

Tourismus-Strategiekonzept Gemeinde Lungern

Registraturplan: 8.6.1 | Geschäfts-Laufnr.: 2024-89

Bis 2036 soll Lungern für seinen hochwertigen Natur- und Erholungstourismus bekannt und etabliert sein.

Unsere Gäste finden hier Entschleunigung, lokale Kultur und nachhaltige Angebote. Lungern ist lebendig, gastfreundlich und stolz auf seine Wurzeln.



Im Auftrag

Ausgeführt

Vorsitz

Mitglieder:

Gemeinde Lungern

Tourismus Kommission Lungern

Michael Schäli

Helen Schallberger

Catherine Steghuber

Walter Ming

Daniel Odermatt

Christian Halter

Inhaltsverzeichnis

1. Vorwort	3
2. Strategie Zusammenfassung	4
3. Einleitung	5
4. Analyse der Ausgangslage	6
5. Leitbild und Vision	14
6. Strategische Zielsetzungen	17
7. Strategische Massnahmen	19
8. Organisation und Umsetzung	21
9. Anhang	22

1. Vorwort

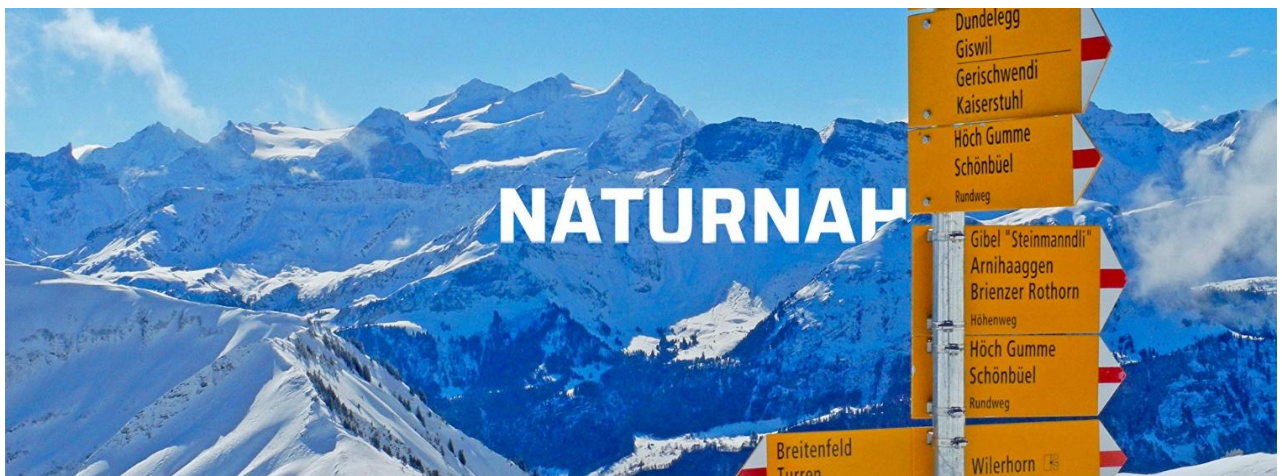
Lungern ist für uns alle mehr als nur ein Wohnort, es ist Heimat. Wir schätzen die Ruhe, die Natur und das Miteinander, welches unser Dorf ausmacht. Gleichzeitig wissen wir, wie wichtig der Tourismus für unsere Gemeinde ist. Viele Arbeitsplätze und ein grosser Teil unserer Wertschöpfung hängen davon ab, dass Gäste zu uns kommen und sich bei uns wohlfühlen.

In den nächsten Jahren wollen wir den Tourismus in Lungern so gestalten, dass er zu uns passt. Uns ist wichtig, dass der Tourismus nicht auf Kosten unserer Lebensqualität geht. Wir möchten, dass unsere Natur geschützt bleibt und unser Dorfleben nicht beeinträchtigt wird. Gleichzeitig wollen wir die Chancen nutzen, die uns der Tourismus bietet – für unsere Wirtschaft und für die gesamte Bevölkerung.

Wir setzen uns dafür ein, dass neue Projekte und Angebote nachhaltig sind und gut ins Gemeindeleben passen. Wir möchten, dass alle profitieren – wir als Gemeindebevölkerung und unsere Gäste. Darum hören wir genau hin, wenn es um Sorgen, Wünsche oder gar Anregungen aus der Bevölkerung geht und suchen gemeinsam nach fairen Lösungen.

Mit dieser Strategie möchten wir einen Weg aufzeigen, wie wir den Tourismus in Lungern verantwortungsvoll weiterentwickeln können. Wir freuen uns, auf ein lebendiges, lebenswertes Lungern – heute und in Zukunft.

