

**Napoleonmuseum Thurgau**  
Schloss und Park Arenenberg



Napoleonmuseum Thurgau, 8268 Salenstein

Verband der Tourismuswirtschaft Bo-  
densee (VTWB)  
Geschäftsstelle IHK Bodensee  
Lindenstrasse 2

D 88250 Weingarten

+41 58 345 74 12, dominik.guegel@tg.ch  
CH 8268 Salenstein, 2. August 2017

**Betr.: Bewerbung zum VTWB Innovationspreis *Bodensee17***

Sehr geehrte Damen und Herren

Besten Dank für Ihre Einladung zum Innvotationspreis *Bodensee17* für den wir uns hiermit gerne bewerben.

Die erforderliche Dokumentation finden Sie anbei.

Freundliche Grüsse

Napoleonmuseum Thurgau  
Schloss und Park Arenenberg  
Direktor

Dominik Gügel M.A.

Schloss Arenenberg, 8268 Salenstein  
T +41 58 345 74 10, F +41 58 345 74 11  
[www.napoleonmuseum.tg.ch](http://www.napoleonmuseum.tg.ch)

Öffnungszeiten:  
Montag 13:00 - 17:00 (Saison)  
Dienstag - Sonntag 10:00 bis 17:00  
Letzter Eintritt 16:30

## **Bewerbung zum VTWB Innovationspreis *Bodensee17***

### **Unternehmensbeschreibung**

Das seit 1855 für Besucher offenstehende Schloss Arenenberg ist das erste von sechs kantonalen Museen des Thurgaus.

Es ist das einzige deutschsprachige Museum zur napoleonischen Geschichte und beschäftigt sich mit dem Zeitraum von der französischen Revolution bis zum Ersten Weltkrieg. Zu diesem Zweck unterhält das Haus wertvolle Sammlungen verschiedener Genres sowie ein umfangreiches Archiv. Seine ca. 30.000 Bände umfassende Forschungsbibliothek beinhaltet seltene Bücher und wird laufend vergrößert.

Der umliegende Landschaftspark bildet den Rahmen für das Museum und seine Sammlungen sowie das in weiteren Schlossgebäuden untergebrachte Bildungs- und Beratungszentrum Arenenberg. Er stellt die Fortsetzung der Dauer- und Sonderausstellung im Freien dar und bildet einen zusätzlichen Anziehungspunkt für die Gäste der Bodenseeregion.

Von besonderer Wichtigkeit sind hierbei jährlich wechselnde Sonderausstellungen zur grenzüberschreitenden Geschichte des Bodenseeraumes und zur napoleonischen Überlieferung.

Aufgrund seiner Lage am internationalen Bodensee und seiner historischen Prägung versteht sich das Napoleonmuseum als Mittler zwischen den Staaten. Die Schweiz, Frankreich, Deutschland, Italien, England, Polen, die USA, Russland; es gibt praktisch kein Land zu dem die Familie Bonaparte von Schloss Arenenberg aus nicht in Verbindung stand.

Seit 15 Jahren entwickelt sich das Napoleonmuseum konsequent zu einem modernen Kompetenzzentrum für die Erforschung, Bewahrung und Präsentation der napoleonischen Geschichte.

Das Napoleonmuseum ist einer der Hauptinitiatoren und Sitz des Netzwerks Bodenseegärten. Dadurch arbeitet es intensiv mit, die Bodenseeregion zu einer der führenden Gartendestinationen Europas zu entwickeln und für neue Besuchergruppen zu erschliessen.

3/8

Zusammen mit dem Bildungs- und Beratungszentrum Arenenberg bildet das Napoleonmuseum den touristischen Leuchtturm „Arenenberg“ und baut diesen konsequent zu einem Publikumsmagnet aus.

## **Projektbeschreibung**

**Vorbemerkung:** Das o.g. historische Schloss Arenenberg wurde nach seiner Schenkung an den Kanton Thurgau (1906) in zwei unterschiedliche Betriebe getrennt: Das Napoleonmuseum- und das Bildungs- und Beratungszentrum Arenenberg. Nach Jahrzehnten der Trennung kam der Wunsch nach einer „Wiedervereinigung“ auf. Um dieses Projekt nachhaltig voranzutreiben und der Politik Grundlagen für einen positiven Entscheid zu liefern, erarbeitete das Napoleonmuseum für die Jubiläumszeit zwischen 2015 und 2017 (= 200 Jahre Königin Hortense am Bodensee) ein kulturtouristisches Konzept, das die Wertigkeit des gesamten Arenenbergs für das Bodenseegebiet aufzeigt.

Es handelt sich dabei um ein Bündel von Massnahmen, die in der unten näher beschriebenen Sonderausstellung gipfeln. Sie bildet das Zentrum der Bewerbung.

