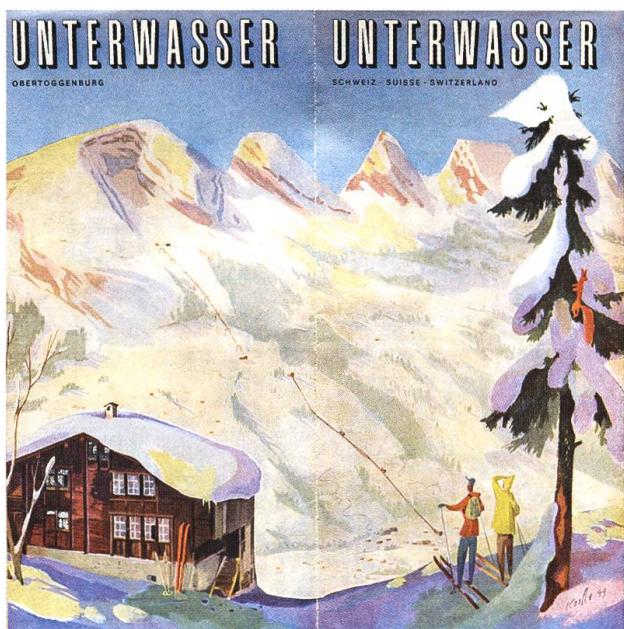
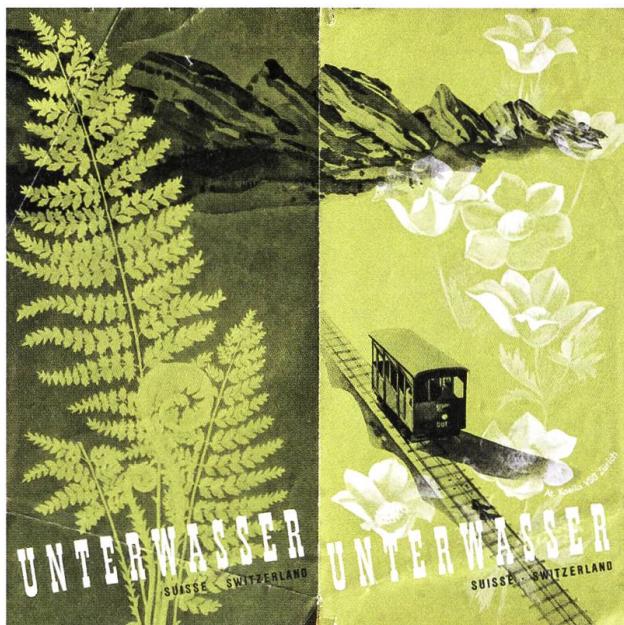
Anfang der 40er-Jahre traten die Sektionen des oberen Toggenburgs aus dem Verband aus. Ihre Interessen wollten sie nur noch unter sich wahrnehmen. Auch die Diskussion über die geplante Verlängerung der Toggenburger-Bahn über Wildhaus

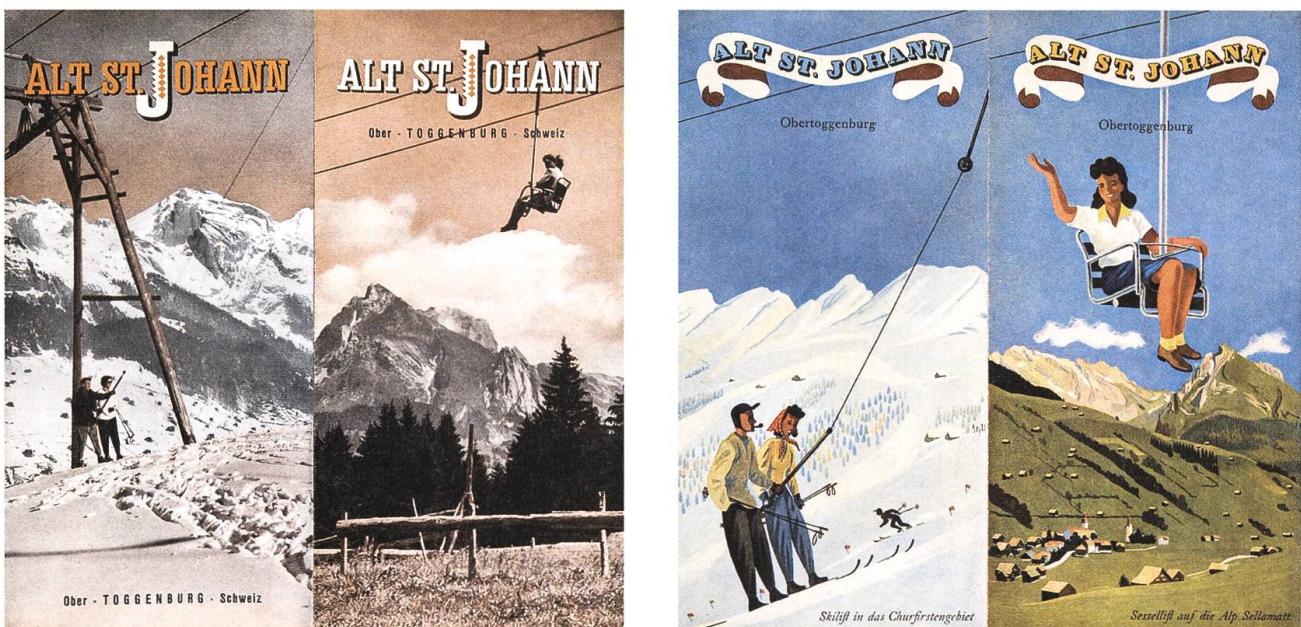
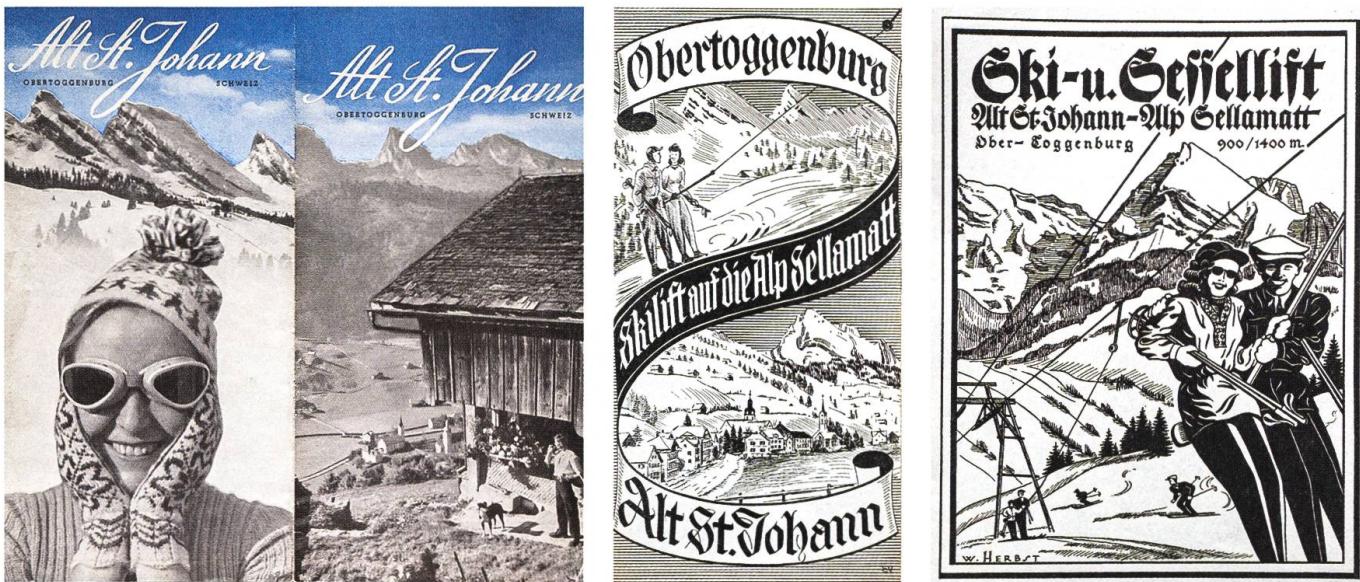
Prospekte der Obertoggenburger Skiorte 1930–1960 (Auswahl)





Sommerprospekt zur Eröffnung der Iltiosbahn 1934.





Kombinierter Ski- und Sesselift 1946/47.



Prospekte von 1946 bis Ende der 50er-Jahre.

nach Buchs geriet in den Strudel der touristischen Sonderinteressen: Die Bahn fördere nicht den Übernachtungs-, sondern nur den Tagestourismus. Die Obertoggenburger Sektionen konnten sich 1941-43 dank eines finanziellen Anstoßes von Iltios-Bahn-Präsident Walter Kesselring auf gemeinsame Prospekte und Hotelisten zwar einigen, doch Meinungsverschiedenheiten unter den Bergbahnen von Unterwasser und Wildhaus vereitelten die weitere Zusammenarbeit.

Der Verkehrsverband vermittelte und fand einen Kompromiss. Nach dem Verzicht auf gemeinsame Werbung, mit kleinen Beiträgen und einer Verkleinerung des Vorstandes traten die abtrünnigen Sektionen wieder in den Verband ein. Dieser förderte auf kleinem Feuer die Werbung für den Sommer, die Winterwerbung überliess man den einzelnen Orten. Hinter vorgehaltener Hand sprach man über den Verband als Feierabendorganisation.

Werbung im Wandel

Der Alleingang für die Winterwerbung dauerte 15 Jahre, in denen jeder Ort ohne Koordination mit dem Nachbar eine vorteilhafte Vermarktung anstrebte. Nach dem Krieg bauten im Toggenburg die unterschiedlichsten Unternehmungen zahlreiche Skilifte und Sesselbahnen oder bauten bestehende um. Mit den grossen Skisportzentren der Schweiz konnten allerdings nur die drei Destinationen des obersten Toggenburgs konkurrieren.

Da sich Zeitgeist, Stil und Werbemittel seit dem Zweiten Weltkrieg stark verändert hatten und der Alleingang in der Winterwerbung äusserst kräfteraubend war, gründeten 1958 initiativ Köpfe um den ersten Präsidenten Marcel Harburger die Werbegemeinschaft Obertoggenburg (WOT). Sie warb mit einem Budget von anfänglich 36 000 Franken mit Reiseführern, Prospekten, Postkarten und Plakaten erst unter dem Schlagwort «Toggenburg», dann «Obertoggenburg» und dem Hinweis auf die drei Orte Wildhaus, Unterwasser und Alt St. Johann. Um die Interessen der Bahnen gezielter fördern zu können, wurde 1960 zusätzlich die Vereinigung Obertoggenburger Sportbahnen (VOSP) gegründet. Sie vereinigte die verschiedensten Bahn-gesellschaften des obersten Toggenburgs und des Skigebietes Krummenau-Wolzenalp unter einem gemeinsamen Dach. In der Folge verlor das Toggenburg seinen anfänglichen Ruf als preislich günstige Ferienregion. Die Verkürzung der Anfahrtswege durch den Ausbau von Umfahrungsstrassen trug zusätzlich zum Anwachsen des Tagestourismus bei.