Gemeinderat Michael Schäli
Departementsvorsteher Sicherheit und Wirtschaft



2. Strategie Zusammenfassung

Das Tourismus Strategiekonzept der Gemeinde Lungern definiert die Leitlinien und Massnahmen für eine gezielte, nachhaltige Weiterentwicklung des Tourismus bis 2036. Im Zentrum steht ein qualitativer, gelenkter Natur- und Erholungstourismus, der lokale Wertschöpfung stärkt, die Lebensqualität der Bevölkerung sichert und den dörflichen Charakter Lungerns bewahrt.

Aus der Analyse der Ausgangslage ergeben sich folgende strategische Handlungsschwerpunkte:

2.1. Besucherlenkung und Aufenthaltsqualität erhöhen

Gäste sollen gezielt über definierte Wege, offizielle Aussichtspunkte und klare Information gelenkt werden. Dadurch werden sensible Bereiche geschützt, Hotspots entschärft und die Aufenthaltsqualität für Gäste und Einheimische verbessert. Wachstum wird gesteuert, nicht maximiert.

2.2. Aufenthaltsdauer verlängern und Wertschöpfung steigern

Der Fokus liegt auf dem Übergang vom reinen „Foto-Stopp“ hin zu Erlebnissen mit höherem Mehrwert für unsere Gäste. Dazu gehören Angebote für mehr als 1–2 Stunden Aufenthalt, einfache buchbare Mikro-Erlebnisse, Kulinarik- und Dorfangebote sowie die schrittweise Stärkung von Übernachtungsmöglichkeiten.

2.3. Klare Differenzierung der Gästegruppen

Regionale Gäste bilden die Kernwertschöpfung und sollen durch ganzjährige Natur-, Freizeit- und Familienangebote stärker an Lungern gebunden werden.

Internationale Gäste werden über klar definierte Standorte (insbesondere am See) angesprochen, mit gezielter Infrastruktur, Information und Lenkung, um Wertschöpfung ohne Massentourismus zu ermöglichen.

2.4. Fokus auf den See als zentrales Erlebnis- und Lenkungselement

Der Lungernsee bildet das Herzstück der touristischen Entwicklung. Bestehende Infrastrukturen werden gesichert und punktuell weiterentwickelt. Für internationale Gäste wird ein klarer Fokusstandort definiert, an dem Wertschöpfung, Infrastruktur und Besucherlenkung gebündelt erfolgen.

2.5. Lokale Akzeptanz und Nachhaltigkeit sichern

Die touristische Entwicklung erfolgt im Dialog mit der Bevölkerung. Massnahmen setzen auf Qualität vor Quantität, regionale Wertschöpfung, sanfte Mobilität und die Vermeidung von Overtourism. Tourismus wird als Beitrag zur Lebensqualität verstanden, nicht als Selbstzweck.

Als Ergänzung zum Strategiekonzept ist die Karte im Anhang zu verwenden.

3. Einleitung

3.1. Zielsetzung und Zweck des Strategiekonzepts

Das Tourismus-Strategiekonzept definiert die langfristige Ausrichtung des Tourismus in Lungern. Es soll als Leitfaden für Gemeinde und ihrer Tourismusorganisation dienen, unter Berücksichtigung der lokalen Leistungsträger und Partner soll es Kräfte bündeln und Entwicklungen gezielt steuern. Ziel ist es, den Tourismus als Wertschöpfungs- und Lebensqualitätsfaktor nachhaltig zu stärken.

3.2. Bedeutung des Tourismus für Lungern

Der Tourismus trägt wesentlich zur gesellschaftlichen Entwicklung der Gemeinde Lungern bei. Durch den See, die Berglandschaft und die gute Erreichbarkeit ist der Ort für regionale und internationale Gäste attraktiv. Ein nachhaltiger Tourismus stärkt lokale Betriebe, schafft Arbeitsplätze und erhält die dörfliche Vitalität.

3.3. Methodisches Vorgehen und Beteiligungsprozess

Das Konzept wurde von der Tourismus Kommission im Auftrag der Gemeinde Lungern erstellt. In Zusammenarbeit mit der Gemeinde Lungern, regionalen Partnern und Vertretern der Bevölkerung entwickelt. Grundlage bilden Analysen, Workshops und Interviews. Der partizipative Ansatz stellt sicher, dass die Strategie breit abgestützt und realistisch umsetzbar ist.

3.4. Projektorganisation und Mitwirkende

Die Gemeinde Lungern delegiert die Gesamtverantwortung der Tourismus Kommission, auf Basis deren Empfehlung arbeitet der Gemeinderat Lungern. Die operative Umsetzung wird mit der Tourismus Kommission zusammen mit lokalen Partnern realisiert. Fachliche Inputs stammen von Tourismus- und Regionalentwicklungsfachleuten.

