




TRAUFFER
Switzerland

Am Anfang war ein Bär

Hofstetten bei Brienz ist ein idyllisches Dorf in unmittelbarer Nähe des Brienersees im Berner Oberland. Hier lebt seit Generationen die Familie Trauffer – bekannt durch die Holzkuh mit den roten Flecken. Seit 2022 dreht sich sogar eine ganze Erlebniswelt mit Bretterhotel um das Tier mit Kultstatus. Dabei hat alles mit einem Bären angefangen.

TEXT: Silja Cammarata | FOTOS: Adrian Bretscher



Seit Sommer 2022 ist die Trauffer-Erlebniswelt mit Hotelbetrieb am Holzkuhplatz 1 eröffnet. Das Bretterhotel wurde bereits von der Hotellerie Suisse als «Unique»- und «Design & Lifestyle»-Hotel ausgezeichnet und ist im Buch «Die 100 besten Hotels der Schweiz 2023/2024» aufgeführt.

Alles begann 1938: In Brienz, bekannt als traditionelles Holzschnitzlerdorf, stellte der gelernte Bärenschnitzler Alfred Trauffer kunstvolle Souvenirs her. Als wegen des Krieges die TouristInnen ausblieben und er seine aufwendig geschnitzten Bären nicht mehr verkaufen konnte, suchte er nach einer alternativen Einnahmequelle. So begann er, kleine einfache Kühe aus Holz zu schnitzen, die seine Frau Rosa mit den typischen roten Flecken bemalte. Damit legte er den Grundstein für ein Unternehmen, das fortan Holzspielzeug aller Art herstellte. An erster Stelle stand aber immer die Kuh, die mit den Söhnen Franz und Kurt in der zweiten Generation ihre bekannte Form erhielt und seit jeher von Hand geschnitzt, geschliffen und bemalt wird. Heute wird der Familienbetrieb von Marc A. Trauffer und seiner Frau Brigitte geführt. Und obwohl die Geschichte der Trauffers bis hierher schon bemerkenswert ist, beginnt mit der Übernahme durch die dritte Generation das wohl spannendste Kapitel:

Mit dem Neubau der Holzspielwarenfabrik im Jahr 2016 kam der Stein ins Rollen. Seitdem erhielt das junge Unternehmerpaar viele Anfragen für Betriebsbesichtigungen und Schnitzkurse. Doch dafür fehlte schlicht der Platz. Hinzu kam, dass die Holzkühe bis dahin nur über ein Händlernetz und nicht vor Ort erhältlich waren. Viele KundInnen mussten daher enttäuscht heimkehren – ohne das begehrte Souvenir in der Tasche. So entstand im Sommer 2019 die Idee, eine Erlebniswelt rund um die Kuh inklusive Shop zu schaffen.

TRAUFFER.CH



Mitmachen und erleben

Bei einem Rundgang erfahren die Gäste alles über den Aufbau und die Geschichte des Familienunternehmens. Über die Schnitzler-Tradition und die Herstellung der Spielwaren. Spielerisch für die Kleinen, informativ für die Grossen. Hier vermischen sich Tradition und Moderne: Neben Werkischen aus alten Holzbalken, Schablonen oder Werkzeugen des Grossvaters sind hier zahlreiche Originale aus früheren Zeiten zu sehen. Alles darf – und soll sogar – angefasst, mit allen Sinnen erlebt werden. «Nur wer gesehen hat, wie wir unsere Produkte herstellen, kann auch ihren Wert erkennen. Und das ist für uns sehr wichtig, denn unsere Holzspielwaren haben entsprechend ihren Preis», erklärt Brigitte Trauffer. Allein 24 Arbeitsschritte sind nötig, um aus einem Fichtenholzblock eine Holzkuh zu schnitzen, sie zu bemalen, Ohren, Hörner, Schwanz und Glöckchen zu montieren. 24 Schritte, die in der Erlebniswelt eindrucksvoll gezeigt werden. Im Anschluss an den Rundgang besteht die Möglichkeit, selbst eine Kuh zu schnitzen und zu bemalen. Auch aus dem Ausland, wo die Trauffer-Kuh ebenfalls Kultstatus genießt, lockt sie Gäste an. Doch wohin mit den zum Teil Weitgereisten, die nach dem Besuch der Erlebniswelt hungrig, durstig und müde sind? Die Antwort liegt auf der Hand. Und so befindet sich heute auf dem ehemaligen Gelände einer Sägerei nicht nur das Erlebniszentrum, «Kuhuniversum» genannt, mit Shop, sondern auch das Bretterhotel mit Gastronomie.

Authentisches Gesamtkonzept

Von aussen sehen die Gebäude aus wie die Bretterstapel der alten Sägerei, nur überdimensioniert. Schon als der Architekt von Wegmüller Briggen Architektur seinen ersten Entwurf präsentierte, waren Brigitte und Marc überzeugt. «Er zeigt von aussen, was innen passiert, und spiegelt damit genau die Geschichte wider, die wir erzählen wollen», erzählt die Gastgeberin, die heute, ziemlich genau ein Jahr nach der offiziellen Eröffnung der Erlebniswelt, Bilanz zieht. «Marc und ich sprudelten nur so vor Ideen, wir hatten ganz klare Vorstellungen, was wir wie zeigen wollten und wie das Ganze aussehen sollte.» An Unternehmergeist, Kreativität und handwerklichem Geschick mangelt es den beiden nicht, «Marc scheint die Gene seines Grossvaters im Blut zu haben, der war auch so ein Machertyp», sagt Brigitte. So hatte das junge Unternehmerpaar nicht nur die Idee, sondern war auch massgeblich an der praktischen Umsetzung des Familienprojekts beteiligt. Da beide keine Erfahrung in der Hotellerie hatten, waren sie auf professionelle Unterstützung angewiesen. Neben dem Architekten war auch die Zürcher Kreativagentur Aroma involviert, die das Konzept für die Erlebniswelt entwickelte. Für das gesamte Interieur zeichnet Brigitte hingegen selbst verantwortlich: «Holz, Beton und geschwärzter Stahl als Hauptmaterialien standen schnell fest, der Industrie-Look spiegelt die Trauffer-Welt, deren Herzstück ja eine

