

1890



KUNST

Tod des niederländischen Malers
Vincent van Gogh. zvg

GEWERKSCHAFTEN

Die Gewerkschaftsbewegung schreitet zu ersten internationalen Aktionen der Arbeiterschaft.

SCHWEIZ

Eine liberale Revolution fegt die konservative Regierung im Tessin aus dem Amt.



USA

Tod des Sioux-Häuptlings Sitting Bull bei seiner Verhaftung. zvg



INDIANERKRIEG

Massaker von Wounded Knee, danach erlischt jeglicher Widerstand der Indianer. zvg

JAN

FEB

MÄRZ

APR

MAI

JUNI

JULI

AUG

SEPT

OKT

NOV

DEZ

WERBUNG – DAS WALLIS STELLT SICH IN GANZ EUROPA IM BESTEN LICHT DAR

Der Tourismus zeigt sich

Das letzte Jahrzehnt des 19. Jahrhunderts bringt eine ungeahnte touristische Entwicklung, die aus dem «Fremdenverkehr» einen der wichtigsten Wirtschaftszweige des Kantons macht. Leukerbad ist dank seinen warmen und heilenden Quellen seit Jahrhunderten schon ein leuchtendes Beispiel. Zermatt mit dem majestätischen Matterhorn und dem Kranz der Viertausender im Rücken folgt auf dem Fuss. Ab dem Jahre 1860 schiessen die Hotels in fast allen Seitentälern aus dem Boden. Strassen ersetzen die Saumpfade und erlauben es den Touristen, selbst abgelegene Talschaften bequem zu erreichen.

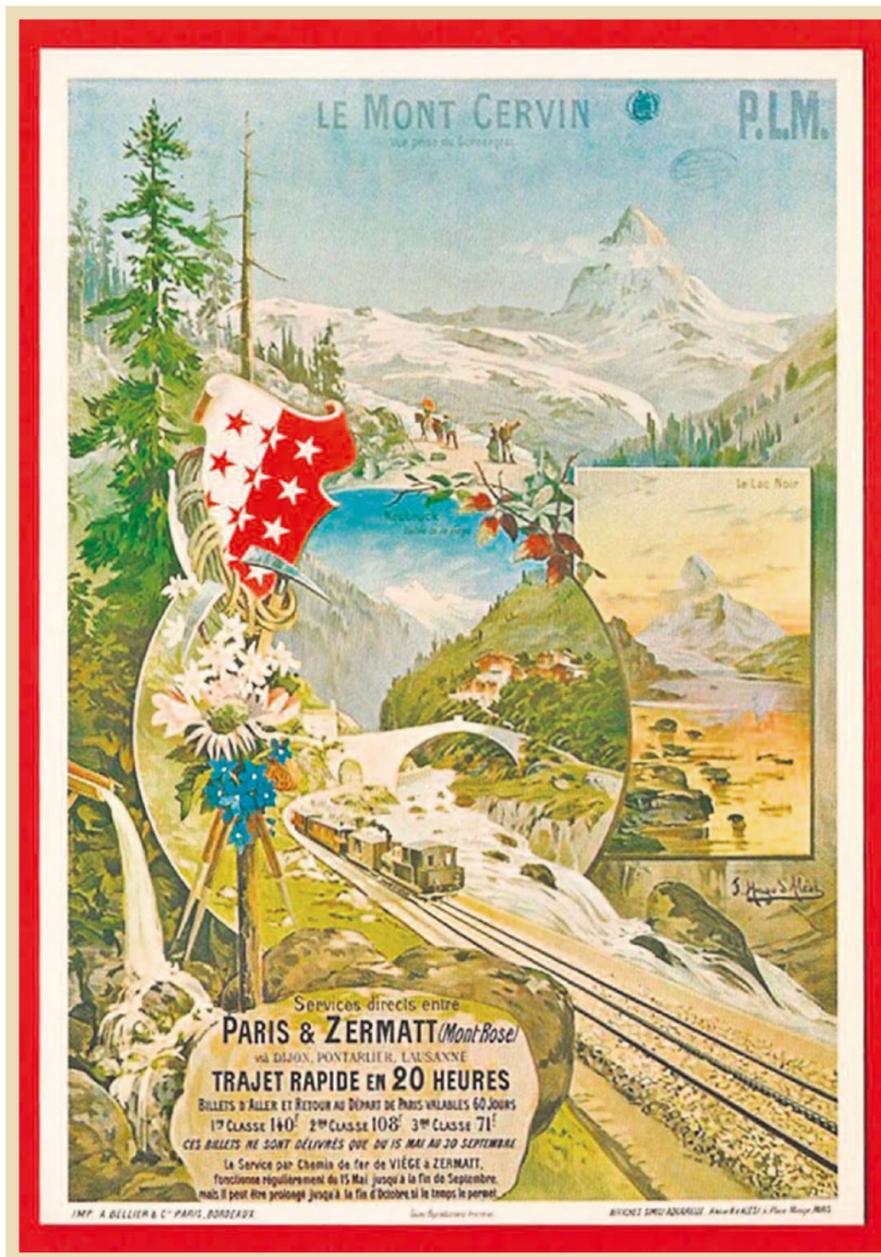
Mehr Komfort dank der Eisenbahn

Vor allem der Bau von Eisenbahnlinien erhöht den Komfort und erlaubt kürzere Reisezeiten als die mühsamen und endlosen Kutschenfahrten. Die Eisenbahn spielt eine herausragende Rolle beim touristischen Wachstum; die gehobeneren, verwöhnten Kreise entdecken das Reisen zunehmend als Zeitvertreib.

Die Eisenbahn will auch die Seitentäler erobern. Immer neue Projekte werden aufgelegt, einige davon sind nachgerade tollkühn. Viele davon bleiben aber Träumereien oder Spielereien.

