



Initiative Mattertal. Aktiv.

Verein 360 Grad Outdoor –
Lebens- & Erlebnisraum Inneres Mattertal

Golf Area Workshop

21. Februar 2024, Täsch

1 Begrüßung, Agenda & Ziel des Meetings

Agenda – Workshop «Golf Area», 21.2.24

1. Begrüssung (5min)
2. Intro Gesamtprojekt (15min)
3. Vorstellung der Teilnehmenden (30min)
 1. Was sind meine persönlichen Erwartungen an die Entwicklung des inneren Mattertals bzgl. „Outdoor-Erlebniswelt“?
 2. Was sind meine Erwartungen & Bedürfnisse an die Entwicklung der Golf Area?
4. Vertiefung Ideenpool (65min)
 1. Basis & Bisherige Arbeiten
 2. Zielgruppensegmentierung
 3. Besprechung des bestehenden Ideenpools sowie Einbezug von zusätzlichen neuen Ideen resp. bestehenden Projekte der Teilnehmer
Bewertung der einzelnen Ideen gemäss Raster

Pause (15min)

5. Verdichtung der Ideen zu Aktivitäten & Projekte (40min)
6. Abschluss und next steps (5min)
7. Apéro

Ziel des Meetings

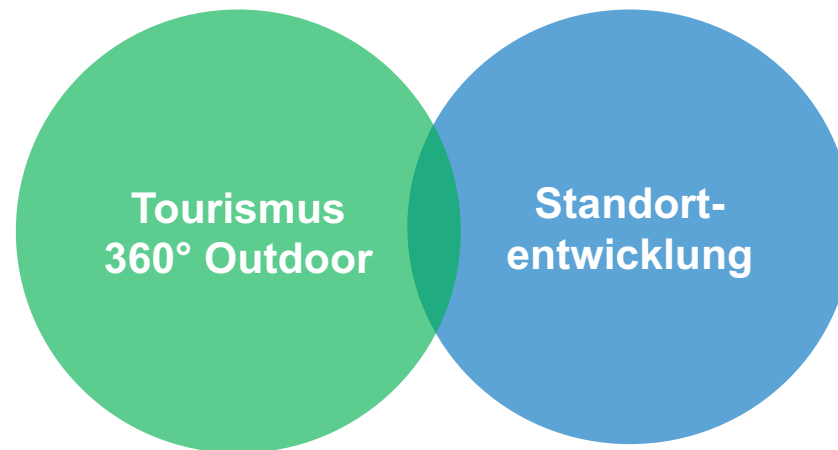


**Evaluation von Aktivitäten & Projekten in der
Golf Area als Basis für die Ausarbeitung des
Masterplans und die
Machbarkeitsabklärung/Realisierung**

2 Intro Gesamtprojekt

**Vision
Mattertal.Aktiv**

**Der einzigartige Erlebnisraum am Matterhorn –
begeisternd, bewegend, verbindend**



*«Wir gestalten die Zukunft des Inneren Mattertals auf den Grundlagen
der Enkeltauglichkeit:
nachhaltig, resilient & wirtschaftsorientiert.»*

Mission

Mattertal.Aktiv

- Wir bieten Aktivitäten für Besucher und Bewohner und generieren daraus Wertschöpfung.
- Wir bauen verantwortungsbewusst auf vorhandene Ressourcen und nutzen die Synergien im Mattertal.
- Wir verbinden Generationen und Kulturen, erhöhen Lebensqualität und gestalten damit Zukunft.

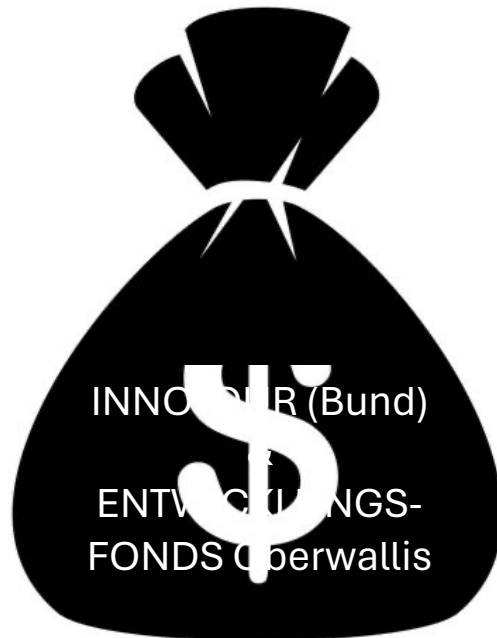
Finanzierung Projektierungsphase in trockenen Tüchern