4. Analyse der Ausgangslage

4.1. Porträt der Gemeinde Lungern

Lungern, innovativ, naturnah, lebenswert. Die Gemeinde Lungern, mit dem kristallklaren See, liegt auf 750 m.ü.M am Fusse des Brünig Passes. Am nördlichen Ende des Sees liegt der idyllische Weiler Bürglen, der politisch zur Gemeinde Lungern gehört. Die Gemeinde liegt zwischen Brünigpass und Obwalden Talebene und zählt rund 2'000 Einwohner. Das Dorf besticht durch seine Lage am tiefblauen Lungernsee und die umliegenden Bergketten. Die Zentralbahnlinie Luzern–Interlaken verbindet Lungern optimal mit dem regionalen und überregionalen Tourismusnetz.

Komplettes Leitbild [HIER](#)



4.2. Die Geschichte des Tourismusverein in Lungern bis ins Jahr 2024

Der Tourismusverein Lungern wurde um die Jahrhundertwende gegründet, als im Dorf erste Unterkünfte und touristische Angebote entstanden. Sein Hauptziel war es, Gäste nach Lungern zu bringen, wirtschaftliches Wachstum zu fördern und die Gästegewinnung zu koordinieren. Die Tourismustaxen flossen direkt in den Verein und ermöglichten die Finanzierung zahlreicher lokaler Projekte, was eine starke regionale Wertschöpfung schuf. Dank der frühen Erschliessung des Brünigpasses (Strasse 1861/ Bahnlinie 1888) war Lungern bereits früh gut erreichbar, was den Tourismus zusätzlich begünstigte.

In den 1950er- und 1960er-Jahren förderte der Verein gezielt den Natur- und Wandertourismus, unter anderem durch den Ausbau des Wanderwegnetzes. Ein bedeutendes Infrastrukturprojekt dieser Zeit war der Bau der Luftseilbahn von Lungern auf den Turren (Lungern-Turren-Bahn=LTB).

Die 1980er-Jahre markierten den Höhepunkt der finanziellen Stärke des Vereins: Mit einem Jahresbudget von rund 500'000 CHF – fast vollständig aus Tourismustaxen – war der Tourismusverein ein zentraler Akteur in der Gemeinde, während die lokale Industrie noch schwach war. 1988 fand das Jubiläum der Brünigbahn statt, ein grosses touristisches Ereignis, begleitet vom Bau der provisorischen Bergwirtschaft Chäppeli. Bis 2012 führte der Verein zudem ein eigenes Tourismusbüro als zentrale Anlaufstelle für Gäste.

In den 1990er-Jahren wuchs die lokale Industrie stark, wodurch der Tourismus an relativer wirtschaftlicher Bedeutung verlor. Ab 2000 führten einschneidende Ereignisse wie 9/11 zu einem Einbruch internationaler Gäste. Die Schliessung mehrerer Hotels und Gastronomiebetriebe schwächte das touristische Angebot zusätzlich. Mit der Anpassung des Tourismusgesetzes im Jahr 2012 flossen die Tourismustaxen nicht mehr direkt an den Verein, was zu einem massiven Verlust finanzieller Mittel führte. Viele Projekte konnten nicht mehr im bisherigen Umfang umgesetzt werden, und die operativen Tätigkeiten wurden schrittweise reduziert.

Der Verein verlor zunehmend Einfluss und Ressourcen. 2024 erfolgte eine Zweckanpassung und die operative und strategische Verantwortung wurde an die Gemeinde Lungern übergeben.

4.3. Bestehende touristische Angebote (Stand 2026)

Lungern verfügt über vielfältige Freizeitmöglichkeiten: Wander- und Bikerouten, Baden und Fischen im See, Schiesssportanlage Brünig Indoor, sowie familienfreundliche Naturerlebnisse. Beherbergung und Gastronomie sind vorhanden, aber strukturell ausbaufähig.

Für die Erarbeitung der Strategie wurde über die Karte im Anhang, eine Übersicht aller bestehenden touristischen Angebote erstellt, in der Tabelle unten die Aktivitäten in Besucherzahlen. Gastronomie und Beherbergung auf der Karte

Anbieter (Besitzer)	Produkt	Jährliche Besucher / Trend
zB Zentralbahn AG (privat Hauptaktionär Bund / Kantone)	Zug Öffentlicher Verkehr	Ein-Ausstieg Bahnhof Lungern ca. 200'000 Bahnhof Bürglen ca. 50'000 Trend steigend
Astra A8 (ASTRA)	Strassenverkehr Individual Verkehr	Frequenz auf Brünigstrasse Ca. 3'000'000 Trend steigend
LTB-Lungern-Turren- Bahn AG (Privat)	Luftseilbahn Öffentlicher Verkehr Turren Restaurant Gastronomie Turren-Huis Übernachtung	ca. 45'000-50'000 Trend steigend
Brünig Indoor AG Cantina Caverna (Privat)	Unterirdische Schiessanlage Aktivität / Freizeit Verkaufsstandort von Fachartikeln und Shop Cantina Caverna Gastronomie	ca. 30'000 Trend haltend
Lungernsee AG (privat Hauptaktionär ist Gemeinde Lungern)	Bewirtschaftung Fischerei Aktivität / Freizeit Bewirtschaftung Grillstelle am See Freizeit Verkaufsstandort von Fachartikeln und Shop	Tagespatente: ca. 15'000-18'000 Trend haltend
Strandbad Lungern (Gemeinde Lungern)	Bewirtschaftung Badebetrieb Aktivität / Freizeit Bistro Gastronomie	ca. 20'000 nur im Sommer Trend haltend Exklusive alternative Bademöglichkeiten
Minigolf Lungern (Gemeinde Lungern)	Minigolfanlage Aktivität / Freizeit Bistro Gastronomie	ca. 4'000 Trend haltend

