



Skirennläufer Emil  
Walch aus Stuben

Ski racer Emil  
Walch from Stuben

The development of tourism and the spreading of the brand Arlberg are closely connected to skiing. Hannes Schneider and the skiing technique developed by him – known as the “Arlberg technique” – contributed as much to this as the development of the “Arlberg School” as a learning method. The brand Arlberg was spread significantly through the ski films of Dr Arnold Fanck; his most famous film “Der weiße Rausch” was marketed in Austria as “Sonne über dem Arlberg” (*Sun over Arlberg*). Many ski instructors have contributed to Arlberg’s fame, by teaching the skiing technique in many different parts of the world.

The development of the “Arlberg brand” will be portrayed in three exhibitions in Lech, St Anton and Stuben from December 2014, starting from the Middle Ages and the early modern era up to the present. The exhibition venues are the Huber-Hus museum in Lech am Arlberg, St. Anton am Arlberg museum, and the former school room in the foyer of the parish church in Stuben.

## Eine Ausstellung in den Arlbergorten Lech, St. Anton und Stuben

### Lechmuseum Huber-Hus, Dorf 26, 6764 Lech am Arlberg

geöffnet/open: Dienstag, Donnerstag und Sonntag,  
jeweils von 15 bis 18 Uhr

geschlossen/  
chlosed: Mai/Juni

Führungen sind nach Voranmeldung ganzjährig möglich.

Tel. +43 5583 2213 240  
museum@gemeinde.lech.at

### Museum St. Anton am Arlberg, Rudi-Matt-Weg 10, 6580 St. Anton am Arlberg

geöffnet/open: Täglich ab 12.00 Uhr während der  
Winter- und Sommersaison

Tel.: +43 5446 22690  
office@museum-stanton.com

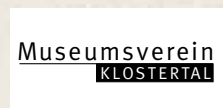
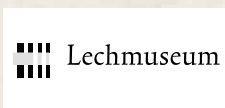
### Ehemaliges Schulzimmer Stuben am Arlberg (dieses befindet sich bei der Kirche)

geöffnet/open: Täglich von 10.00 bis 17.00 Uhr  
(Tourismusbüro Stuben) +43 5582 777 399  
info@stuben.com

### Projektkoordination

Museumsverein Klostertal, Haus Nr. 60a,  
6752 Wald am Arlberg

+43 664 4911474  
christof.thoeny@museumsverein-klostertal.at



Gestaltung: GrafikDesign Frel, Götzis

# Arlberg

## Pass.Region.Marke

## Ausstellung / Exhibition

Lechmuseum Huber-Hus  
Lech am Arlberg  
14. Dez. 2014 - 4. Okt. 2015



# Arlberg

## Pass.Region.Märke

Wenn vom Arlberg die Rede ist, haben Menschen (mit Sicherheit in vielen Teilen der Welt) heute Bilder vor Augen, die mit (Winter-)tourismus und Skilauf zu tun haben und die seit Jahrzehnten durch werbewirksame Kampagnen verbreitet werden. Die Wenigsten stellen sich dabei noch die Frage, was denn dieser Arlberg eigentlich ist, nämlich ein Pass – genau genommen also gar kein Berg –, der ab dem Hochmittelalter als Alpenübergang Bedeutung erlangte. Interessant ist, dass dieser Pass dem Namen nach schon in der frühen Neuzeit Verbreitung fand, wenn in manchen Beschreibungen der Begriff „Arlberg“ bis zu den Quellen des Lechs gefasst wird.



Werbung für Luggi Fögers „Arlberg-Bindung“  
Advertisement for Luggi Fögers „Arlberg binding“

Die eigentliche und massive Transformation des Arlbergs setzte im ausgehenden 19. Jahrhundert ein und hat seither vielfältige Ausformungen erlebt. Zunächst erhielt die 1884 eröffnete Bahnlinie zwischen Innsbruck und Bludenz die Bezeichnung „Arlbergbahn“, worauf sich mehr und mehr Orte entlang der Strecke den Beinamen „am Arlberg“ zulegten. Mit der Eröffnung der Flexenstraße und der damit beginnenden touristischen Erschließung der historischen Region Tannberg erfährt der Arlberg schließlich auch eine geografische Erweiterung und wird zur touristischen Marke, die im Laufe des 20. Jahrhunderts immer größere Dimensionen annimmt.

Die touristische Entwicklung und damit einhergehende Verbreitung der Marke „Arlberg“ hängt eng mit dem Skilauf zusammen. Hannes Schneider und die von ihm entwickelte Skitechnik – als „Arlbergtechnik“ bekannt geworden – tragen ebenso dazu bei wie die Entwicklung der „Arlbergschule“ als Lehrmethode. Die Verbreitung derselben erfolgte maßgeblich durch die Skifilme von Dr. Arnold Fanck; sein bekanntester Film „Der weiße Rausch“ wird in Österreich als „Sonne über dem Arlberg“ vertrieben. Zur internationalen Berühmtheit des Arlbergs tragen Skilehrer bei, welche die Skitechnik in vielen Regionen der Welt lehrten.



In Österreich wurde der Film „Der weiße Rausch“ unter dem Titel „Sonne über dem Arlberg“ beworben.

In Austria the film „Der weiße Rausch“ was marketed as „Sonne über dem Arlberg“ (Sun over Arlberg)

Die drei Ausstellungen in Lech, St. Anton und Stuben zeichnen ab Dezember 2014, ausgehend von den mittelalterlichen und frühneuzeitlichen Beschreibungen des Arlbergs, das Werden der „Marke Arlberg“ bis in die Gegenwart nach. Ausstellungsorte sind das Museum Huber-Hus in Lech am Arlberg, das Museum St. Anton am Arlberg und das ehemalige Schulzimmer im Vorraum der Pfarrkirche in Stuben.

# Arlberg

## Pass.Region.Brand

When talking about Arlberg, most people (all over the world) think of (winter) tourism and skiing; ideas spread through effective advertising in the past few decades. Probably very few people ask themselves what this „Arlberg“ actually is; in fact it is a pass, so strictly speaking, not a mountain, which gained importance during the High Medieval period as a crossing of the Alps. Interestingly, the name for this pass was already widely used from the beginning of the modern era, when in some descriptions the term „Arlberg“ meant the whole area right up to the source of the river Lech.



Auf zahlreichen Postkarten aus der Zeit vor dem Ersten Weltkrieg findet sich die Bezeichnung „Lech in Vorarlberg“.  
On numerous postcards from before the First World War Lech was described as „Lech in Vorarlberg“.

The actual transformation of Arlberg began in the late 19<sup>th</sup> century and has since experienced a variety of forms. In 1884 the railway line between Innsbruck and Bludenz was opened, called the „Arlberg Railway“ (Arlbergbahn). After that, more and more villages along the way began to add „am Arlberg“ to their name. With the opening of the Flexenstraße and thus the beginning of tourism in the region of Tannberg, Arlberg underwent a geographical extension and became a tourist brand, which steadily grew in size during the 20<sup>th</sup> century.