Projektierungsphase:

- Innotour: Antrag über **CHF 648'000.- bewilligt** -> Treffen mit Leiter Tourismuspolitik SECO am 22.6.23, Rückmeldung sehr positiv
- Entwicklungsfonds **CHF 36'000.- bewilligt**

Umsetzungsphase:

Ab 2024



Projektmanagement

+



Infrastruktur / Massnahmen

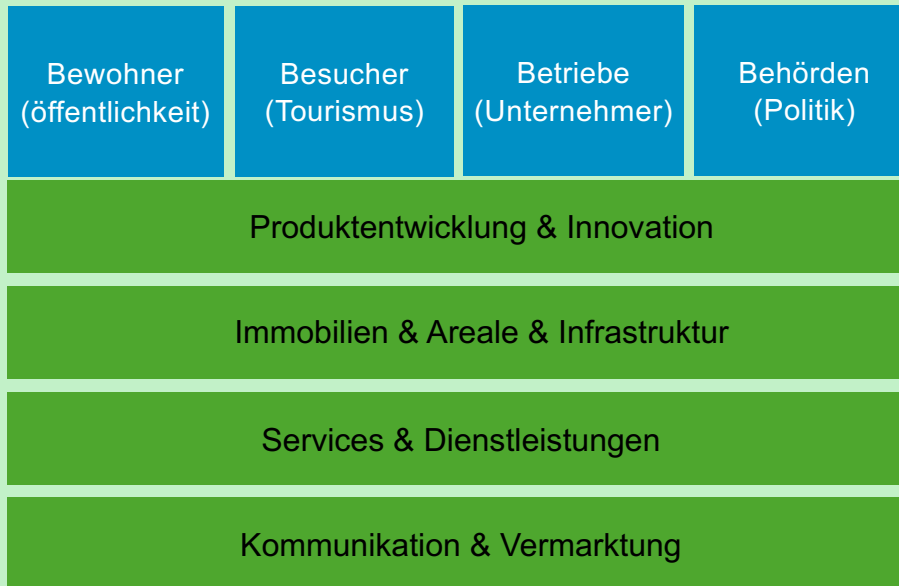
Statement von Richard Kämpf, Leiter Tourismuspolitik SECO

(für Medienberichterstattung)

«Mit dem Ziel den Wirtschafts- und Lebensraum im Inneren Mattertal als Ganzjahresdestination zu entwickeln, leistet das Projekt einen wichtigen Beitrag zur Tourismus- und Standortentwicklung in der Region. Das Projekt hat für die ganze Schweiz Modellcharakter und das Potenzial, zu einem Vorbild für eine erfolgreiche nachhaltige Destinationsentwicklung zu werden. Besonders hervorzuheben sind die Zusammenarbeit mit Zermatt als touristischem hot spot, das Verständnis wonach Tourismusentwicklung Teil der Standortentwicklung ist und dass die Gemeinden als wichtige Akteure ins Projekt eingebunden sind.»