4.4. Touristische Nachfrage und Zielgruppen

Die Aktivitäten von Lungern sprechen Gäste an, welche mehrheitlich Tagesausflügler aus der Zentralschweiz und dem Berner Oberland sind, wie auch aus der Zentral Europa Region. Die Nachfrage konzentriert sich bis dato mehrheitlich auf die Sommermonate und Wochenenden. Potenzial besteht in der Ansprache von Familien, Ruhesuchenden und Naturliebhabern, welche Qualität und Authentizität suchen und schätzen. Diese Gäste reisen individuell mit dem Privatfahrzeug und vereinzelt mit dem ÖV an.

Die Natur von Lungern spricht Grossteils internationale Gäste an, welche auf Erlebnisse und Eindrücke fokussiert sind und nichts konkret mit den Aktivitäten verbindet. Diverse externe Ereignisse wie TV-Show oder Influencer können dabei gewisse «Hot-Spots» erstellen, welche dann zu erhöhter Frequentierung führen. Diese Gäste reisen grösstenteils individuell oder vereinzelt in Gruppen mit Cars an.

Somit kann definiert werden das Lungern zwei Haupt-Gästegruppen hat: **Regional** und **International**.



Beispiele für **Regionaler** Gast

Herkunft zentral Europa
Sprache: DE / FR / EN
Kultur: ähnlich zum Dorf



Beispiele für **Internationaler** Gast

Herkunft ausserhalb zentral Europa
Sprache: EN / asiatisch und weitere
Kultur: Je nach Herkunft unterschiedlich

4.5. Analyse der Wertschöpfung und Beschäftigung im Tourismus

Tourismus sichert Arbeitsplätze in Gastronomie, Hotellerie, Handel und Handwerk. Ein sanft wachsender Ganzjahrestourismus könnte zusätzliche Einnahmen generieren. Wichtig ist, dass Wertschöpfung lokal bleibt und Synergien zwischen Betrieben gestärkt werden.

Stand Jahr 2026 ist das Wertschöpfungsangebot in Lungern exklusiv auf den regionalen Gast abgestimmt. Dieser Umstand ist bestätigt nach Rücksprache mit Leistungsträgern wie auch dem Beurteilen deren Angebote.

Als Sinnbild hierzu ein Zitat aus der Gastronomie: *«Wir bedienen gerne Internationale Gäste, wenn Sie unser Menü so akzeptieren wie es ist».*

Die Marketing-Aktivitäten von Obwalden Tourismus sind exklusiv auf zentral europäische Gäste ausgelegt.

Internationale Gäste werden am aktivsten von der zB Zentralbahn beworben und befördert oder sie reisen mit dem Individual Verkehr an. Internationale Gäste informieren sich mehrheitlich über Online-Plattformen, welche von unabhängigen Personen oder Firmen erstellt werden. In Lungern angekommen, sucht der internationale Gast oftmals den besten Aussichtspunkt, um die malerische Umgebung festzuhalten. Dabei spielt der See eine entscheidende Rolle, da dieser von nahezu überall sichtbar ist und eine Magnetwirkung hat.

Im Vergleich zum regionalen Gast ist für den internationalen Gast weder Angebot noch Infrastruktur für seine Bedürfnisse vorhanden.

Beispiel Regionaler Gast: Wandergruppe aus dem Mittelland kann via ÖV anreisen und wird vom Bahnhof zur Talstation gefahren (interner Rufbus der LTB). Auf dem Berg sind während der Saison zwei Gastronomieangebote vorhanden und teilweise stehen Hofladen Angebote zur Verfügung. Die Gruppe kann nun via Briener Rothorn ab Brienz auf den Zug nach Hause.

Beispiel Internationaler Gast: Ein junges Pärchen aus Südkorea macht einen Transfer von Luzern nach Interlaken, gemäss Onlineempfehlung sollen Sie in Lungern den See ansehen. Am Bahnhof ausgestiegen kann das Gepäck deponiert werden und die Entdeckungstour beginnt. Nachdem der See gefunden ist und Fotos gemacht wurden, kehren die Gäste zurück zum Bahnhof, je nach Öffnungszeit kann ein beschränktes Gastronomieangebot genutzt werden.