Touristische Sommer- und Winterbahnen/Lifte im Toggenburg

- 1934 Standseilbahn Iltios, Unterwasser
1937 Funi-Schlittenseilbahn nach Oberdorf, Wildhaus
1938 Funi-Schlittenseilbahn Iltios–Stöfeli, Unterwasser
1939 Skilift Iltios–Stöfeli als Ersatz für die Funi-Schlittenseilbahn, Unterwasser
1945 Skilift Oberdorf–Gamsalp, Wildhaus
1946 Kombinierter, umstellbarer Ski- und Sessellift zur Sellamatt, Alt St. Johann
1950 Sesselbahn nach Oberdorf, Wildhaus
1956 Übungslift Thur, Wildhaus
1958 Kombinierter Ski- und Sessellift nach Gamsalp und Skilift, Wildhaus
1959 Schleplift Iltios, Unterwasser
1960 Skilift Ruestel, Alt St. Johann
1962 Skilift Oberdorf, Wildhaus
 Skilift Dicken–Tanzboden, Ebnat-Kappel (erneuert 2001)
1963 Skilift Kollersweid, Wildhaus
1964 Skilift Hamberg, Gähwil
 Skilift Fuchsacker, Degersheim
1965 Sesselbahn Tal–Färch und Skilifte Färch–Girlen und Girlen–Regulastein, Ebnat-Kappel
 (bis 1989/98)
 Sesselbahn und Skilift Krümmenswil–Rietbach, Krummenau
 Skilift Hochwacht, Mosnang
1966 Übungslift Dorf, Alt St. Johann
 Skilift Gamserrugg, Wildhaus
 Skilift Espel auf Iltios, Unterwasser
1968 Skilift Stein (bis 2001)
1969 Skilift, Krinau
 Skilift Starkenbach–Riegelswendi, Hemberg
 Skilift Rietbad, Krummenau (Vorgängermodelle 1946 und 1966)
1970 Sesselbahn Gamplüt und Skilifte, Wildhaus
 Skilift, Oberhelfenschwil
1972 Luftseilbahn Iltios–Chäserrugg, Unterwasser
1974 Skilift Oberdorf–Freienalp, Wildhaus
1975 Zubringerskilift Sellamatt–Ruestel, Alt St. Johann
1976 Umbau Doppelsesselbahn Sellamatt, Alt St. Johann
1981 Skilift Chäserrugg, Unterwasser
1982 Dreiersesselbahn Oberdorf–Gamsalp, Wildhaus
1993 Erneuerung Skilift Gamsalp–Gamserrugg, Wildhaus
 Umbau zur Gruppenpendelbahn Gamplüt, Wildhaus
1995 Vierersesselbahn Thur–Oberdorf, Wildhaus
1999 Vierersesselbahn Ruestel, Alt St. Johann
 Tellerlift Sellamatt–Ruestel, Alt St. Johann
2003 Vierersesselbahn mit Schutzauben Oberdorf–Gamsalp, Wildhaus
 Kombinierte Vierersessel/Gondelbahn Alt St. Johann–Sellamatt, Alt St. Johann
2005 Erneuerung der Standseilbahn Unterwasser–Iltios
 Erneuerung der Kabinen-Seilbahn Iltios–Chäserrugg
2015 Gondelbahn Stöfeli–Chäserrugg, Unterwasser
 Gondelbahn Espel–Stöfeli, Unterwasser
2020 Sechzersesselbahn Oberdorf–Freienalp, Wildhaus
 Erneuerung Skilift Oberdorf, Wildhaus

Mit den Gründungen von WOT und VOSP verschob sich auch das Schwergewicht der Werbung. Das 1931 vom Toggenburger Hans Looser geschaffene Plakat «Toggenburg» (s. Titelbild) steht am Anfang einer Entwicklung, die erst Ende des Jahrhunderts durch die Verbreitung des Internets abgelöst wurde. Namhafte einheimische und auswärtige Künstler, unter ihnen Carl Moos und Alfred Koella, trugen in den 30er und 40er-Jahren nicht nur zum guten Ruf des Schweizer Plakats, sondern auch zum Glanz des Toggenburger Tourismus bei. Der Prospekt wurde vom Plakat verdrängt, das als Blickfang in Bahnhöfen, Messehallen und in der Strassenwerbung eine spontane, einfache und klare Botschaft vermittelte. Den von Künstlern entworfenen Plakaten folgten in den 50er-Jahren die von Grafikern gestalteten Fotoplakate. Für WOT und VOSP arbeiteten Fredy Hilber, Paul Wyss, Rudi Bannwart und Max Ammann in den 60er, Philipp Giegel und Jost Heinz in den 70er-Jahren. In den 80er-Jahren war das «Plakatfieber» zu Ende. Attraktive, jetzt farbige Prospekte in verschiedenen Formaten waren begehrte. Ihre Botschaft «Ruhe und Erholung im Toggenburg» richtete sich schwergewichtig an Familien und Senioren, nicht an die sportbegeisterte Jugend. Erst nach der Jahrhundertwende warben wieder grossformatige dreiteilige Plakate für das Toggenburg – im Format von 130x270 Zentimetern, geeignet für grosse Hallen.

Aufbruchsstimmung und Treten an Ort

Gemeinsame Aktionen für die Kurvereine des obersten Toggenburgs mit Inseraten, Prospekten und Plakaten gehörten bis in die 90er-Jahre zu den wichtigsten Aufgaben der WOT. Zusätzlich setzte man sich für den Ausbau der Schwimmbäder, für Kinderspielplätze, folkloristische Veranstaltungen, Schlittelbahnen und Schlittschuhlaufen ein, und – als dringende Forderung – für eine Umfahrung von Wildhaus. Der grosse Einsatz von Freiwilligen aus der engeren Region stiess bald an Grenzen. Die Idee eines vollamtlichen Verkehrsdirektors wurde Ende der 60er-Jahre in Wildhaus mit der Auflage realisiert, auch Arbeit für die WOT anzupacken. Die Planung für den Bau einer Seilbahn auf den Chäserrugg animierte für weitere Lift- und Bahnbaute, sogar auf die sonnenhalb gelegene Gamplüt, ins Gluristal und im unteren Toggenburg. Manchmal traten Naturschutz, SAC und Privatinitaliven auf die Bremse, verhinderten oder verbesserten allzu hochliegende Pläne. Unter dem Signet «Obertoggenburg» konzentrierte die WOT die Winterpropa-

Plakate der Toggenburger Kurorte 1938–1980 (Auswahl)



**UNTERWASSER
WILDHAUS**

ILTOS-CHURFIRSTEN

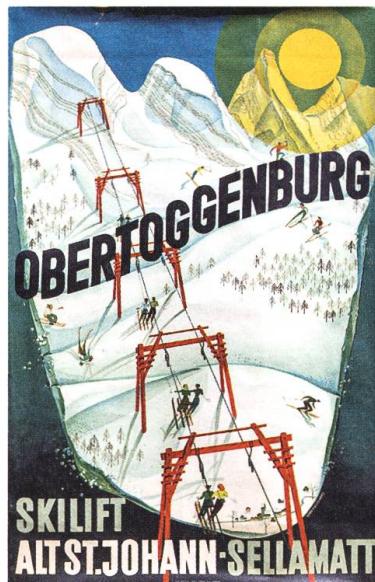
IM OBERTOGGENBURG

DAS IDEALE WINTERSPORTGEBIET DER OST SCHWEIZ

SPORTBAHNEN

Drahtseilbahn Unterwasser-Iltios Skilift Iltios-Stöfeli (-Kässerrugg)
Fun Wildhaus-Oberdorf (-Gamserrugg)

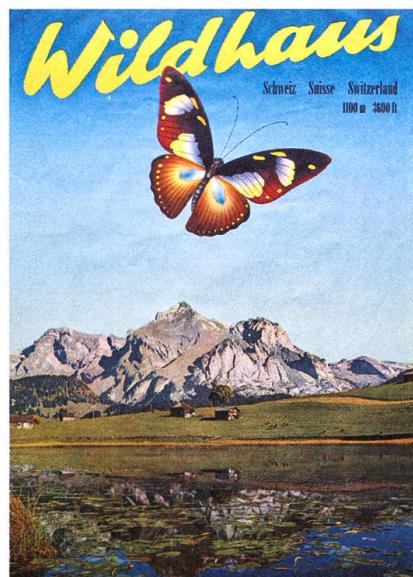
Plakat, anonym, Foto Fritz Müller,
1939. Privatbesitz.



Plakat von Kern + Bosshard, um 1946,
Art. Inst. Orell Füssli AG, Zürich.



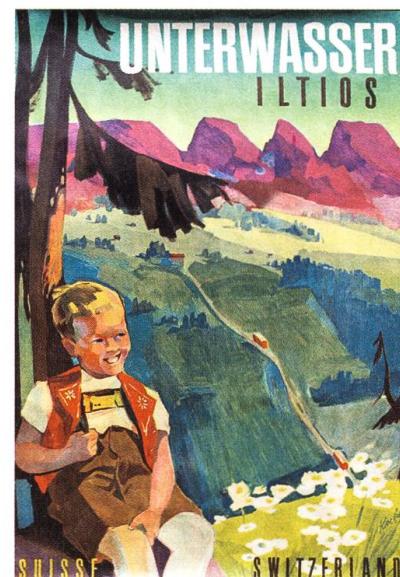
Plakat, anonym, 1937, Eidenbenz-
Seitz & Co. St. Gallen. Privatbesitz.



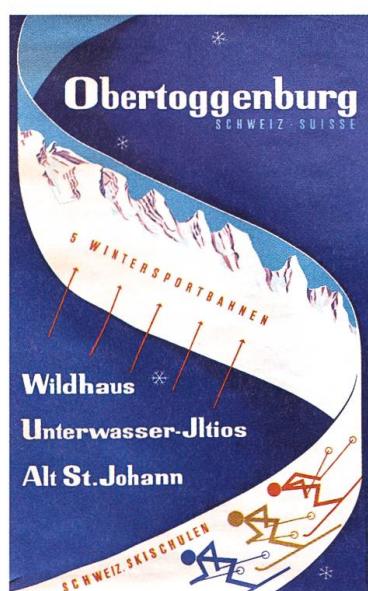
Plakat von Fredy Hilber, Foto Roth,
1948, Eidenbenz-Seitz, St. Gallen.