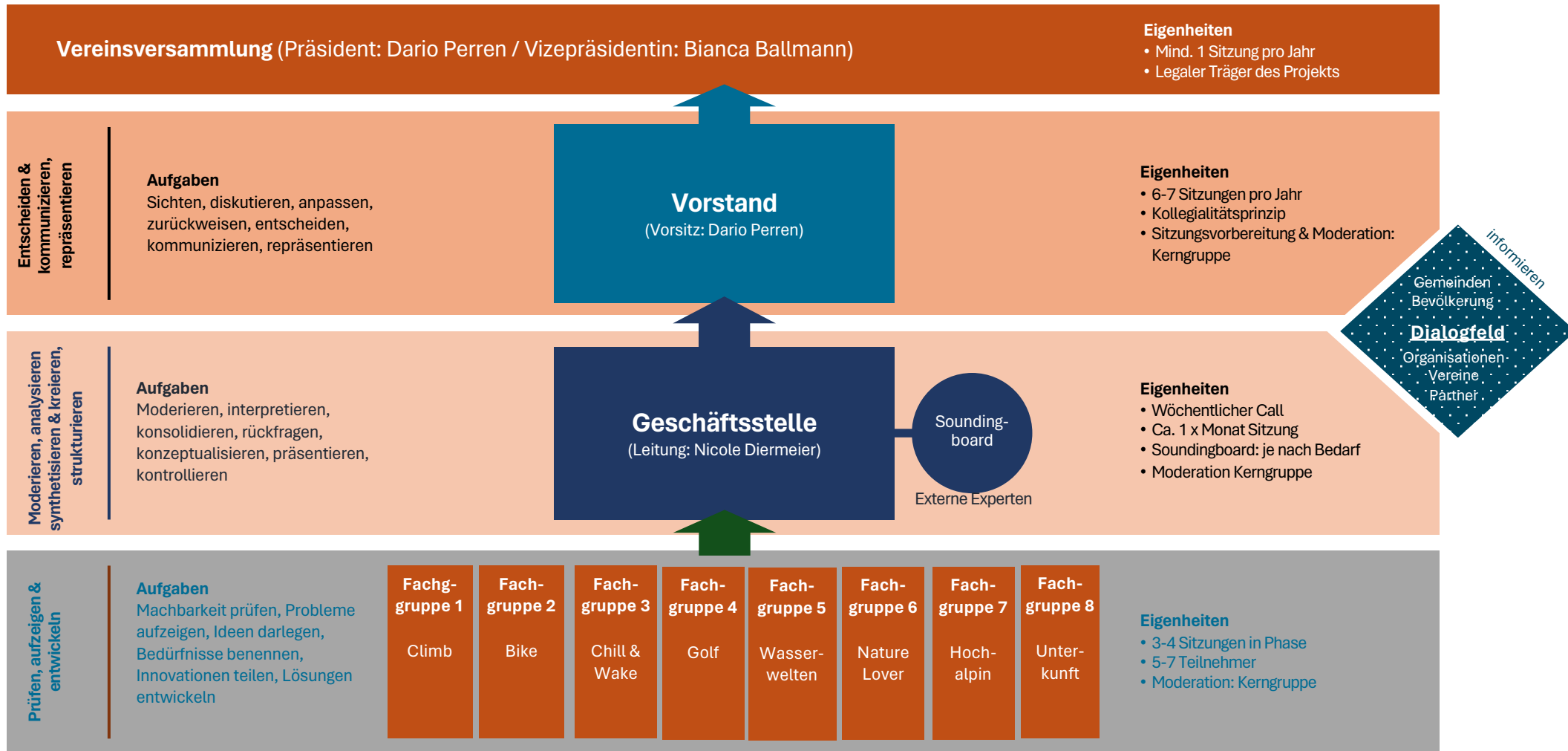
Stakeholdermanagement & Kooperation

Umfassende Treiber im Ökosystem Standortentwicklung Täsch /
Randa / Zermatt – 360° Outdoor