Die Chance, dass die Wertschöpfung mit den internationalen Gästen genutzt werden kann, ist viel kleiner als mit dem regionalen Gast.

4.6. Wettbewerbsumfeld und regionale Einbettung

Lungern profitiert von seiner Lage zwischen touristischen Zentren wie Berner-Oberland und Luzern. Eine klare Positionierung als „Ruhepol inmitten der Zentralschweizer Alpen“ kann den Ort differenzieren. Die Kooperation mit Obwalden Tourismus und Nachbargemeinden ist zentral, um im Wettbewerb sichtbar zu bleiben.

Der **regionale** Gast ist bei allen Mitbewerbern in der Zentralschweiz gern gesehen, daher wird dieser jeweils aktiv beworben. Beispiel: Fischen in Lungern oder Melchsee-Frutt / Schiessen im Brünig Indoor oder in einem der anderen privaten Schiessanlagen in der Schweiz / Wandern auf dem Turren oder Berner Oberland, Sörenberg, Nidwalden etc.

Der **internationale** Gast ist ein Checkliste Besucher: „je mehr, desto besser“. Titlis, Jungfrau und Schilthorn stehen auf der To-do Liste – je nach Budget, Zeit und Verfügbarkeit werden diese Orte besucht.

Lungern zählt bei diesem Gästeklientel zu einem „Free-To-Do“. Sofern ein Transfer zwischen Luzern–Interlaken stattfindet, liegt Lungern auf dem Weg und profitiert von allen anderen Angeboten. Im Vergleich zu anderen Regionen welche explizit angefahren werden müssen und nicht von dieser besonderen geografischen Lage betroffen sind.



Karte der Grand Tour of Switzerland, Lungern wird (noch) nicht aktiv beworben

4.7. SWOT-Analyse (Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken)

Hier werden die Hauptaussagen aus der Analyse eingeordnet:

S-Stärke (Was läuft gut, was sind die Vorteile)
Einzigartige Natur- und Landschaftsqualität (See, Berge) Ruhige, authentische Bergdorf-Atmosphäre Gute geografische Lage (Luzern-Interlaken) Bestehende Outdoor-Infrastruktur (Wanderwege, See-Route, Badeplätze, Fischerparadies)
W-Schwächen (Wo besteht Verbesserungsbedarf)
Begrenzte touristische Infrastruktur (Hotel, Gastro, Shop, ÖV im Dorf) Abhängigkeit von Tagesgästen (Foto-Stopp) Saisonale Schwankungen (Sommer vs. Wintersaison) begrenzte Park- und Besucherinfrastruktur (Spots am See, Aussichtspunkte)
O-Chancen (Welche externen Entwicklungen können genutzt werden)
Steigender Trend zu natur- und sanften Tourismuserlebnissen Social-Media und Fotospots / Influencer Film- und Serien-Tourismus (Entwicklung thematischer Angebote) Kooperation mit umliegenden Destinationen / Leistungsträgern Nachhaltiger Tourismus als Positionierung (sanfte Alternative)
T-Risiken (Welche externen Faktoren können schaden)
Overtourism an einzelnen Spots Klimawandel und Wetterextreme Konflikte zwischen Tourismus und Bevölkerung Abhängigkeit vom internationalen Markt

4.8. SWOT-Strategien (Verbindung der Aussagen)

Hier werden durch passende Verbindungen der SWOT-Analyse strategische Grundsätze gebildet.

SO-Strategie Stärke (Stärken nutzen, um Chancen zu realisieren)
Natur- & Fotospot-Destination entwickeln Panorama-Routen, Aussichtspunkte mit Plattformen, Fotospot-Konzept Wertschöpfung mit Zugang zu diesen Standorten (vor Ort Verkauf, Werbefläche, Zugangskosten etc.)
WO-Strategie (Schwächen reduzieren, um Chancen zu nutzen)
Aufenthaltsdauer verlängern Angebote für länger als 1-2 Stunden schaffen, Übernachtungsmöglichkeiten erhöhen, Kulinarik-Erlebnisse Wertschöpfung mit mehr Angeboten und gezielter Gästelenkung
ST-Strategie (Stärken nutzen, um Risiken zu reduzieren)
nachhaltige Besucherlenkung Offizielle Aussichtspunkte mit Zusatzangeboten schaffen, Gästelenkung auf klar definierten Wegen Wertschöpfung mit planbarer Gästebewegung
WT-Strategie (Schwächen minimieren und Risiken vermeiden)
Lokale Akzeptanz und Overtourism verhindern Einbindung der Bevölkerung, keine aggressive Massenvermarktung, regionale Wertschöpfung Wertschöpfung mit den vorhandenen Gästen generieren, nicht auf Masse setzen. Regionale Angebote erstellen.

