

Martin Fischer

«Disney ist cool, aber waren sie schon mal in den Schweizer Alpen?»

Diesen und ähnliche Sätze schreiben Reisende aus aller Welt zu ihren Videos, die sie auf Instagram oder Tiktok posten, nachdem sie ein paar Tage in Braunwald im Kanton Glarus gewesen sind. Genauer: im Märchenhotel Braunwald, Dorfstrasse 24, mitten im Ort.

267 Menschen leben in Braunwald, der Ort ist autofrei wie Zermatt oder Wengen, erreichbar einzig durch eine siebenminütige Fahrt mit der Standseilbahn von Linthal aus. Vom Eingang des Märchenhotels hat man einen grossartigen Blick auf die umliegenden Alpengipfel, auf den Tödi und den 2717 Meter hohen Ortstock, der das Panorama prägt.

Ebenso im Blickfeld: eine Rutschbahn mit Kletterturm, das Gehege mit Lamas, die Golden-Geiss-Brücke für die Ziegen, ein Riesentrampolin sowie Bagger und Kran in Kindergrösse, voll funktionsfähig.

Alpenidylle meets Kinderparadies.

Teil 1:
Das virale Video
der Familie Wirth

Dieser kleine Fleck Bergwelt zieht Touristen von immer weiter weg an. Vor allem aus den USA kommen sie, aber auch aus Grossbritannien, Costa Rica oder der Mongolei. Der Vater einer vierköpfigen Familie aus Florida erzählt, dass sie hier, im 267-Seelen-Dorf, ihre Jahresferien verbringen. Sie sind aus Orlando eingeflogen und direkt ab Zürich Flughafen nach Braunwald weitergereist. Fünf Tage bleiben sie, dann gehts via Luzern zurück nach Zürich und heim in die USA.

Neben Schweizerdeutsch ist Englisch zur dominanten Sprache im Hotel geworden, besonders im Sommer – und das innert kurzer Zeit. Das Geschäft lief schon länger gut, aber seit vergangenem Jahr gibt es einen Hype um das Märchenhotel in Braunwald.

Seien es früher 90 Prozent Familien aus der Schweiz und 5 Prozent aus Deutschland gewesen, seien es heute noch 60 Prozent Einheimische, erklärt Hotel-direktor Patric Vogel. «Inzwischen kommen 20 Prozent aus dem angelsächsischen Raum, 20 Prozent von überall aus der Welt.»

Ausgelöst wurde die neue Gästewelle durch Social Media. Das Direktionspaar Nadja und Patric Vogel hat sich vor gut fünf Jahren für Influencer-Marketing geöffnet. Meldeten sich Influencer, durften sie auf Einladung zwei Nächte im Haus verbringen. Bedingung: Sie mussten Content für Familien herstellen. «Wir hatten im Jahr circa fünf solcher Influencer-Familien da», sagt Patric Vogel.

Im Juni 2024 kam Familie Wirth aus dem Kanton Zürich nach Braunwald, es war ihr zweiter Besuch. Die Wirths, selbst eine multinationale Familie, sind Familienreisen-Influencer, ihnen folgen auf Instagram über 276'000 Menschen. Sie bereisen regelmässig die Swiss Family Hotels, eine Organisation von familienfreundlichen Hotels, bei der auch das Märchenhotel Mitglied ist.

Wie schon im Jahr zuvor posteten die Wirths nach dem Besuch ein Video im Netz. Zu sehen war unter anderem, wie Ziegen vor den Fenstern spazieren – «und dann hat der Algorithmus bei Instagram entschieden, das lassen wir viral gehen». So erzählt es Patric Vogel.

Das Video hat über 6 Millionen Aufrufe. In der Folge erreichten

auch weitere Clips aus dem Märchenhotel solche Werte. Direktor Vogel kommt auf über 30 Millionen Aufrufe, die die beliebtesten Videos generiert haben.

Teil 2:
Neue Herausforderungen
im Märchenhotel

Die reale Konsequenz davon: Die viralen Videos schlugen sich tatsächlich in Buchungen nieder. Auch der Familienvater aus Florida hat diese Videos gesehen, als er nach «dem besten Familienhotel der Welt» gesucht hat.



Die Familie Vogel plant schon eine nächste Attraktion: Ziegen auf der roten Golden-Geiss-Brücke. Foto: PD

Innert eines Jahres gab es einen grossen Bekanntheitssprung: «Wir sind auf Instagram von 7000 auf über 180'000 Follower gewachsen», sagt Vogel. Nur das Bürgenstock Resort und die Villa Honegg haben dort unter den Schweizer Hotels noch mehr Erfolgschaft.

Das Hotel in Braunwald ist im Besitz der Familie Vogel, seit drei Generationen. Eröffnet wurde es 1907, lange hiess es Grandhotel Bellevue, in den 1970er-Jahren übernahm dann die Familie Vogel, und es kam zur allmählichen Umstellung zum Familien-



Der Gemeindepräsident nennt das Märchenhotel «das Juwel» der Tourismusregion. Foto: PD

Plötzlich Instagram-Star: Ein Glarner Hotel zieht Gäste aus aller Welt an

Märchenhotel Braunwald Nur zwei Gasthäuser in der Schweiz haben noch mehr Follower. Im Bergdorf Braunwald mit 267 Einheimischen hat man dennoch keine Angst vor Übertourismus.



Voller Fokus auf Familien: Nadja und Patric Vogel führen das Märchenhotel Braunwald in dritter Generation. Foto: Moritz Hager

«Wenn man etwas drei-, viermal auf Englisch erklärt hat, gehts.»

Patric Vogel
über Sprachbarrieren
im Märchenhotel

hotel mit Tieren, Spielzimmern, eigener Kita und einer Rutschbahn zur Réception.