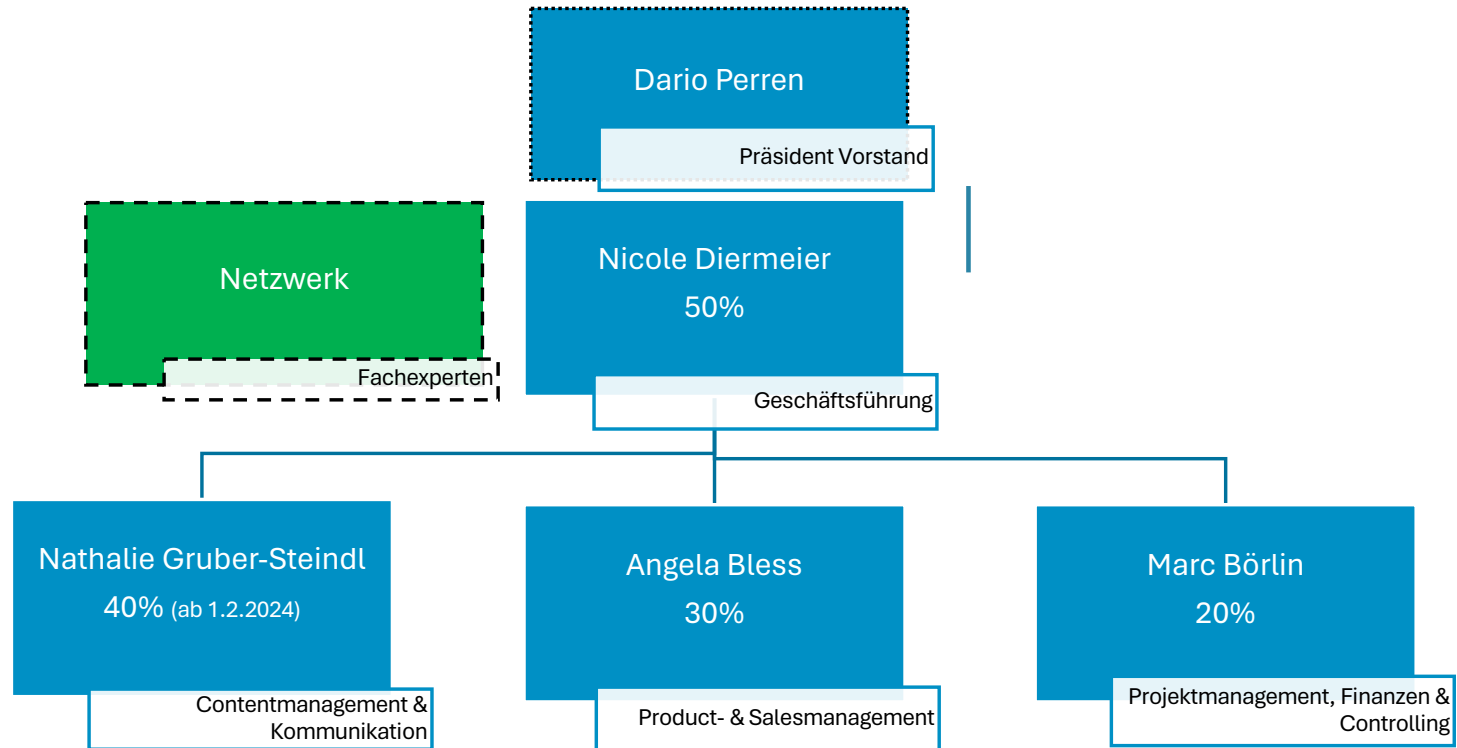


- regelmässige bilaterale Austausche
- Workshops nach jeder Prozessphase
- thematische Arbeitsgruppenmeetings
- diverse Dokumente in schriftlicher Form

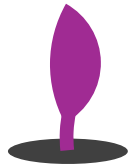
Gremien «Verein «360° Outdoor-Erlebnisraum»»



Organigramm Geschäftsstelle



Prozess-Philosophie: Heute säen – morgen ernten



**Finanzierung
Projektent-
wicklungsphase**

CHF 684'000.-
gesichert aus
öffentlicher Hand



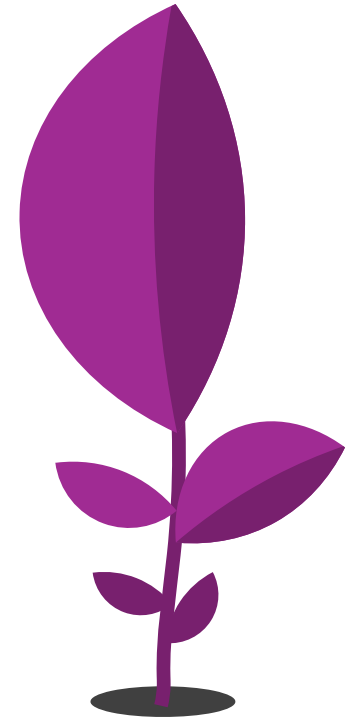
**Aufbau Struktur,
Gründung
Verein, 25.8.23**

Breite Akzeptanz und
Vertrauen schaffen, um
effizient & effektiv das
Ziel zu erreichen