5. Leitbild und Vision

5.1. Leitbild für den Tourismus in Lungern

Der Tourismus in Lungern versteht sich als innovativer, naturnaher und respektvoller Beitrag zur Gemeindeentwicklung. Er schafft Mehrwert für Gäste und Einheimische, indem er die Ruhe, die Landschaft und die Vielfalt des Dorfes erlebbar macht, ohne den Charakter Lungerns zu verändern. Der Tourismus soll das Dorf beleben, lokale Betriebe stärken und gleichzeitig die dörfliche Identität, die Natur- und Landschaftsqualität sowie die Lebensqualität der Bevölkerung bewahren.

5.2. Vision 2036 – „Lungern: Das authentische Bergdorf am See“

Bis 2036 ist Lungern als Destination für hochwertigen Natur- und Erholungstourismus etabliert. Gäste finden hier Entschleunigung, lokale Kultur und nachhaltige Angebote in einer Umgebung, die durch See, Berge und Dorfleben geprägt sind. Lungern zeigt sich als lebendiger, gastfreundlicher Ort, der stolz auf seine Wurzeln ist und sein authentisches Lebensgefühl bewusst pflegt.



5.3. Werte und Entwicklungsprinzipien

Lungern orientiert sich im Tourismus an vier zentralen Werten:

Authentizität, Gastfreundschaft, Nachhaltigkeit und Gemeinschaft. Diese Werte prägen Entscheidungen in allen Bereichen – vom Angebot über die Ausgestaltung der Infrastruktur bis zur Kommunikation. Die touristische Entwicklung soll im Einklang mit Landschaft, Bevölkerung und Ressourcen erfolgen.

5.4. Entwicklungsprinzipien (Wie Lungern entwickelt)

Aus den Analysen und strategischen Grundsätzen lassen sich folgende Leitprinzipien ableiten:

Qualität vor Quantität: Wachstum ist dort erwünscht, wo es sinnvoll, verträglich und nachhaltig ist – Fokus auf hochwertige Erlebnisse statt auf Masse.

Sanfter Tourismus & Besucherlenkung: Offizielle Aussichtspunkte, definierte Wege und gezielte Informationen, reduzieren von Hotspots und sichern von Natur- sowie Aufenthaltsqualität.

Lokale Wertschöpfung stärken: Angebote sollen so gestaltet werden, dass Wertschöpfung möglichst im Dorf bleibt und Synergien zwischen Betrieben entstehen.

Aufenthaltsdauer verlängern: Weg vom reinen „Foto-Stopp“ hin zu Erlebnissen, die mehr als 1–2 Stunden füllen, inkl. Kulinarik und passenden Übernachtungsangeboten.

Partnerschaften als Multiplikator: Zusammenarbeit mit regionalen Akteuren erhöhen Sichtbarkeit, Effizienz und Angebotstiefe.



5.5. Positionierung und Alleinstellungsmerkmale

Positionierung

Lungern positioniert sich als „Bergdorf am See – authentisch, ruhig und herzlich“ und als Ruhepol zwischen den touristischen Zentren der Zentralschweiz und des Berner Oberlands. Im Vordergrund steht das echte Erlebnis im Rhythmus der Natur – unkompliziert, naturnah und glaubwürdig.

Alleinstellungsmerkmale (USPs)

Die zentralen Merkmale, die Lungern differenzieren und gleichzeitig strategisch nutzbar machen:

Einzige Kombination aus See, Bergen und Dorfleben – der See ist fast überall präsent und wirkt als starker Anziehungspunkt.

Authentische Bergdorf-Atmosphäre mit Ruhe, Überschaubarkeit und hoher Landschaftsqualität.

Sehr gute Erreichbarkeit und Lage auf der Achse Luzern–Interlaken (ÖV und Individualverkehr) – ideale Voraussetzung für Tagesgäste, aber auch Hebel zur Verlängerung der Aufenthaltsdauer.

Bestehende Outdoor-Infrastruktur (Wandern, Baden, See-Erlebnisse) sowie profilierende Aktivitäten wie Fischen und Schiesssport (Brünig Indoor)

Potenzial als Natur- & Fotospot-Destination mit klarer Steuerung und wertschöpfungsorientierten Angeboten an definierten Standorten.



6. Strategische Zielsetzungen

Ziel ist ein qualitativ hochwertiger, wirtschaftlich tragfähiger und ökologisch verantwortungsvoller Tourismus. Lokale Kreisläufe und Synergien sollen gestärkt und die Lebensqualität der Bevölkerung weiter gefördert werden. Die Tourismusentwicklung soll gezielt gesteuert werden: Wachstum ist dort erwünscht, wo es nachhaltig und sinnvoll ist und im Einklang mit der Tourismus Strategie, steht.