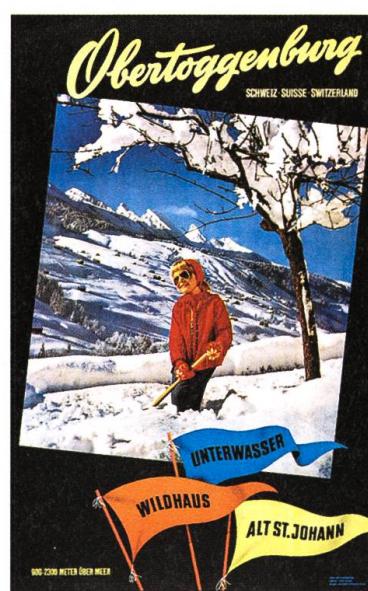
Plakat, anonym, um 1948.
Privatbesitz.



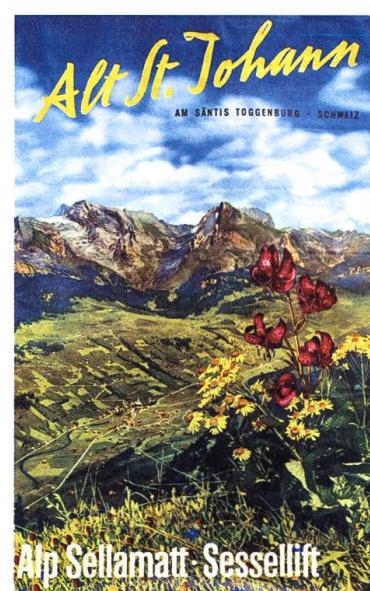
Plakat von Alfred Koella, 1949,
Eidenbenz-Seitz, St. Gallen.



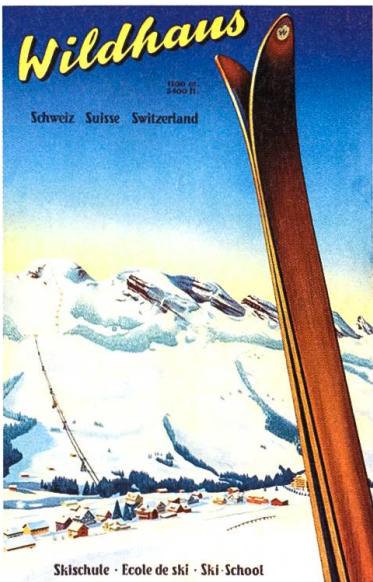
Plakat, anonym, 1951,
Eidenbenz-Seitz & Co. St. Gallen.



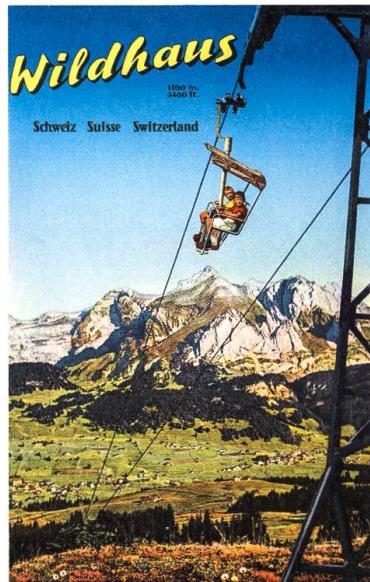
Plakat von Fredy Hilber, Foto Heinrich Schellenberg, 1954, Eidenbenz-
Seitz, St. Gallen. Privatbesitz.



Plakat, anonym, 1954,
Art. Inst. Orell Füssli AG, Zürich.



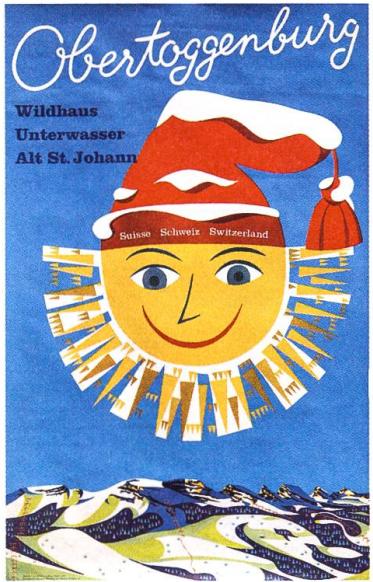
Plakat von Fredy Hilber, 1952.
Privatbesitz.



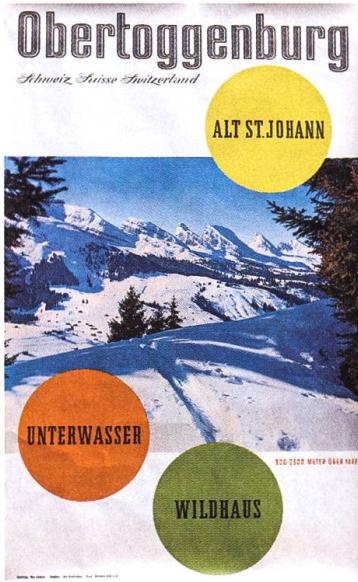
Fredy Hilber, um 1958, Eidenbenz-Seitz & Co., St. Gallen. Privatbesitz.



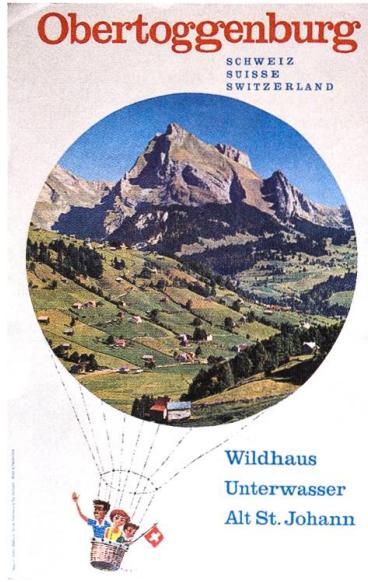
Plakat von Paul Wyss, 1959,
Eidenbenz-Seitz & Co., St. Gallen.



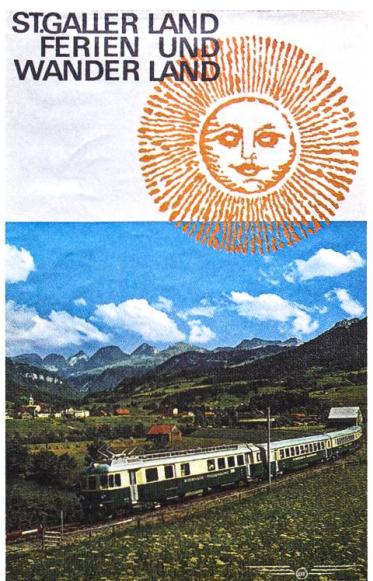
Plakat: Ruedi Bannwart / Rudolf Peter,
um 1960, Buchdruckerei Winterthur AG.



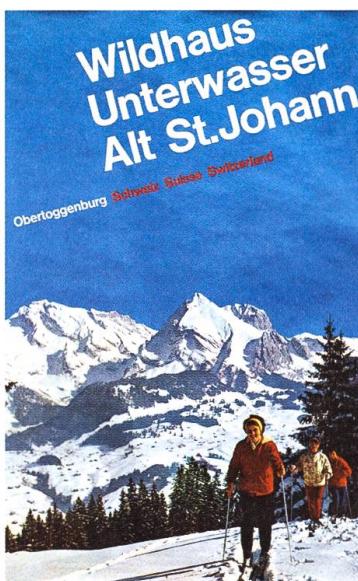
Plakat von Max Ammann / Heinrich Schellenberg, um 1960, Eidenbenz.



Plakat von Paul Wyss, 1962,
Eidenbenz & Co., St. Gallen.



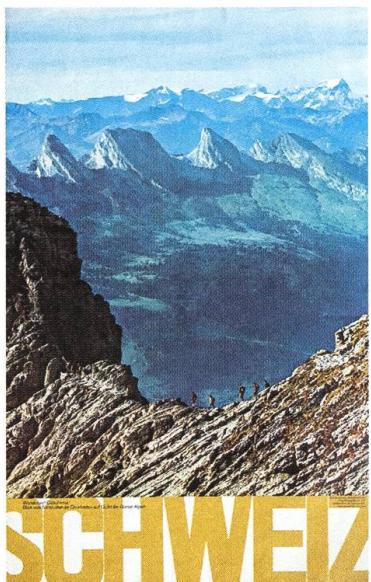
Plakat der Bodensee-Toggenburg-Bahn, 1965. Privatbesitz.



Plakat von Philipp Giegel, 1969,
Eidenbenz & Co., St. Gallen.

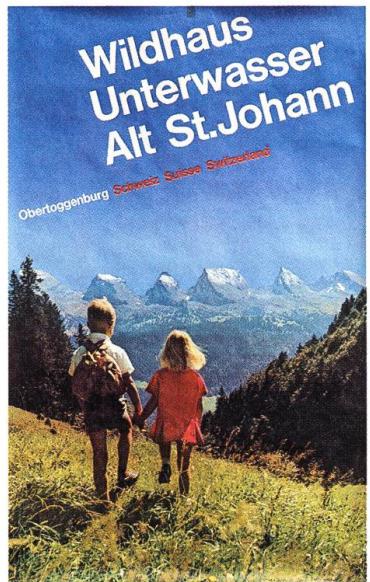


Plakat, anonym, um 1960,
Eidenbenz & Co., St. Gallen.

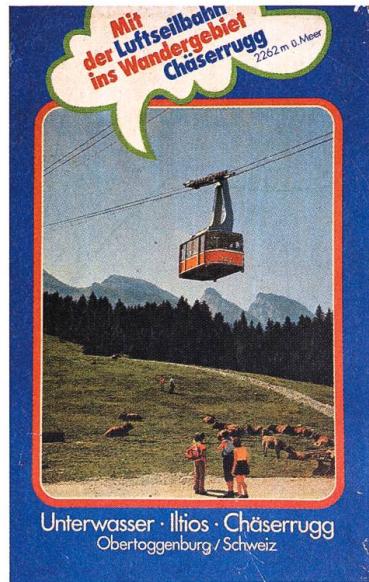


SCHWEIZ

Plakat von Philipp Giegel, um 1970,
Schweiz. Verkehrszentrale, Privatbesitz.



Plakat von Philipp Giegel, um 1973,
Eidenbenz & Co., St. Gallen.