**Gremien bilden,
Prozess schärfen &
Aktivitäten
priorisieren**

Verbindlichkeit &
Verantwortung
manifestieren,
Finanzierung Umsetzung



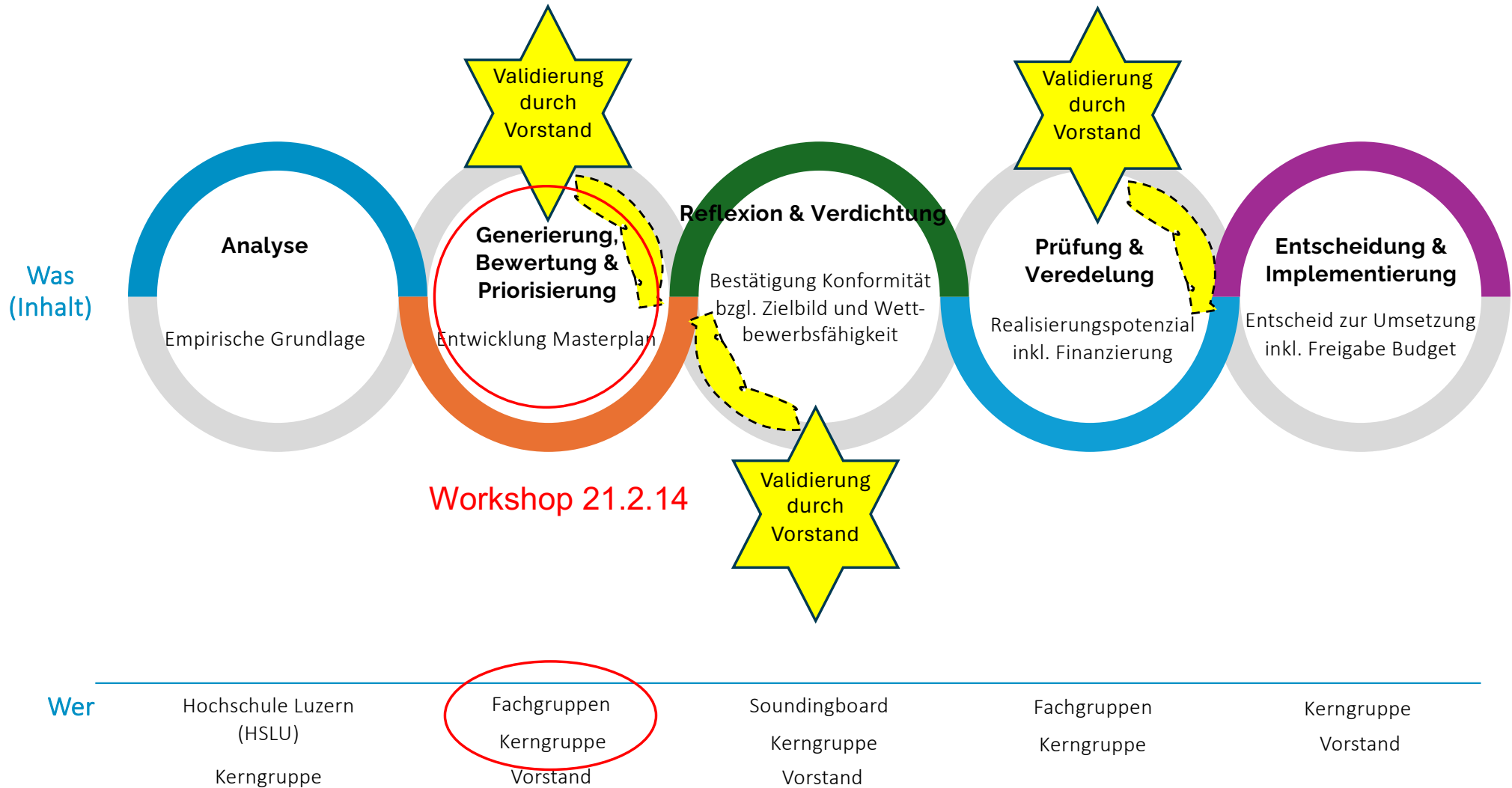
**Geschäftsmodell &
Betreibergesellschaft**

Kommerziell ausgerichtet
auf Business Cases
(Finanzierung Betrieb)