- **2015**

Beginn der Aktionen. Einführende Vorträge über die Rolle des Arenenbergs und seiner Besitzer/Bewohner.

- **2016**

Eröffnung der «Arenenberger Gartenwelt». Weiterführung und Steigerung des Bekanntheitsgrades durch Vorträge und eine Sonderausstellung über das Thema Mode in der Zeit des französischen Kaiserreiches. Vorbereitung und erste Umsetzung des gemeinsamen Auftritts (CI/CD) der Marke «Arenenberg». Publikation des gemeinsamen Imagemagazins „Arenenberg“

- **2017**

Eröffnung des zentralen Jubiläumsjahres mit Sonderausstellung und weiteren Begleitveranstaltungen (z.B. Arenenberger Tag - erstmals mit SlowFood-Markt, Kaiserlicher Gartentag, Kapellenkonzerte). Umstellung der gesamten Gastronomie auf «SlowFood». Neugestaltung der Parkplätze mit Aufladestationen für Elektroautos. Offizielle Einführung der einheitlichen Marke «Arenenberg».

Flankierend dazu: Eröffnung des Napoleonturms (Wäldi) und Bau des innovativen Bubble-Hotels im Schlosspark. Rosentaufe «Arenenberg» auf der Bischofszeller Rosenwoche.

- **Sonderausstellung**

***Eine Königin macht Dampf***  
**1817-1838 Zeitenwende am Bodensee**

**Ziel der Ausstellung ist es**

- den grenzüberschreitenden Einfluss des Arenenbergs auf die kulturell-politische, technische und wirtschaftliche Entwicklung am Bodensee zu zeigen
- das «Gesamtkunstwerk Arenenberg» und seine vielfältigen Angebote als neuen interdisziplinären touristischen Leuchtturm zu präsentieren und zu etablieren. Zielpublikum ist hierbei nicht nur der Gast und Anwohner des Bodenseegebiets, sondern auch die politischen und wirtschaftlichen Entscheidungsträger
- an die Tradition der grenzenlosen Zusammenarbeit rings um den See erinnern
- den internationalen Besuchern des Bodenseegebiets ein mehrsprachiges Angebot zu machen. Dazu liegen alle Informationsmittel dreisprachig (D/F/E) vor

2017 bietet sich hierfür besonders an, da es sich um ein dreifaches Jubiläumjahr handelt:

- 200 Jahre Kauf von Schloss Arenenberg durch Königin Hortense
- 180. Todestag von Hortense de Beauharnais im Schloss Arenenberg
- 111. Wiederholung der Schenkung von Schloss Arenenberg an den Kanton Thurgau

**Inhalt der Ausstellung**

200 Jahre Bonapartes am Bodensee – Hortense de Beauharnais, die Mutter des letzten Kaisers der Franzosen, steht dabei im Zentrum. Das Napoleonmuseum Thurgau macht sichtbar, wie die First Lady des französischen Kaiserreichs durch ihr Wirken die Region vom Mittelalter in die Gegenwart katapultiert hat. Unter anderem finanzierte sie den Beginn der Dampfschiffahrt am Bodensee mit. Die Ausstellungsräume liegen in Hortenses ehemaligem Domizil unweit von Konstanz, das heute als schönstes Schloss am Bodensee bekannt ist.

Im Schloss tauchen die Besucher ein in die Lebenswelt der Königin und ihrer Familie. Hortense empfing in ihren prachtvollen Salons Gäste wie Franz Liszt, François-René de Chateaubriand oder Juliette Récamier. Für Alexandre Dumas sang Hortense selbst komponierte Romanzen am Tafelklavier im Teesalon. Ausgesuchte Alltagsgegenstände wie Bilder, Briefe und Schmuck geben Einblicke in ihre Gedanken und zeigen ihren Geschmack. Das Dachgeschoss des Schlosses präsentiert als Schatzkästchen viele Exponate, die sonst nicht zu sehen sind. So zum Beispiel eine blaue Opalglas-Tasse, aus

5/8

der Hortense ihren letzten Schluck Tee trank. Hortenses qualvollen Krebstod deutet die Ausstellung in ihrem Sterbezimmer an. Hier ist die «Betende Jungfrau» zu sehen, ein Gemälde der Konstanzer Malerin Maria Ellenrieder. Sie gehörte zum engsten Umfeld des Arenenbergs und steht für dessen künstlerischen Einfluss.