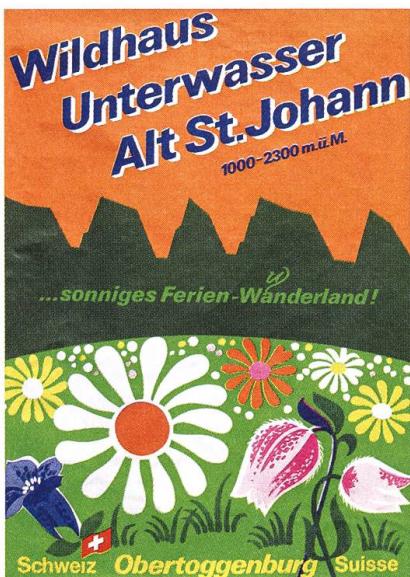


Unterwasser · Illios · Chäserrugg
Obertoggenburg / Schweiz

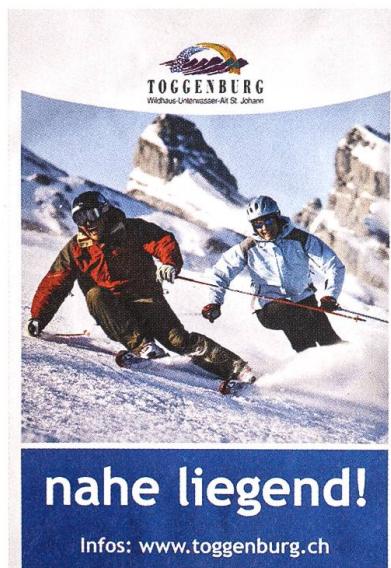
Plakat, anonym, 1972. TT.



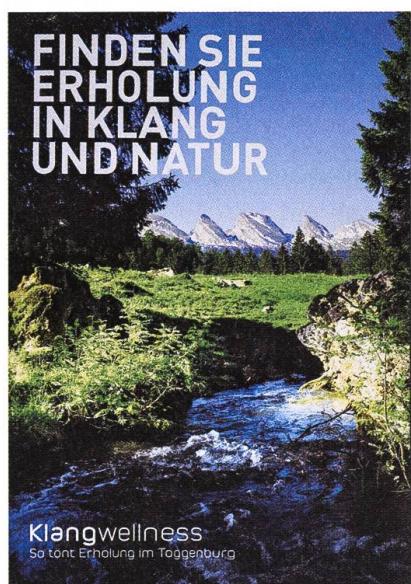
Winterplakat von Heinz Jost, um 1975,
Siebdruckerei Bergdietikon.



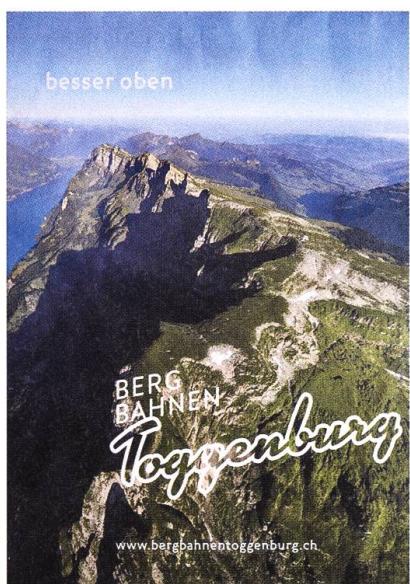
Sommerplakat von Heinz Jost, um
1975, Siebdruckerei Bergdietikon.



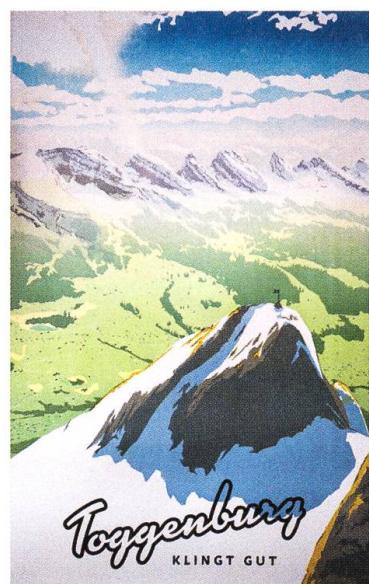
Plakat, anonym, um 2010. TT.



Plakat, anonym, um 2005. TT.



Plakat, anonym, um 2010. TT.

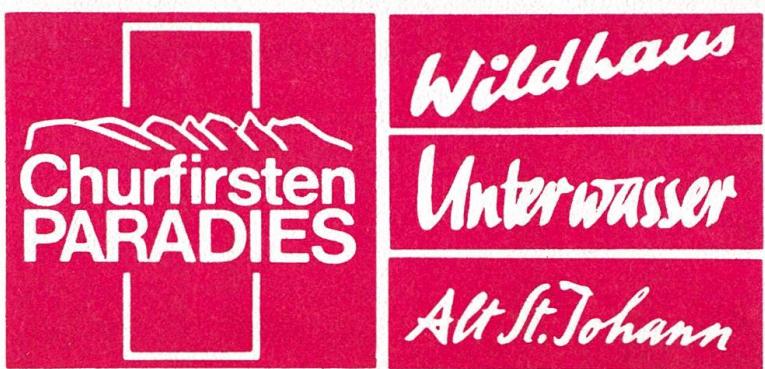


Künstlerplakat von Adrian Scherrer,
2020, Steindruckerei Wolfensberger,
Zürich. Privatbesitz.

ganda auf Skifahren, Langlauf und Curling, für den Sommer auf Tennis, Schwimmen und Fischen. Die Geschlossenheit im Auftritt und die Einigkeit im Handeln beeindruckten vor allem im mittleren und unteren Toggenburg, wo der Anteil am touristischen «Kuchen» immer kleiner wurde. In den 80er-Jahren zeigten sich Spuren von Ermüdung, und die Kostenfragen mussten immer länger diskutiert werden. Auch Mangel an Professionalität begann sich abzuzeichnen, denn seit 1990 wurden die Tourismusstrukturen in der ganzen Schweiz umgebaut.

Während WOT und VOSP seit den 60er-Jahren neue Wege der Werbung suchten, konzentrierte sich der Toggenburger Verkehrsverband auf die traditionelle Werbung mit Prospekten, denen Hotellisten beigelegt wurden. Erhalten blieb auch das Gemeinschaftsinserat für Sommer- und Wintertourismus, das mit über einer Million Zeitungs-Exemplaren in der Schweiz verbreitet wurde. Neue Wege beschritt der Verband gemeinsam mit WOT durch Schaufensterreklame in «gehobenen» Schweizer Geschäften in bester Lage, wo ein Aushang mit 30 bis 40 Fotos und Plakaten für die Ferienregion warb. Die Arbeit des Verbandes mit seinem Verkehrsbüro in Lichtensteig wurde durch bescheidene Beiträge der 16 Gemeinden (inkl. Wil), von 20 Verkehrsvereinen, dem Fremdenverkehrsverband des Kantons St. Gallen (FSG) und einigen Sponsoren finanziert.

Ein Blick in die Jahresberichte der 70er- und 80er-Jahre zeigt die intensive Suche nach neuen und vor allem kostengünstigen Werbeideen. Verbandspräsident Reinhart Kobelt, Gemeindeammann von Krummenau und Präsident der Regionalplanungsgruppe Toggenburg, hatte 1968 als erster Kurdirektor von Wildhaus gewirkt. Zweitägige Pressefahrten für Journalisten führten zu Beiträgen über das Toggenburg in Zeitungen des In- und Auslandes. Weniger erfolgreich entwickelte sich ein Prospektomat an der Autobahnrasststelle in Wängi, der immer wieder von Vandalen heimgesucht wurde. Das Schwergewicht der Werbung wechselte jedes Jahr von Beherbergungs- zu Wochenendtourismus. Es fehlte nicht an Ideen und gutem Willen des Vorstandes, aber an Geld. Professionelle Unterstützung war nicht bezahlbar. Der Wandel zum «Feierabend-Verband» und zum «Mauerblümchen», wie sich der Präsident ausdrückte, lässt sich unschwer aus einem Vergleich der Budgetzahlen im Zeitraum von 1960 bis 1990 ablesen: Die jährlichen Einnahmen blieben konstant zwischen 10 000 und 14 000 Franken bei einer Teuerung von 80 auf 255 Indexpunkte (zum Vergleich 2020: 333.7). Diese Tatsache schmerzte umso mehr, weil der Verband



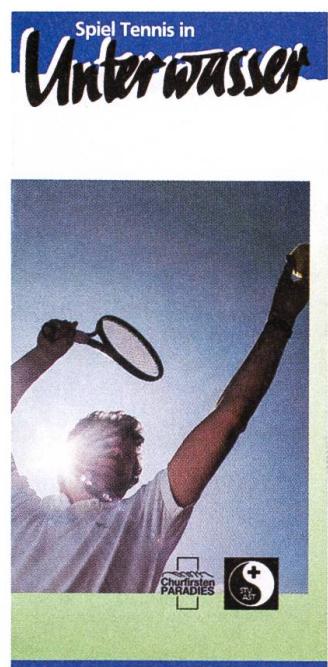
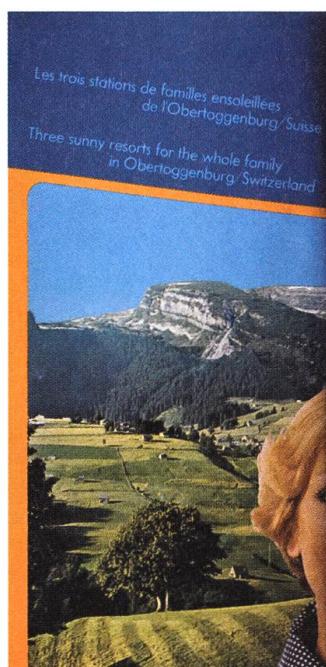
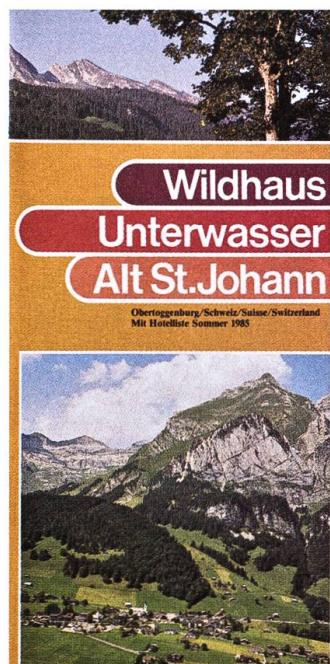
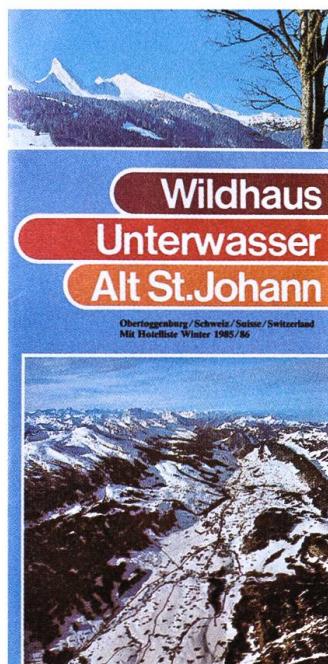
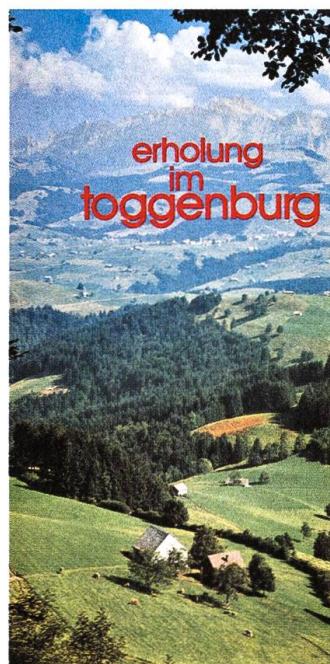
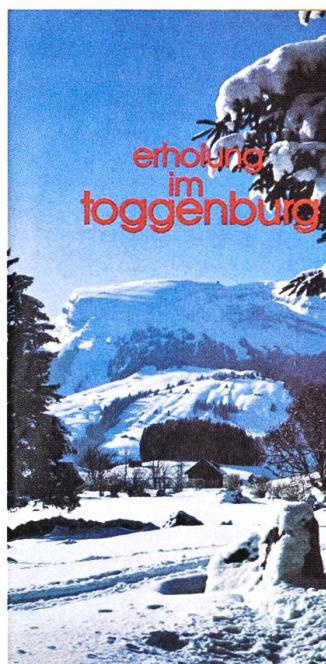
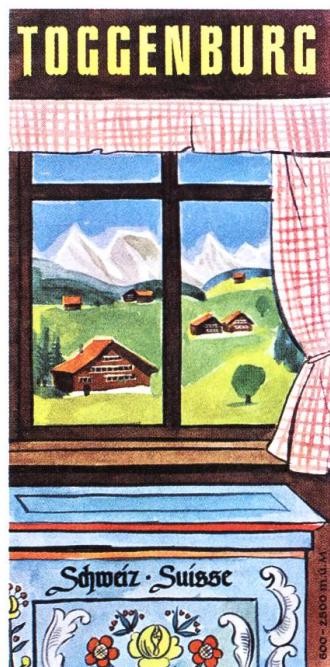
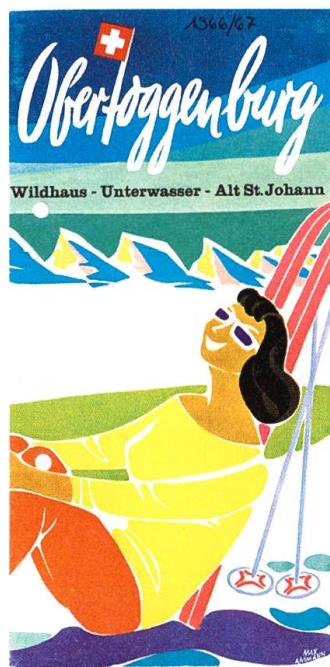
Das Ferienerlebnis der Osts Schweiz