1_Das Bretterhotel im Industrie-Look umfasst insgesamt 31 Zimmer, davon fünf Doppelzimmer mit einer Sauna von KÜNG-Wellness. Alle Zimmer sind mit Betten von BICO, Dusch-WCs von Geberit und Leuchten von Trilux und Robers ausgestattet.

2_Auch Fans des «Alpentainers» kommen auf ihre Kosten: Dem Schweizer Mundartsänger Marc A. Trauffer ist in der Erlebniswelt ein ganzes Musikzimmer gewidmet. Hauptberuflich ist er seit 2008 Geschäftsführer der Holzspielwarenfabrik, seine Frau Brigitte ist Gastgeberin und Direktorin der Erlebniswelt mit Hotelbetrieb.

3_Der «Büetzerburger auf der Maurerkelle» ist ein beliebter Klassiker im À-la-carte-Restaurant «Alfred's», das Marc nach seinem Grossvater benannte.

4_Führungen durch die Produktion der Holzspielwarenfabrik oder durch die Erlebniswelt sowie das Schnitzen und Bemalen einer eigenen Kuh sind besonders bei Gruppen beliebt. Die Trauffer-Erlebniswelt bietet in ihren Eventräumen Platz für bis zu 180 Personen, inklusive Catering.



2



3



4

Fabrik ist, perfekt wider». Mit Leidenschaft und viel Fingerspitzengefühl hat sie die Einrichtung bis ins kleinste Detail harmonisch geplant. «Ich habe sicher so manchen Beteiligten an seine Grenzen gebracht, denn die grösste Herausforderung war wohl, dass ich auf Schwarz bestanden habe. Schwarz, wo immer es geht, nicht etwa Anthrazit», lacht die fröhliche Gastgeberin. Auch wenn das in manchen Bereichen ungewohnt war und ein Wagnis bedeutete. Wände, Leuchten, Waschbecken, Lichtschalter, sogar der Defibrillator-Kasten: schwarz. Dazu geschwärzte Stahlmöbel, selbst entworfen und massgefertigt, dazwischen Holz und Elemente aus Seil, letztere in Anlehnung an den Schwanz der Holzkühe. Pfiffige Sprüche und Begriffe rund um das Thema – etwa «You sleep better in the brettler» oder «Hakuhnamuhtata» – runden das Gesamtbild ab. Die Holzbeschriftung in den Gebäuden hat Brigittes Schwiegervater in liebevoller Handarbeit Buchstabe für Buchstabe ausgesägt. 31 Zimmer mit insgesamt 102 Betten bietet das Hotel, darunter sechs Familienzimmer mit Rutsche, fünf Zimmer mit integrierter Sauna und eine Suite. Eine Minibar sucht man in den Zimmern vergeblich, dafür gibt es im Erdgeschoss eine gemeinsame Gästebar, um Energie zu sparen.

Nachhaltigkeit spielt generell eine wichtige Rolle: Sie beginnt bei der energiesparenden, aber zeitaufwendigen Lufttrocknung des FSC-zertifizierten Linden- und Fichtenholzes, das für die Holzspielzeuge verwendet wird. Die Produktionsreste werden zu Holzschnitzeln

verarbeitet, mit denen alle Trauffer-Gebäude sowie weitere Häuser im Dorf beheizt werden. Auf Klimaanlage wurde bewusst verzichtet, da die vorteilhafte Nähe zu den Bergen auch im Sommer mit meist kühlen Nächten einhergeht. Und in «Rosa's Bäckerei & Bistro», benannt nach Marcs Grossmutter, und dem À-la-carte-Restaurant «Alfred's» werden möglichst saisonale Produkte von regionalen ProduzentInnen verarbeitet. Dabei lässt das «Alfred's», eine Hommage an den Gründer und Genussmenschen Alfred Trauffer, keine kulinarischen Wünsche offen: Zu den Klassikern zählen vegetarische Gerichte, landestypische Spezialitäten, Burger und exklusives Dry-Aged-Fleisch, vor allem aber beweist Küchenchef Dimitri Schlup seine Kreativität mit abwechslungsreichen Saisonkarten.

So wie die Speisekarte kulinarisch für jeden Gast etwas bietet, ist auch die ganze Erlebniswelt für ein breites Publikum konzipiert: für TouristInnen ebenso wie für Einheimische. Gerade für Letztere soll die Erlebniswelt als zentraler Treffpunkt dienen, sei es wegen der Gastronomie, dem Dorfladen oder der Poststelle. Brigitte und Marc haben mit ihrem engagierten Team hier einen Ort zum Wohlfühlen und Verweilen geschaffen, an den man gerne zurückkehrt. «Bereits nach einem Jahr haben wir die ersten Stammgäste im Hotel, teilweise haben sie zum vierten Mal gebucht», resümiert Brigitte, «das ist für uns das schönste Kompliment, es zeigt die Wertschätzung für das, was wir zusammen mit unserem Team geschaffen haben.» ■