Hortense inszenierte sich selbst als «Femme Artiste», als Dienerin der schönen Künste und gab sich ansonsten harmlos. Lange ist die Forschung ihrer Selbstdarstellung gefolgt. Doch wer sich ihre Finanzen, ihre Beziehungen und ihre geschäftstüchtigen Investitionen anschaut, sieht hinter der Kulisse eine andere Frau. Hortense war eine Macherin, die vom Arenenberg aus nachhaltige Impulse gab für Industrie, Politik, Kultur, Landwirtschaft und natürlich den Gartenbau. 50 Personen beschäftigte sie auf ihrem Schloss, liess unter ihrem Namen feinste Tuche produzieren, die sich schwunghaft verkauften. Sie regte den Tourismus an, beteiligte sich mit ihrem Kapital an Unternehmen und kaufte heruntergekommene Liegenschaften, die aufwendig saniert wurden. Hortense setzte ihr Geld aber auch gezielt für soziale Projekte ein und unterstützte Bedürftige. Schnell fand sie Nachahmer; ihr Vorbild zog Freunde und Investoren aus aller Herren Länder an. Mit all ihren Investitionen brachte Hortense den Fortschritt an den Bodensee und legte so den Grundstein für den Wohlstand in der Region. Das von ihrem Sohn Louis Napoléon und von ihr selbst vertretene liberal-republikanische Gedankengut beeinflusste die Politiker rund um den Arenenberg. Auf allen gesellschaftlichen Ebenen fand ein Wissenstransfer statt.

Die Konzeption der Ausstellung bezieht erstmals den gesamten Arenenberg ein. Damit setzt sie ein Zeichen alle Bereiche des Arenenbergs stehen mit ihr in Verbindung. Im Cinéma des Schlosses gibt die Königin den Ausstellungsbesuchern zur Begrüssung ein filmisches Interview. Wie Hortense aus Paris ins Exil auf den Arenenberg kam, erfahren die Besucher im Historischen Weinkeller des Schlosses. Von hier aus führt ein Rundweg über das Schloss in die Kapelle. Hier steht der Einfluss des Arenenbergs auf die Architektur der Region im Mittelpunkt. Im Prinzenflügel des Schlosses, vor dem Bistrot Louis Napoléon und in der Arenenberger Gartenwelt offenbaren sich den Flanierenden anhand von Themeninseln häppchenweise vertiefende Hintergrundinformationen. Ganz im Sinne der Verbindung Thurgau-Konstanz stehen die begleitenden Texte von Friedrich Pecht. Der Sohn einer Thurgauerin und eines Konstanzer Unternehmers kommentierte in seinen Lebenserinnerungen durchaus kritisch die «Zeitenwende» und deren Repräsentanten. So steuert er einen zusätzlichen Blickwinkel bei. Ausserdem wurde zu Ehren der Königin im Schlosspark ein neuer Hortensienweg angelegt, der in den Rundgang integriert ist.

### **Begründung zu den Bewertungskriterien**

6/8

- **Innovationsgrad**

Innovativ ist bei der Konzeption vor allem das Einbeziehen verschiedener Zielsetzungen. Über drei Jahre wurde ein kulturtouristisches Ziel verfolgt. Dabei wird die gesamte Liegenschaft Arenenberg und in die Region mit einbezogen. Der neugebaute Napoleonturm in Wäldi z.B. ermöglicht das Erleben der Region aus einer völlig neuen Perspektive.

Führungen durch Konstanz erlauben die Vertiefung des Themas und ein besseres Verstehen der Internationalität am Bodensee. Zusammen mit Vorträgen in der gesamten Region erkennen Interessenten, dass die heutigen Grenzen und die daraus resultierenden Probleme (z.B. Einkaufstourismus und Verkehrsaufkommen) mehr oder weniger zufällige historische Hintergründe haben und die bestehenden Grenzen nicht schon immer vorhanden waren.

Das Thema Innovation in der Bodenseeregion wird einerseits historisch beleuchtet, andererseits wird der Faden aber in der Gegenwart aufgenommen und - fast schon symbolträchtig - weitergesponnen. Dies lässt sich z.B. am modernen Bubble-Hotel im historischen Landschaftspark zeigen. Hier verbinden sich zwei Bereiche (Museum und Hotellerie) zu einem Gesamterlebnis. Ein weiteres Beispiel ist die erfolgreiche Einführung des SlowFood-Labels für die Arenenberger Gastronomie. Bewusst auf die vorhandenen Traditionen zurückgreifend, verzichtet die Küche auf importierte Lebensmittel und orientiert sich nur an heimischen Produkten.

Neu ist, dass eine Ausstellung wirtschaftlich Entwicklungen anstossen kann und - quasi - als Katalysator dient.

- **Kundenutzen**

Die Gäste der Bodenseeregion erhalten ein zusätzliches mehrsprachiges Angebot/Erlebnis, das sich sowohl für ein Schlechtwetter- als auch für ein Gutwetterprogramm eignet. „Spielerisch“ erfahren sie ausserdem Hintergründe über die Region, die in keinem Reiseführer und auf keiner Homepage nachzulesen sind. In der Gastronomie erhalten sie ausschliesslich Produkte, die garantiert aus der Region stammen.