Es wird munter in den Tourismus investiert

Ab den 1890er-Jahren wächst die Bedeutung des Tourismus in der Schweiz. Fast in jedem Tal gibt es ein touristisches Angebot meist in Form von Hotels. Ob Bergtourismus oder Badetourismus – die Bevölkerung legt ausgeprägten touristischen Unternehmungsgeist an den Tag. Die «Fremdenverkehrsindustrie», wie man sie nennt, ergänzt oder ersetzt die einfachen Einkünfte aus der Berglandwirtschaft. Nicht nur die Verkehrsverbindungen erfahren eine



Schon in den 1890er-Jahren sind Zermatt und das Matterhorn Symbol für den Walliser Tourismus. zvg

markante Verbesserung, sondern auch das Beherbergungsangebot in den Hotels. Entgegen weit verbreiteten Ansichten werden die Hotelbetriebe und die touristische Entwicklung nicht einzig mit auswär-

tigem Kapital finanziert. Es gibt auch Walliser Familien, die ihr ganzes Vermögen in den Tourismus stecken, wie etwa die Seiler in Zermatt oder die Exhenry in Champéry. Sie sind die Tourismus-Pioniere.

Rascher gesellschaftlicher Wandel

Das Aufkommen und Aufblühen des Tourismus trägt viel dazu bei, dass sich das Wallis aus seiner Abgeschlossenheit befreit und sich für andere

Aktivitäten öffnet. Der eben noch rein landwirtschaftlich geprägten Bevölkerung eröffnen sich mit einem Male neue Perspektiven. Die Viehhirten werden zu Portiers oder zu Reisebegleitern. Es entstehen im Dienste des Tourismus neue Unternehmungen, denn man verkauft den Gästen nicht nur Lebensmittel, sondern auch Erinnerungsstücke, also Souvenirs. So kommt bares Geld in die Dorfschaften, von dem so oder anders viele Bewohner einen Nutzen ziehen. Und da man den noblen und vermögenden Gästen den Gestank der Misthöfe und der anderen Überbleibsel tierischer Verdauung nicht zumuten kann, schreiten immer mehr Gemeinden zu Sanierungsmassnahmen im hygienischen Bereich, die nicht einzig den Gästen, sondern auch der Wohnbevölkerung zugutekommen. Die lästigen Gerüche und die verschlammten Wege gehören in den touristischen Gemeinden bald einmal der Vergangenheit an.

Der Tourismus macht das Wallis im Ausland bekannt. Gleichzeitig aber gibt der Umgang mit den Gästen den Walliserinnen und Wallisern auch Gelegenheit, sich darüber zu informieren, was in andern Ländern geschieht. Aber vor allem weckt der Tourismus den Unternehmungsgeist, der viele Einwohner aus alten Abhängigkeiten befreit.

WERBUNG

Die Werbung erlangt im 19. Jahrhundert noch nicht die Bedeutung, die sie heute hat. Doch erscheint sie schon in den Zeitungen. Vor allem die Plakate sind Träger der touristischen Werbung. Ab 1890 bedient sich der boomende Walliser Tourismus fleissig dieses Mittels. Heute gelten diese Werbeplakate als wahre Kostbarkeiten und Kunstwerke.

DER BRAND VON GAMPEL

Nationale Solidarität für die Betroffenen

In der Nacht vom 15. auf den 16. März 1890 zerstört ein Schadenfeuer 140 Gebäude in Gampel. Das Feuer bricht in einer Scheune im oberen Teil des Dorfes aus. Der Föhnwind entfacht die Flammen und sie breiten sich über das ganze Dorf aus. In- nert einer Stunde wird praktisch das ganze Dorf ein Raub der Flammen. Auch die aus den umliegenden Dörfern zu Hilfe eilenden Feuerwehren können nur ohnmächtig zuschauen, wie das Feuer das Dorf zerstört.

Die meisten Dorfbewohner werden im Schlaf von den Flammen überrascht und sie können nur das nackte Leben retten, indem sie sich dürftig bekleidet in Sicherheit bringen. Angesichts des Elends spricht der Walliser Staatsrat eine bedeutende Summe als Soforthilfe. Auf dem Beschlussweg wird eine Sammlung für die Geschädigten organisiert.

Die ganze Schweiz hilft

Die Solidarität gegenüber dem schwer geprüften Dorf zieht weitere Kreise als nur gerade im Wallis. Überall in der Westschweiz werden Konzerte und Veranstaltungen durchgeführt, deren Gewinn den Dorfbewohnern zugutekommen. Musikgesellschaften geben Konzerte; in Basel wird sogar in der Kathedrale ein Benefizkonzert aufgeführt. Die Post gewährt für alle Hilfspakete von weniger als fünf Kilo Portofreiheit; die Simplon-Bahnlinie transportiert andere Hilfsgüter unentgeltlich. Die Gemeinde Cossonay sammelt Nahrungsmittel und Kleider, verschiedene Zeitungen regen Sammlungen an. Das «Journal de Genève» sammelt 2815 Franken, die «Gazette de Lausanne» 4069.50, das «Feuille d'Avis de Vevey» 650 Franken, berichtet der «Confédéré» am 29. März.

ANZEIGE

WETTBEWERB
www.wkb.ch

«Mein Wallis ist:
ein Sonnenaufgang auf den
höchsten Gipfeln der Schweiz.»

Stéphane Morand
52 Jahre, Co-Präsident Organisationskomitee Patrouille de la Maya
Wohnhaft in Suen/St-Martin



Die WKB ist Co-Hauptsponsor
der Patrouille de la Maya

Walliser
Kantonalbank