Das «Churfürsten-PARADIES»
als Werbung der 1990er-Jahre.

überzeugt war, dass eine touristisch attraktive Region auch den Arbeitsmarkt verbessern würde.

In den 80er-Jahren hatte das Interesse der lokalen Verkehrsvereine am Gemeinschaftsinserat in den Zeitungen abgenommen. Um die geringen Finanzmittel nicht zu verkleckern, entschied sich der Verband für eine jährliche «geballte Aktion». Er organisierte in Zusammenarbeit mit der Reka Wildhaus drei- und viertägige Exkursionen unter dem Motto «Wanderspass im Toggenburg». Die lokalen Verkehrsvereine stellten gratis ihre Organisation und die guten Dienste zur Verfügung, der TVV bezahlte die Werbung. Die Propaganda für ein «Wanderparadies Toggenburg» entwickelte sich erfolgreich weiter, als 1987 die Organisation der St. Galler Wanderwege die über rund 60 Kilometer führende Wanderstrecke des Thurweges eröffnen konnte. Das Toggenburg als Wandergebiet war in der Schweiz zu einem Begriff geworden. Verbandspräsident Kobelt, vielfältig unterstützt von Heinrich Güttinger, dem Geschäftsführer der Bergbahnen in Unterwasser, gab sich mit dem Erreichten nicht zufrieden. Der Verband erinnerte sich an den einstigen Grundsatz in erfolgreichen Zeiten, dass Einigkeit stark macht. Mit dem Werbespruch «Churfürsten-Paradies» schuf er eine neue, gemeinsame Plattform für die ganze Region. Die detaillierte Werbung für den Tourismus blieb den besser finanzierten WOT und VOSP vorbehalten. Ohne auf halbem Weg stehen zu bleiben, entwickelte der Verband mit anderen initiativen Persönlichkeiten eine Vision: die Bündelung aller Energien für eine Neuorientierung des Toggenburger Tourismus zu einem modernen, flexiblen markt- und gästeorientierten Dienstleistungsunternehmen unter einem gemeinsamen, die ganze Region umfassenden Dach. Mit Fachleuten aus der Branche und Vollzeitstellen.

Prospektwerbung der 1960er- bis 1990er-Jahre (Auswahl)



Winter 1995/96

Wildhaus



Unterwasser

Alt St. Johann



Churfürsten
PARADIES

Das Ferienerlebnis der Ostschweiz



Informationen Tarife
Bergbahnen Sommer 1988



Informationen Tarife
Bergbahnen Winter 1994/95



Informationen Tarife
Bergbahnen Sommer 1994



Informationen Tarife
Bergbahnen Sommer 1995

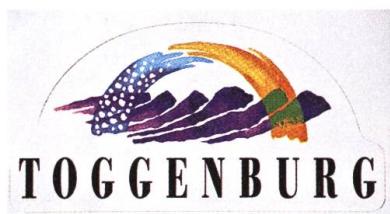
Start in die Zukunft: Toggenburg Tourismus (TT)

Die Zeit war reif für eine Veränderung. Am 8. Mai 1993 beschlossen am «Explosionsfest» in Lichtensteig alle Verkehrsvereine des Toggenburgs den Aufbruch in eine gemeinsame touristische Zukunft. Der Prozess wurde begleitet von der Regionalplanungsgruppe Toggenburg.

Einen ersten Schritt zur Vereinheitlichung «uf üsem Wäg» machten die Kurvereine von Wildhaus, Unterwasser und Alt St. Johann durch den Zusammenschluss zum Tourismusverein Toggenburg (TVT). In der Folge übertrugen alle Verkehrsvereine des Toggenburgs ihre Verantwortung und Kompetenzen für das Marketing an die geplante Organisation von «Toggenburg Tourismus». Diese wurde im Mai 1998 offiziell gegründet und nahm im Juli ihre Geschäftsstelle in Wildhaus in Betrieb. Das erste Budget enthielt 340 000 Franken. TT gründete auf Solidarität und Optimismus aller Gemeinden und Verkehrsvereine am Lauf von Thur und Necker. Äusseres Symbol des einheitlichen Erscheinungsbildes wurde das gemeinsame Logo des Toggenburgs mit den Churfürsten. Die Regionalplanungsgruppe war finanziell und ideell Garant und Motor der Neuerung. Die lokalen Verkehrsvereine blieben als Basis, WOT und der seit 1892 wirkende Tourismusverband gehörten zur Geschichte.

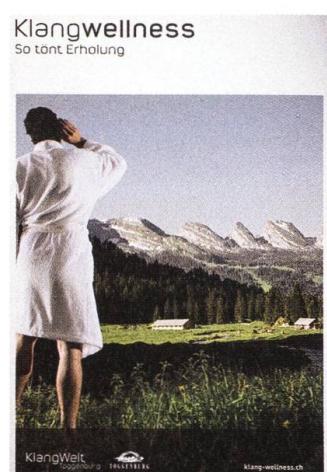
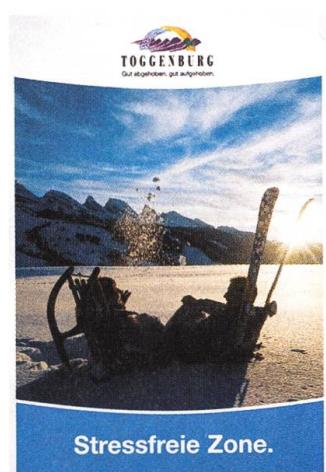
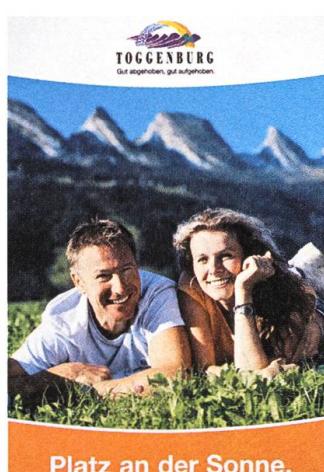
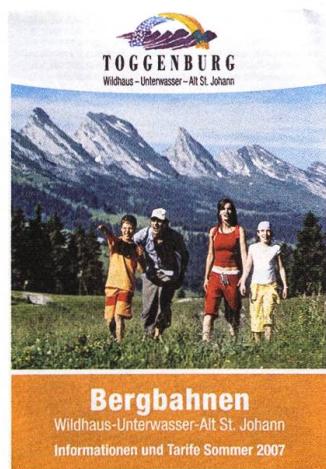
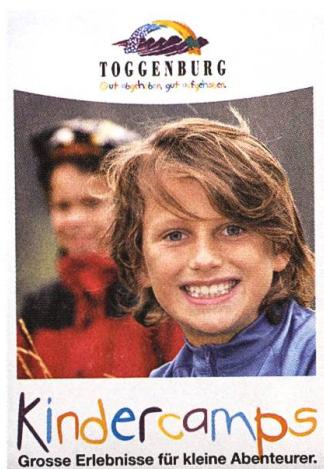
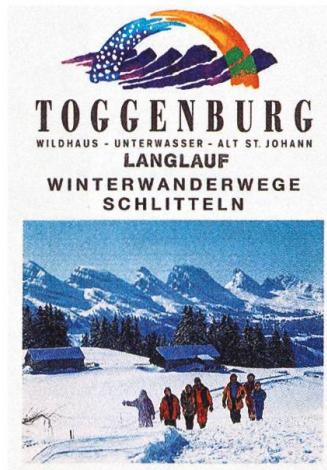
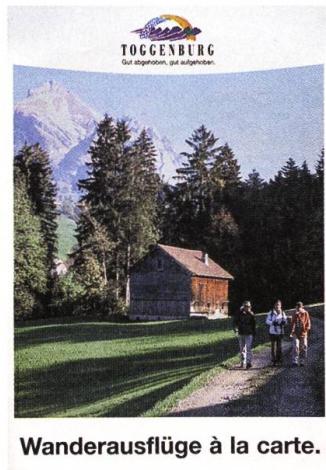
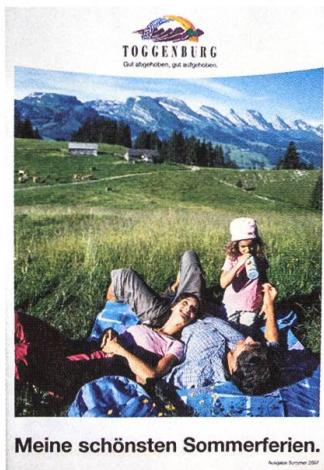
Die Festspiele zum 200. Todestag von Ulrich Bräker in Lichtensteig wurden zum Test der Zusammenarbeit, da der grosse Besucherstrom in den Hotels der ganzen Region untergebracht werden musste. Im ersten Jahresbericht konnten der Wildhauser Hotelier Roland Stump als Präsident und Raphael Enzler als Geschäftsführer auf einen erfolgreichen Start zurückblicken. Die strukturellen Grundlagen waren geschaffen, das aktive Marketing konnte beginnen. Im Toggenburg entstanden sieben Tourist-Info-Stellen. Rund 20 ausgebildete «Botschafterinnen und Botschafter» – unter ihnen erfolgreiche Sportlerinnen und Sportler wie Maria Walliser und Simon Ammann – wirkten bei Anlässen im In- und Ausland. Vielversprechend entwickelte sich die Zusammenarbeit mit den Bergbahnen im Toggenburg und der Klangwelt Toggenburg.