Der Arenenberg positioniert sich als ein attraktives Ausflugsziel mit Museum und Erlebniswert am westlichen Bodensee.

- **Auswirkungen auf den Markt/Marktchancen**

Dank des innovativen Konzeptes zeichnen sich auch weiterhin grosse Marktchancen ab. Die in Vorbereitung befindliche Sonderausstellung für 2018 profitiert schon jetzt von dem grossen Erfolg der Veranstaltungen des Jahres 2017. Die Arenenberger Gartenwelt bietet ein Zusatzangebot nicht nur für Garteninteressierte. Hier kann erfahren werden, wie z.B. eine Insel Mainau vor 190 Jahren ausgesehen hat

- **Wirtschaftliche Konsequenzen/Arbeitsplätze**

7/8

Im Besucherservice / der Gastronomie werden temporär neue Stellen geschaffen. Weitere Bedürfnisse (Vermittlung / Gärtnerei / Service) zeichnen sich ab. Aufgrund gesetzlicher Bestimmungen handelt es sich um saisonale Anstellungen.

- **Soziale Auswirkungen**

Unbekannt

- **Geografische Bedeutung / Imagewirkung**

Der Arenenberg positioniert sich als innovatives Ausflugsziel mit einem sehenswerten Museum und einer Gastronomie, die sich ausschliesslich auf regionale Produkte abstützt. Durch seine mehrsprachigen Angebote und internationalen Themen trägt er zur Imagesteigerung der gesamten Region bei

- **Nachhaltigkeit**

Bei dem Projekt handelt es sich um ein an der Zukunft orientiertes Vorhaben. Die positiven Erfahrungen führen zur Realisierung von weiteren Aktivitäten im Jahr 2017 ff. Hier steht z.B. die Weihnachtszeit im Vordergrund. Lichtspiele im Park bieten neue Reize, auch ausserhalb der klassischen Saison auf den Arenenberg zu kommen.

Die für die Ausstellung erarbeiteten Themen und Themeninseln im Park bleiben auch in Zukunft erhalten. Sie werden zu einem festen Bestandteil der Arenenberger Gartenwelt und erweitern diese. Gleichzeitig stellen sie die Grundlage für geplante Ausstellungen dar; dies gilt besonders für die Landesgartenschau 2020 in Überlingen. Aufgrund ihrer bis ins Spätjahr dauernden Öffnungszeit leistet die Ausstellung ausserdem einen Beitrag zu Saisonverlängerung am See.

### Umsetzungszeitraum

- Siehe unter „Vorbemerkung“
- Aufgrund der guten Resonanz bereiten wir eine Verlängerung bis Mitte November 2017 vor.

### Auswirkung auf die internationale Destination Bodensee

Mit dem operativen Zusammenschluss der bisher weitgehend getrennt agierenden Arenenberger Betriebe zu einer Marke «Arenenberg» entsteht am westlichen Seeteil ein touristischer Leuchtturm von besonderer Attraktivität. Die konsequente Mehrsprachigkeit seiner Angebote verbessert dieses Segment am See. Darüber hinaus führt die an-

8/8

haltend grosse Medienpräsenz zu einer verstärkten Berichterstattung über den gesamte Seeregion.

### **Erste Erfahrungen**

Die Ausstellung und ihr Rahmenprogramm wird sehr gut angenommen. Besucherzahlen steigen kontinuierlich deutlich an. Auswirkungen sind gerade auch in der Parkanlage zu spüren, die ihrerseits wieder auf die Zusammenhänge mit den Gärten der Bodenseeregion verweist.

Das Presseinteresse ist erfreulich gross. Neben regionalen Medien kommen auch nationale und internationale Pressevertreter an den See (Radio, Fernsehen und Print) und berichten.

Das „Gesamtkunstwerk Arenenberg“ findet allseits grosse Aufmerksamkeit.

### **Involvierte Initianten**

- Napoleonmuseum Thurgau, Schloss & Park Arenenberg, CH 8268 Mannenbach
- Bildungs- und Beratungszentrum Arenenberg, CH 8268 Mannenbach.

### **Pressetexte**

- Finden sich auf der Homepage unserer PR-Agentur - PR2 in Konstanz:  
<http://www.pr2.de/pressefach/11>

### **Fotos**

- Siehe o.g. Homepage. Zusammen mit dem gewünschten Prospektmaterial wird Ihnen ein Stick mit weiteren Aufnahmen zugeschickt.

### **Prospektmaterial**

- Wird Ihnen postalisch übersendet. Der Begleitband zur Ausstellung ist derzeit leider vergriffen