6.1. Angebot & Erlebnis: Weiterentwicklung des Sommer-, Winter- und Ganzjahresangebote.

- Lungern stärkt sein Profil als Natur- und Erholungsdestination durch Erlebnisangebote am See sowie durch naturnahe Sommer- und Winteraktivitäten.
- Ziel ist die Verlängerung der Aufenthaltsdauer (weg vom reinen Foto-Stopp), u. a. durch Themenwege, einfache Winterangebote (z. B. Winterwandern) und ergänzende Kulinarik- bzw. Dorfangebote.
- Angebote bleiben authentisch und lokal verankert, um die Glaubwürdigkeit des „Bergdorf am See“ – Versprechens zu sichern.

6.2. Infrastruktur & Mobilität: Verbesserte Zugänglichkeit, Besucherlenkung, Qualität der Anlagen.

- Verbesserung von Besucherinformation, ÖV-Anbindung und Park-/ Verkehrsmanagement, um Belastungen zu reduzieren und Qualität zu erhöhen.
- Besucherlenkung über definierte Wege, offizielle Aussichtspunkte und klare Orientierung, um Hotspots zu entschärfen und Natur zu schützen.
- Infrastrukturentwicklung erfolgt bedarfsgerecht und abgestimmt auf Tragfähigkeit und Dorfinteressen.

6.3. Marketing & Kommunikation: Stärkung der Marke „Lungern“ durch gezielte digitale Präsenz.

- Ausbau der Marke im Sinne der Positionierung „authentisch, ruhig und herzlich“ und konsequente Erzählung der Kernbilder: See, Berge, Dorf, Entschleunigung.
- Stärkung der digitalen Sichtbarkeit mit einheitlicher Online-Präsenz, aktuellen Informationen und – wo passend – Buchbarkeit, um spontane Gäste besser abzuholen.
- Kommunikation soll auch zur Lenkung beitragen (Hinweise zu Spots, Zeiten, Verhalten, Alternativen).

6.4. Kooperation & Netzwerk: In regionale und kantonale Partnerschaften intensivieren.

- Aktive Zusammenarbeit mit regionalen Akteuren und Leistungsträgern, um Synergien zu nutzen und Reichweite zu erhöhen.
- Gemeinsame Themen (Natur, Familien, Erholung) erhöhen die Strahlkraft und verbessern die Angebotskette entlang der Achse Luzern–Interlaken.
- Koordination dient auch der Wertschöpfungssteigerung (gemeinsame Produkte, Pakete, Gästeführung).

6.5. Nachhaltigkeit & Lebensqualität: Balance zwischen Tourismusentwicklung und Dorfinteressen sichern.

- Sicherung der lokalen Akzeptanz durch Einbindung der Bevölkerung und Vermeidung aggressiver Massenvermarktung.
- Fokus auf planbare Besucherbewegungen und Steuerung statt Maximierung – Overtourism-Risiken werden aktiv reduziert.
- Tourismus wird als Lebensqualitätsfaktor verstanden: Schutz von Natur, Ruhe und Alltagsfunktionalität ist gleichwertig mit Wertschöpfung.

6.6. Zielgruppen

Auf Basis der Analyse lassen sich zwei übergeordnete Gästegruppen definieren:

Regionale Gäste und **Internationale Gäste**.

Regionale Gäste (Kernwertschöpfung – „planbar“)

Typische Merkmale: Tagesausflüge (v. a. Sommer / Wochenenden), Anreise oft individuell, teilweise ÖV, Interesse an Aktivitäten wie Wandern, Baden, Fischen, Familienerlebnissen, Potenzial für Kurzaufenthalte oder Wochenenden.

Teilsegmente (operativ nützlich)

- Familien (Baden, leichte Wanderungen, Naturerlebnis)
- Natur- & Ruhesuchende (Entschleunigung, Landschaft, See-Rundwege)
- Aktivgäste (Wandern, Biken, Fischen, Schiesssport)

Strategischer Fokus: regionale Wertschöpfung sichern und ausbauen und behutsam mehr Übernachtungen generieren.

Internationale Gäste (Eindrucks-/ Fotomotivorientiert – „Stop-over“)

Typische Merkmale: Fokus auf Eindrücke, Aussicht, Foto-Spots, oft im Transfer Luzern–Interlaken, Informationsbeschaffung primär über Online-Plattformen, punktuelle Hotspots durch externe Trigger (z. B. Influencer).

Bedürfnisse/Schmerzpunkte: vor Ort fehlen teilweise passende Angebote und Infrastruktur für diese Bedürfnisse, wodurch Wertschöpfung geringer ausfällt.

Strategischer Fokus: Wertschöpfung ohne Massentourismus erhöhen – durch definierte Aussichtspunkte, kurze buchbare Mikro-Erlebnisse, klare Information und Lenkung sowie einfache Konsum-/ Serviceangebote im Dorf schaffen.



7. Strategische Massnahmen

7.1. Erlebnisentwicklung am See

Der See ist das Herzstück des Lungener Tourismus.