Im ersten Jahrzehnt warb TT mit den sympathischen Mottos «Schön, dass Sie sich für uns Zeit nehmen» oder «Gut abgehoben, gut aufgehoben» um Gäste. Mit dem Wachsen der Klangwelt Toggenburg wuchs auch die Zusammenarbeit mit TT. Seit 2011 begegnen wir deshalb dem Werbeslogan «Toggenburg. Klingt gut». Im Jahr 2019 hatte das St. Galler Volk mit einem beherzten Ja zum Bau des Klanghauses am Schwendisee auch



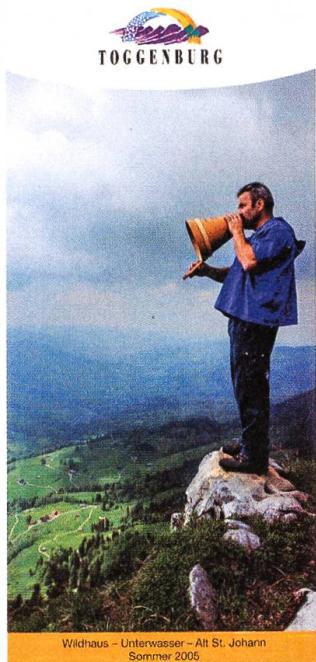
Start von «Toggenburg Tourismus» 1998 mit dem neuen Logo.

«Toggenburg. Gut abgehoben, gut aufgehoben. » 1998–2010 (Auswahl)



TOGGENBURG
Wildhaus - Unterwasser - Alt St. Johann

Sommer 2004
Informationen und Tarife
Bergbahnen
Wildhaus-Unterwasser-Alt St. Johann



TOGGENBURG
Wildhaus - Unterwasser - Alt St. Johann

Schneesport Schulen

Sommer 2007

Chäserrugg
2262 m schöne Aussichten...
TOGGENBURG

sagenhaft

Der Toggenburger Sagenweg

Alt St.Johann - Alp Sellamatt

Die spannende Wanderung durch abenteuerliche Sagen, mystische Legenden und phantastische Geschichten aus dem Toggenburg, zu entdecken auf dem abwechslungsreichen Höhenweg über die herrliche Alpenterrasse entlang der Churfirsten

TOGGENBURG

Jubiläum **20** Jahre aktiv

LOT VEREIN
«LEBENSWERTES OBERSTES TOGGENBURG»

TOGGENBURG

TOGGENBURG
WILDHAUS - UNTERWASSER - ALT ST. JOHANN

Grüezi

im Wandergebiet und den Bergrestaurants der sieben Churfürsten.

TOGGENBURG

Wandern im obersten Toggenburg

CH-9658 Wildhaus
CH-9657 Unterwasser
CH-9656 Alt St. Johann
Automatischer Wetterbericht

071 999 27 27
071 999 19 23
071 999 18 88
0649 84 15 06

Sommer 2004

TOGGENBURG

Wandern im obersten Toggenburg

TOGGENBURG

CH-9658 Wildhaus
CH-9657 Unterwasser
CH-9656 Alt St. Johann
Automatischer Wetterbericht

071 999 27 27
071 999 19 23
071 999 18 88
0649 84 15 06

Grüezi

im Wandergebiet und den Bergrestaurants der sieben Churfürsten.

TOGGENBURG

die letzte Stufe des Ausbaus von «Klangwelt» gutgeheissen. Breite Zustimmung geniesst das seit 2005 erscheinende Ferienmagazin, das 2016 mit dem Magazin «Naturerlebnis Toggenburg» ergänzt wurde. Als Pioniertat schuf TT mit Berg&Bett AG im Jahr 2016 einen Vermietungsdienst für die Parahotelleerie. Das Gütesiegel Q2 gilt als selbstverständlich, die Zertifizierungen für beste Qualität und Familienfreundlichkeit entsprechen der Zielsetzung von TT. Auch private Initiativen trugen zum guten Ruf der Feriendestination bei. Aufsehen erregten die weltweit erste CO₂-neutrale Bahn mit Restaurant zur Alp Gamplüt und das von Herzog & de Meuron 2015 gebaute Bergrestaurant auf dem Chäserrugg. Grosses Interesse erfuhr schweizweit auch der 2018 eröffnete Baumwipfelpfad im Neckertal. Getrübt wird diese touristische Erfolgsserie durch einen seit 2016 andauernden Streit der Toggenburg Bergbahnen AG in Unterwasser/Alt St. Johann und der Bergbahnen Wildhaus AG – nach 1943/44 bereits der zweite – um eine Fusion, das gemeinsame Ticket und die Verbindung der beiden Skigebiete. Verschiedene Vermittlungsversuche scheiterten. Das mit dem Tourismus verbundene Gewerbe, Zweitwohnungsbesitzer, die Regionalplanung und die Bevölkerung im Toggenburg sinnieren, dass nach einer Einigung doch auch die Gewinne beider Bahnen grösser sein müssten.

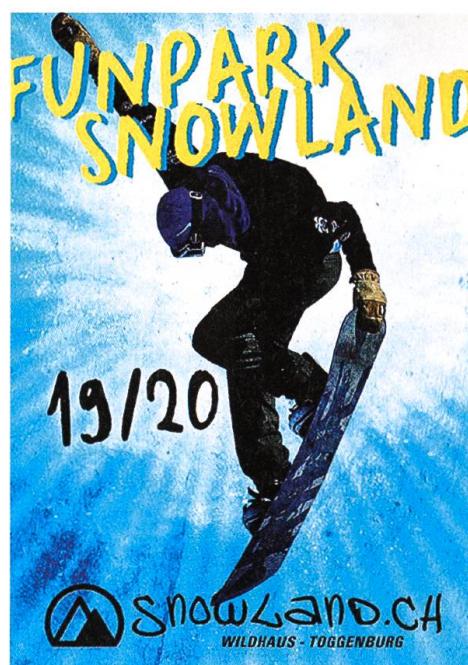
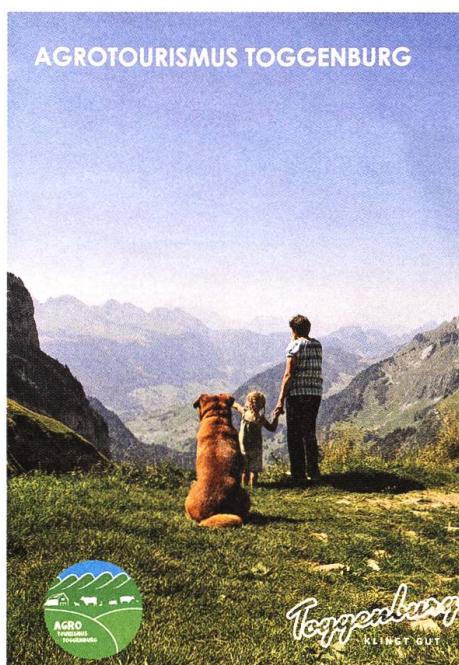
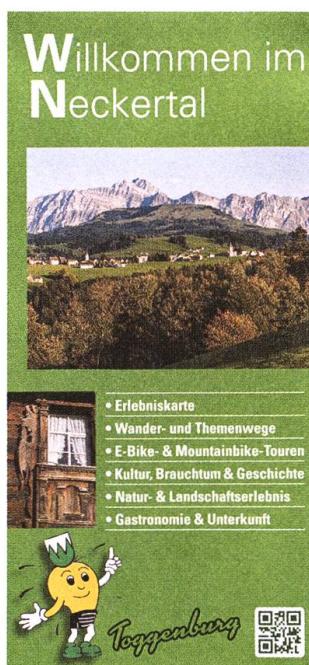
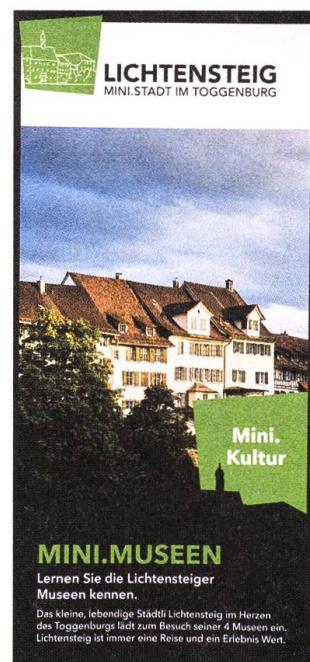
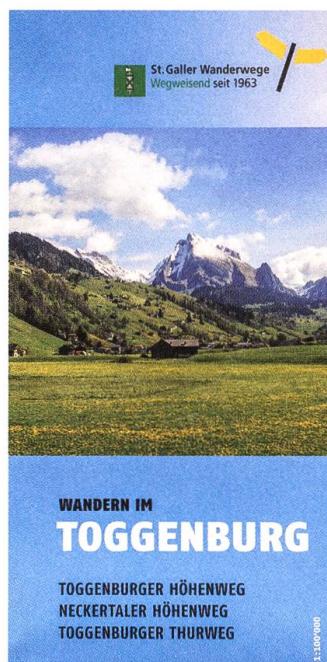
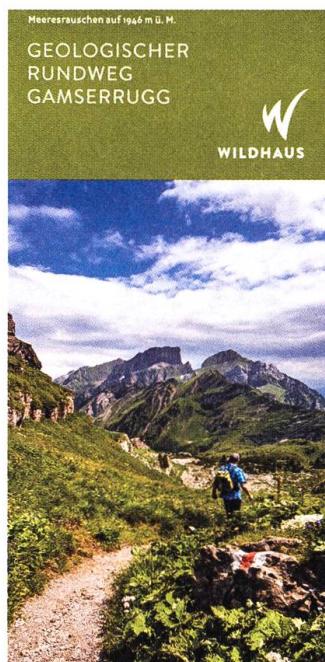
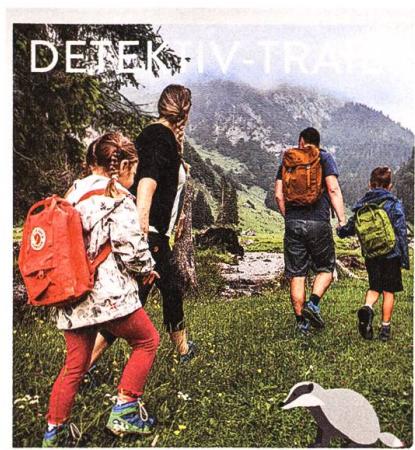
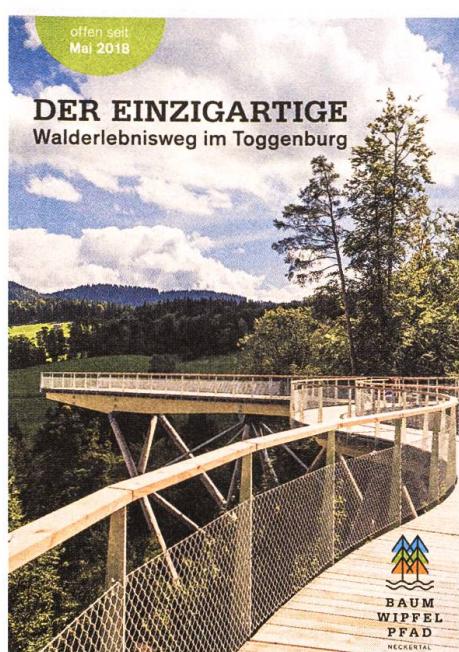
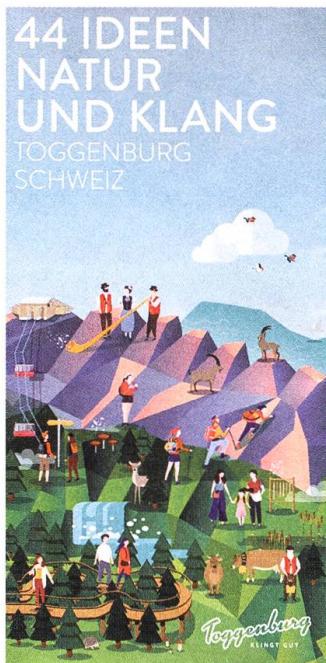
Über Grenzen hinweg