Ende der 1970er wurde die allabendliche Märchenstunde eingeführt, von Patric Vogels Vater. Immer um 18 Uhr, bevor das Kinderbuffet von der Dampflok Emma vorgefahren wird, gibt es eine Geschichte für die kleinen Gäste. Die Aufgabe übernimmt das Besitzerpaar Vogel höchstpersönlich, sie setzen sich in einen grossen Korbstuhl und erzählen, während die Kinder auf Kissen lauschen.

Seit ein paar Wochen kommt hier auch die KI zum Einsatz. «Wir lassen die Märchen via Kopfhörer simultan auf Englisch übersetzen», sagt Patric Vogel. Man will zwar beim Schweizerdeutsch und Hochdeutsch bleiben, aber die neuen Gäste mitnehmen. So pragmatisch gehen die Besitzer mit der veränderten Situation um.

Dabei bringt das internationale Publikum durchaus Herausforderungen für Vogels Team. Nicht alle können Englisch. Doch Sprachkurse seien keine nötig gewesen, die Mitarbeitenden hätten das «sportlich» genommen. «Wenn man etwas drei-, viermal auf Englisch erklärt hat, gehts. Es kommen meistens die gleichen Fragen», sagt Vogel.

Im Haus wurden auch ein paar zusätzliche Hinweise angebracht. Im Schwimmbad gilt Handyverbot, vor dem Speisesaal werden die Gäste darum gebeten, nicht in Flipflops zum Essen zu kommen. Auf der Website hat die Familie Vogel eine Info für internationale Gäste aufgeschaltet, die aufzeigt, was sie in Braunwald erwartet: kein Zugang mit dem Auto, kein Luxus, keine Klimaanlage. «In den Bergen machen wir das Fenster auf in der Nacht», sagt Vogel.

Die Nachfrage steuert das Hotel über die Mindestaufenthaltsdauer zwischen 2 und 7 Nächten. «Internationale Gäste, die in 5 Tagen die ganze Schweiz bereist haben wollen: Sie passen einfach nicht zu uns. Die Anreise mit der Standseilbahn ist aufwendig. Es macht keinen Sinn, nur für eine Nacht herzukommen.»

Teil 3:
Nur ein Hype
oder mehr?

Es gibt einige Orte in der Schweiz, die nach Social-Media-Hypes überrannt wurden. Der Schiffsteg von Iseltwald, das Verzascatal, Grindelwald, wo inzwischen Eintritt verlangt wird.

In Braunwald ist das anders. «Es ist eine Instagram-Geschichte, die auch eine Wertschöpfung generiert», sagt Vogel. Weil man nicht schnell ein Foto mache, den Abfall liegen lasse und weitergehe. «Bei uns muss man die Bahn benützen, hier übernachten und im Ort konsumieren.»

Vor Übertourismus hat hier niemand Angst. Die Stimmung im Dorf sei gut, die Touristen würden den Ort attraktiv halten, sagt Hans Rudolf Forrer, SP-Politiker und Gemeindepräsident Glarus Süd. Man lebt hier vom Tourismus – die internationalen Gäste fangen auf, was Braunwald im Wintertourismus wegzubrechen droht.

Trotzdem: Die internationalen Besucherinnen und Besucher verändern das Dorf. Noch kann man nicht in allen Betrieben bargeldlos bezahlen. Irgendwann werden wohl auch diese sich anpassen.

Bei Vogels tritt man derweil auf die Social-Media-Bremse. «Zurzeit lehnen wir Influencer-Anfragen generell ab», sagt der Hotelier. «Wir geben etwas Gegensteuer.» Es bleibe ein Restrisiko, dass alles nur ein Hype sei, der kurz aufflamme. Auch darum sind die Schweizer Gäste den Hotelbetreibern ein besonderes Anliegen. «Es ist unser Ziel, dass wir weiterhin die Gäste aus der Schweiz, unsere Haupt- und Stammgäste, glücklich machen.»

Der Aussenpool der Villa Honegg in Ennetbürgen sei wohl der erste Tourismus-Hype um Schweizer Hotels gewesen, sagt Patric Vogel. Vor neun Jahren gingen Videos und Fotos vom Pool, hoch über dem Vierwaldstättersee, um die Welt. Das Hotel profitiert heute noch von einer hohen Auslastung.

Wie die Instagram-Geschichte in Braunwald weitergeht, ist offen. Für Gemeindepräsident Hans Rudolf Forrer ist das Märchenhotel das «Juwel» der Tourismusregion. Die Familie Vogel ist derweil «in einer Planungsphase». Die Tennisplätze werden kaum genutzt. Nun soll eine nächste Attraktion her.

Für die Gäste, egal woher, nicht für Instagram.

Tourismus in Glarus

Der Kanton Glarus verzeichnet zwischen 300'000 und 350'000 Übernachtungen pro Jahr, 150'000 fallen auf die Hotellerie. In Braunwald waren es im Jahr 2024 knapp 40'000 Hotelübernachtungen.

Der Tourismus im Glarnerland ist überdurchschnittlich inlandsgeprägt: Prozentual betrachtet ist es der Kanton mit den meisten Logiernächten von Schweizer Gästen, besonders aus den Kantonen Zürich, Aargau und St. Gallen. Die viralen Märchenhotel-Videos haben aber «die internationale Nachfrage messbar verstärkt», heisst es bei der Tourismusstelle. Die Kommunikation auf Englisch werde ausgebaut.

Schweiz Tourismus verzeichnete 2024 einen Rekord von über 43 Millionen Übernachtungen. (f/m)



Die kleinen Gäste werden im Märchenhotel stets mitgedacht: Zur Réception gehts für die Kinder über eine Rutschbahn. Foto: Moritz Hager