Die aktuelle Grundinfrastruktur bildet einen sehr guten Ausgangspunkt und es ist unser Ziel, auf diesen aufzubauen.

Regionale Gäste:

Spazierweg um den kompletten See mit Sitzplatzmöglichkeiten ganzjährig schaffen, Grillstellen und Toiletten beibehalten, teilweise ausbauen oder mit Partnerschaften anbieten.

Unterstützung und Ausbau von zentralen Bademöglichkeiten Strandbad Lungern und Bürglen.
Aufwertung und Naherholung im Seepark Lungern.

Förderung und Unterstützung der nachhaltigen Fischerei am See.

Förderung der Aktivität des Campingplatzes Lungern-Obsee, eventuell den Ausbau unterstützen.

Internationale Gäste:

Kernfokus „Inseli Lungern“ – Lungern möchte für diesen Gästesektor an diesem Standort wachsen und Wertschöpfung generieren.

Phase 1: Gäste gezielt zum Inseli lenken und als „Hot-Spot“ definieren

Phase 2: Inseli Zugang in der Hochsaison mit Zugangsgebühr ausstatten für Wertschöpfung und Unterhaltsarbeiten

Phase 3: Ausbau Infrastruktur für Inseli Zugang (Spazierweg, Parkieren, Toilette)



7.2. Besucherlenkung, Dorf & Kultur

Das bisheriges Wanderwegnetz beibehalten und Inklusion von Bike Routen.

Durch gezielte Besucherinformation, ÖV-Anbindung und Parkplatzbewirtschaftung wird der Verkehr entlastet.

Das Dorf Lungern am Chällrütirank und Tschorren für Gäste sichtbar und verfügbar machen.

Allgemeine Verhaltensregeln erstellen und Wege beschildern, speziell für internationale Gäste. Das Dorf ist öffentlich und das tägliche Leben findet hier statt. Touristische Angebote und deren Zugänge sind gut zu markieren.

7.3. Bewusstseinsbildung & Integration der Bevölkerung

Die Bevölkerung wird als Teil des touristischen Erfolgs verstanden. Informationsanlässe, Mitwirkungsformate und gemeinsame Projekte fördern Akzeptanz und Stolz.

Ein „Tourismus für alle“ soll als Leitgedanke verankert werden.

Dazu werden Leistungen für die Bevölkerung unterstützt und gezielt gefördert.

Chäppeli Bergwirtschaft Betrieb im Sommer/ Herbst weiterhin ermöglichen und unterstützen.

Das Naherholungsgebiet zwischen Turren und Schönbüel wird mit Sitzmöglichkeiten und Rastplatz zeitnah aufgewertet.

Die Grundinfrastruktur wird für die Bevölkerung und Gäste zur Verfügung gestellt und unterhalten (Toiletten, Grillstellen, Sitzmöglichkeiten, Wege etc.).



8. Organisation und Umsetzung

8.1. Zuständigkeiten

Die Gemeinde Lungern trägt die strategische Verantwortung.

Die Tourismus Kommission wird vom Gemeinderat Lungern beauftragt, in Zusammenarbeit mit der Verwaltung die Umsetzung der Strategie zu koordinieren und dem Gemeinderat regelmässig über den Stand der Umsetzung Bericht zu erstatten.

Die Strategie in diesem Dokument dient als Leitfaden und soll die Parameter definieren.

8.2. Organisationsmodell / Finanzierung

Die Tourismus Kommission erarbeitet auf Basis der Strategie den Aktionsplan und definiert die Meilensteine.

Konkrete Massnahmen sowie die dafür notwendigen Mittel werden im Rahmen der ordentlichen Budget- und Planungsprozesse dem Gemeinderat zur Genehmigung vorgelegt.

Die Gemeinde bleibt Hauptträgerin der Vision.

8.3. Monitoring, Evaluation und Reporting

Ein jährlicher Tourismusbericht zuhanden des Gemeinderats dokumentiert Fortschritte und Herausforderungen. Kennzahlen zu Gästen, Wertschöpfung und Zufriedenheit sichern Transparenz.

Die Tourismusstrategie wird periodisch überprüft und u.a. auf Basis der Evaluationsergebnisse bei Bedarf angepasst.

8.4. Aktionsplan

Kurzfristige Quick Wins (1–2 Jahre)

Verbesserung der Gästelenkung und schärfen der vor Ort Präsenz an strategischen Fokus Standorten.

Mittelfristige Projekte (3–5 Jahre)

Ausbau von Angeboten und Infrastruktur für regionale und internationale Gäste.

Langfristige Vision (bis 2035)

Lungern etabliert sich als Modellort für sanften Bergdorf – Tourismus in der Schweiz.

Natur, Lebensqualität und wirtschaftliche Stärke stehen im Einklang.

9. Anhang