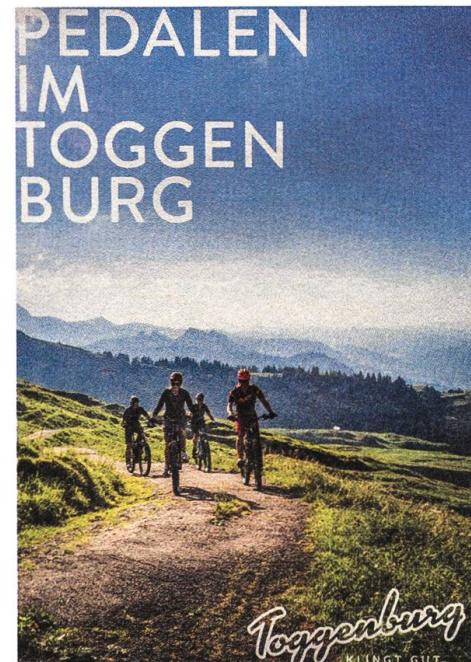
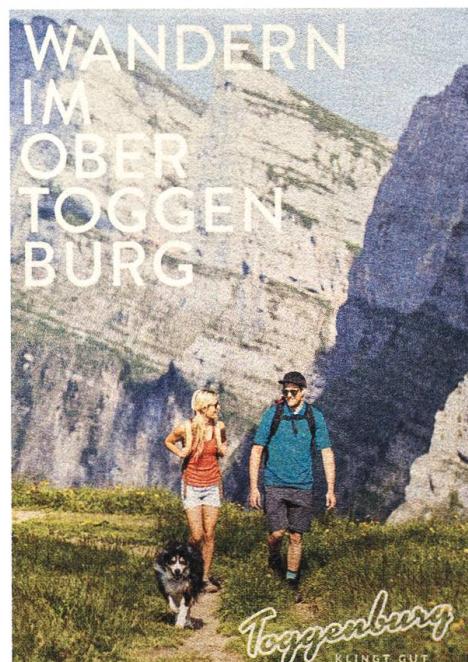
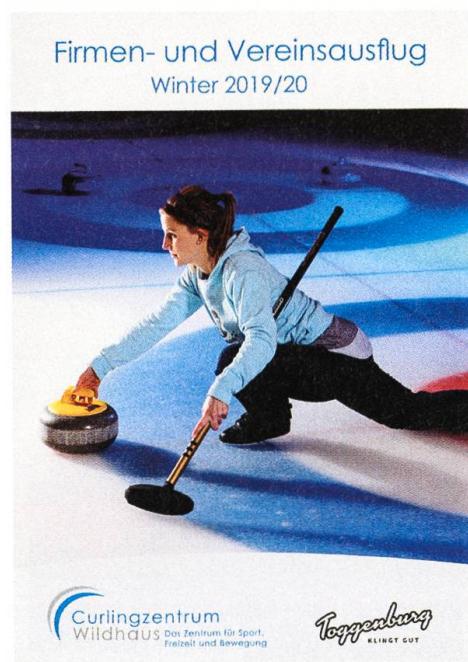
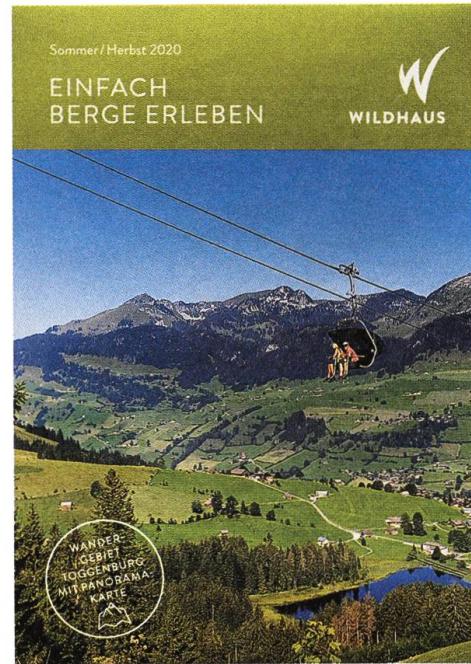
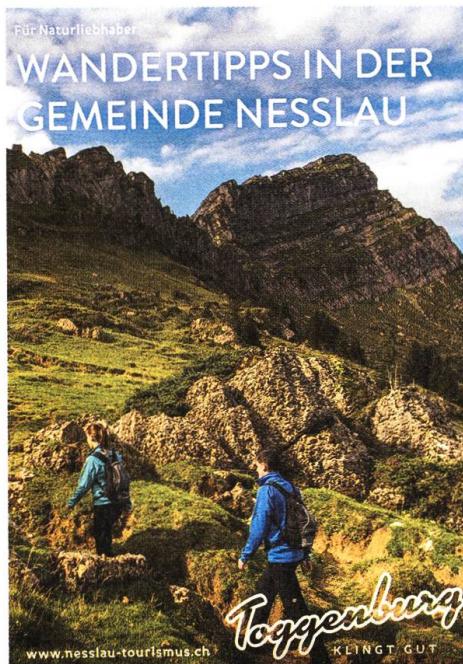
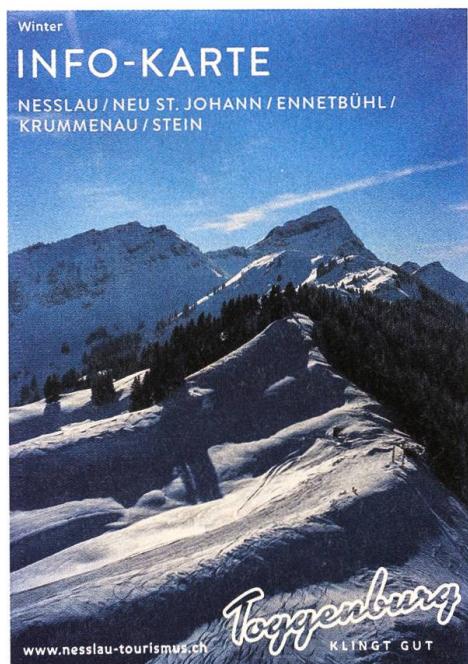
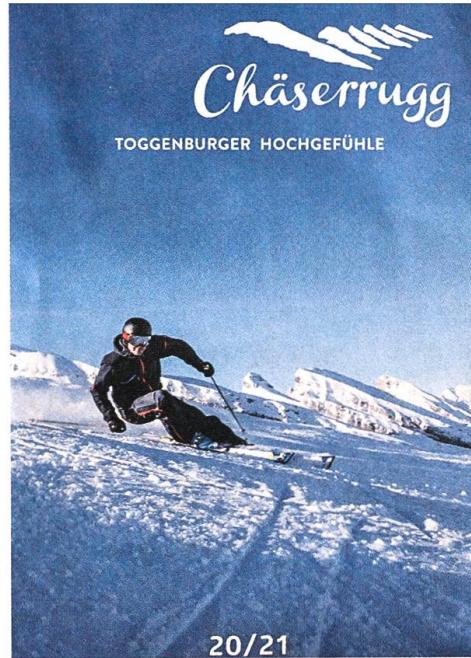
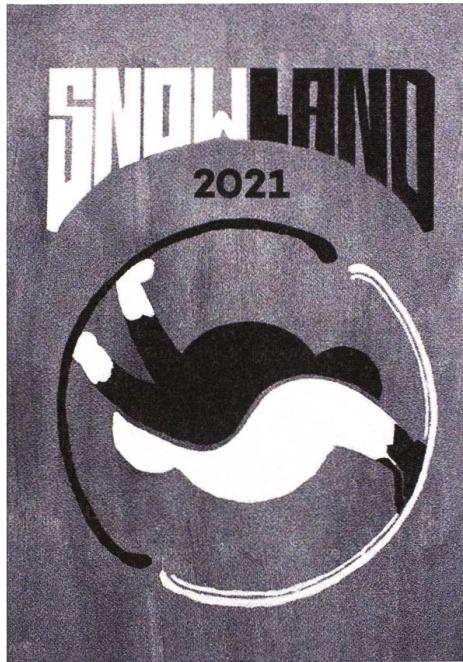
Als Tourismus-Destination bringt das Toggenburg eine ganze Reihe von Perlen auf die Schnur: Die Kleinheit der Strukturen, der öffentliche Verkehr und die Nähe zu Agglomerationen, die Offenheit der Bevölkerung, die vielseitigen Ausflugsmöglichkeiten, eine echte und gelebte Kultur und ihr Brauchtum, die gute Gastronomie, eine intakte Naturlandschaft, die Wander- und Fahrradangebote im Sommer und die schnell erreichbaren voralpinen Wintersport-Angebote. Die Pflege der bestehenden und die Schaffung neuer touristischer Glanzlichter und ihre Vernetzung mit jenen in den Nachbarregionen im Raum Säntis und Appenzell, im Linthgebiet und im Werdenbergischen werden eine Aufgabe für die Zukunft sein.

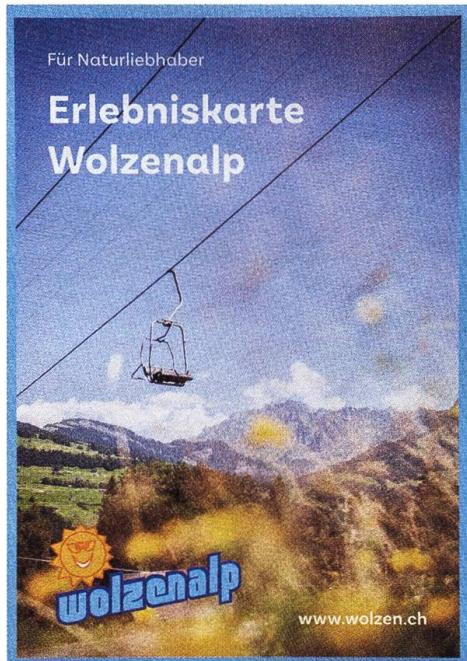


Schriftzug für die Werbung
seit 2011.

«Toggenburg. Klingt gut», seit 2011 (Auswahl)



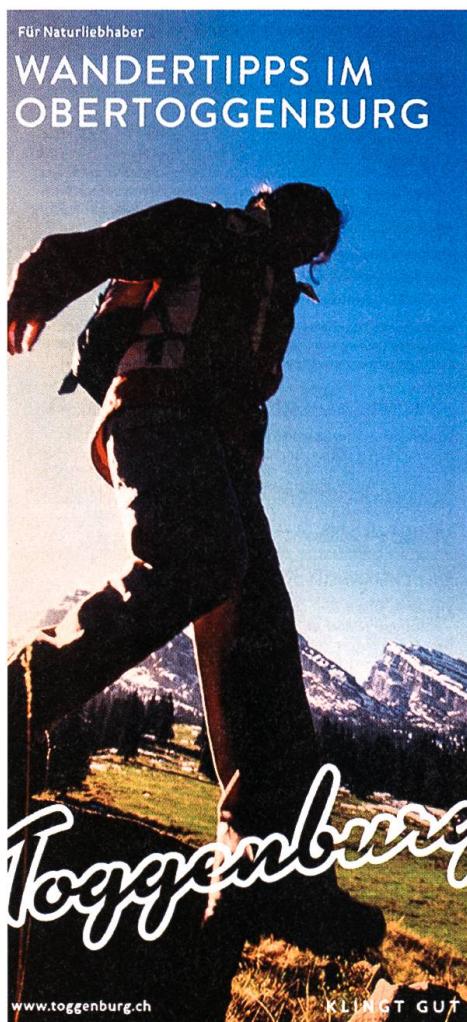
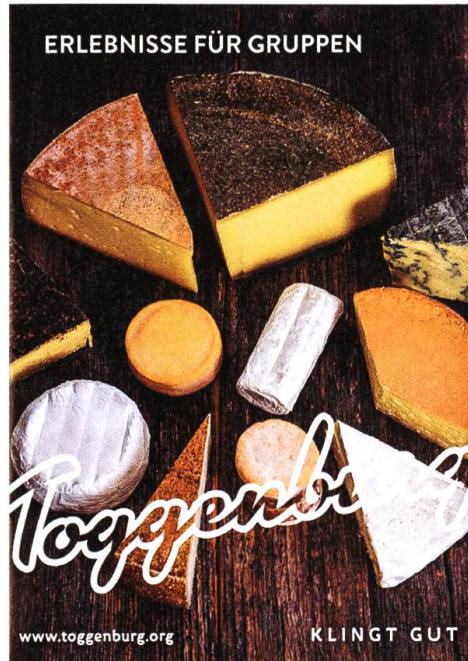




ChääsWelt
Toggenburg

**Dein Genuss-
Erlebnistal**

chaeswelt.ch



Wildhaus
Gondelbahn & Bergrestaurant
Tel. 071 999 21 72

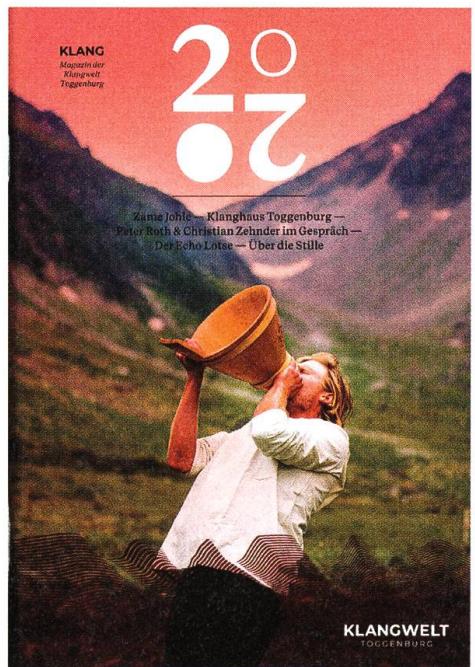
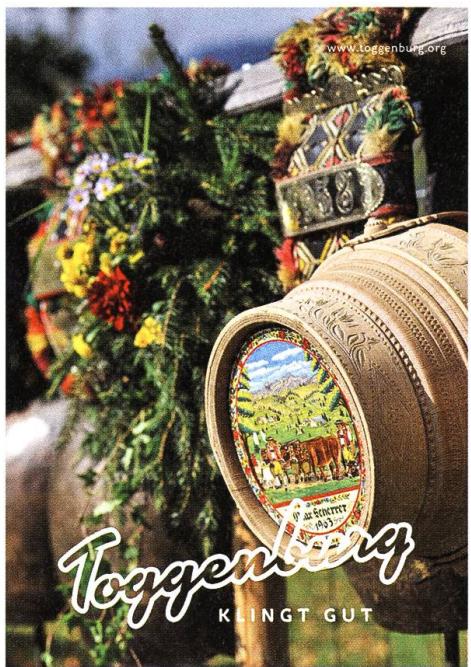
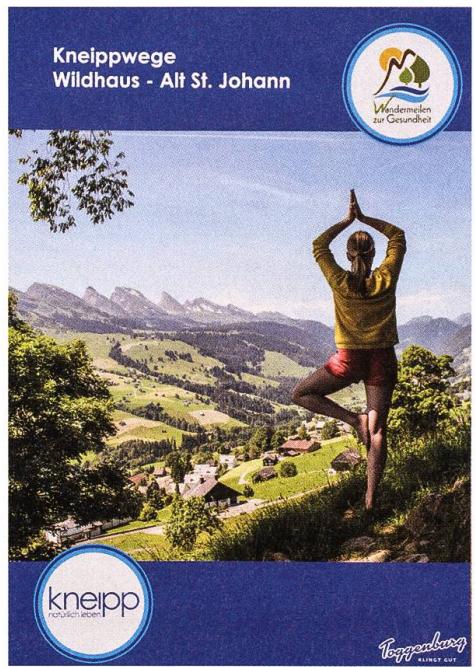
CO² Neutral

GAMPLÜÜT
...für alli Lüt...!

Tel. 071 998 68 68 Gamplüüt Zentrum Wildhaus

P. Koller, Steinrütistrasse
9658 Wildhaus

www.gampluet.ch / www.panoramazentrum.ch



Dank

Folgenden Institutionen und Personen haben zur vorliegenden Arbeit beigetragen:
Christelle Wick, Toggenburger Museum Lichtensteig; Staatsarchiv des Kantons St. Gallen, Christian Gressbach, Toggenburg Tourismus; Melanie und Matthias Eppenberger, Toggenburg Bergbahnen AG; Urs Gantenbein, Bergbahnen Wildhaus AG; Roland Stump, Hotel Alpenrose, Wildhaus; Alex Hofstetter, Unterwasser.

Fotografien

Alle Fotografien und Objekte, sofern nicht anders vermerkt, stammen aus dem Toggenburger Museum in Lichtensteig.

Bibliografie

- Archiv Toggenburger Museum Lichtensteig: Dokumente, Protokolle, Jahresberichte, Fotos, Literatur, Prospekte, Sammlung C. G. Würth, Plakate usw. zum Thema.
Archiv Toggenburg Tourismus (TT): Jahresberichte 1998–2020, (lückenhaft) Jahresberichte der Verkehrsvereine Wildhaus und Unterwasser, der Werbegemeinschaft Obertoggenburg (WOT) und des Toggenburger Verkehrsverbandes (TVV).
Büchler Hans: Die Entdeckung und Erschliessung des obersten Toggenburgs durch Wissenschafter, Künstler und Reisende. Toggenburgerblätter für Heimatkunde 35. Heft/1985.
Büchler Hans: Die Anfänge des Skitourismus und der Toggenburer Skiclubverband. In: Toggenburger Jahrbuch 2021, Seite 9–26.
Gubler Stefan (Hrsg.): echt Toggenburg. Die Gemeinde Wildhaus-Alt St. Johann. Wattwil 2010.
Koller Marie Theres: Tourismuswerbung im Obertoggenburg seit dem Bau der ersten Bergbahn. Maturaarbeit KS Wattwil, 2004.
Müller Lars (Hrsg.): 100 Jahre Schweizer Grafik. Museum für Gestaltung Zürich, 2014.
Rotzler Willy; Schärer Fritz; Wobmann Karl: Das Plakat in der Schweiz. Ex Libris, Zürich 1991.
Schlumpf Walter: Alt St. Johann: Eine lückenhafte Dokumentation seiner Sportbahnen. Typoskript, ca. 1996.
Schlumpf Walter: Die Kurlandschaft Toggenburg. Blick in die Vergangenheit. Eigenprotokoll. Typoskript, Mai 1998.
Spescha Anton: 75 Jahre Toggenburgischer Verkehrsverband. Druck eines Vortrages 1967.
Wick Christoph: Die touristische Erschliessung des Toggenburgs von der Belle Epoque bis zum Zweiten Weltkrieg. Typoskript, Lizentiatsarbeit, Zürich 1995.
Widmer Otmar: Das Oberste Toggenburg. Wildhaus, Alt St. Johann, Stein. St. Gallen 1945.
Wobmann Karl: Touristikplakate der Schweiz 1880–1940. AT-Verlag, Aarau/Stuttgart 1980.
<http://www.posters.nb.admin.ch> (Schweizer Plakatsammlung)
<https://poster-auctioneer.com> (Guido Tön)
<http://www.swissposter.com>