Kommunikation: Projektwebseite www.360outdoor-mattertal.ch

The image shows a screenshot of a website for '360 Outdoor' set against a background of a mountain range. At the top, a navigation bar contains the links: 'Projektbeschreibung', 'Erlebniszonen', 'Über uns', and 'Kontakt'. Below this, the main heading reads '360 Grad Outdoor - Entwicklung Lebens- & Erlebnisraum im Inneren Mattertal'. On the right side, there are social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram. The central text, in large white font, says 'Wir gestalten die Zukunft für die nächsten Generationen'. Below this, a smaller line of text states 'Hier werden Sie rund um die Uhr über die Projektfortschritte informiert'. On the right, a section titled 'Projekte' features a sub-navigation bar with 'Projektbeschreibung', 'Erlebniszonen', 'Über uns', and 'Kontakt'. The text below describes a project: 'Der Korridor zwischen Zermatt - Täsch - Randa wird zu einem grossen Erlebnisraum mit 8 Erlebniszonen gestaltet, welcher an 365 Tagen einzigartige 360°-Outdoor-Erlebnisse für Erwachsene sowie Gäste bietet. Davon profitiert die gesamte Destination mit ihren Arbeitgebern wie auch Arbeitnehmer.' A button labeled 'Übersicht Erlebniszonen' is visible. At the bottom, a row of four small images shows various outdoor activities: a lake in a valley, a person climbing a rock face, a mountain bike trail, and a golf course.

Iterativer Projektentwicklungsprozess: Workshop Entwicklung Golf Paradise



6 Projekte zu Weiterbearbeitung vorgeschlagen

Red Bull The Edge


Den Gipfel des Matterhorns zu erklimmen ist ein besonderes Erlebnis und für viele von uns ein Traum. Mit Red Bull The Edge können Sie diesem Traum einen Schritt näher. Bestiegen Sie das Matterhorn virtuell – eine spannende Idee gepaart mit einer innovativen VR-Technologie und einer 360°-Umfeldproduktion machen es möglich.



Status: Business Case fertig. Investoren- & Standortsuche

Adventure Park

Ein Seilpark (Hochseilpark) besteht aus mehreren Masten oder Säulen, die durch verschiedene Elemente (Seilbrücken, Balken etc.) verbunden sind.



Status: Synergie Nature Ninja Warrior Parcours

Netzpark – Tree Nets

Die TREENETS sind ein unvergessliches Rutsch- und Entdeckungsabenteuer direkt in den Baumkronen.



Status: Synergie Nature Ninja Warrior Parcours

Indoor Kletterhalle

Bau einer Indoorkletterhalle als Ergänzung/Erweiterung zur bestehenden Boulder-Halle.

Hinweis: bei allen Kletteranlagen aus dem Internet wurde bereits berücksichtigt, dass eine Boulderhalle in Randa bereits besteht.



Status: im Austausch mit Erweiterung Boulderhalle Randa

Ausbildungscamp Beginner

Aufbau eines Ausbildungscamps für Beginner und Kletterinteressierte innerhalb der Climbers Paradise Area.



Status: als Folgeprodukt diverser Projekte

1. Red Bull The Edge
2. Adventure Park
3. Netzpark – Treenets
4. Kletterhalle Indoor
5. Ausbildungscamp Beginner
6. Ninja Warrior Outdoor

Outdoor Ninja Warrior

Die Idee wäre die Erstellung eines Outdoor-Parcours - in Anlehnung an die Gameshow Ninja Warrior. Die Besucher müssen einen hohles Hindernisparcours überwinden und dabei ihre Kraft und Ausdauer unter Beweis stellen. Anders als beim Original, sollen die Teilnehmer aber NICHT ins Wasser, sondern in Klippen oder Netze fallen.



Status: Pilot für kant. Bergführerfest wird erstellt und anschl. im Projekt weiterverwendet

Themenrahmen und Erwartungshaltung Workshop Entwicklung Golf Area

Initiative Mattertal.Aktiv	Matterhorn Golfclub
Evaluation von golfaffinen Aktivitäten, welche direkt auf das Thema Golf einzahlen	Erweiterung Golfplatz
Entwicklung von Ideen, welche das Thema Golf der breiten Öffentlichkeit zugänglich machen und die Hemmschwelle zum Golf senken	Standort / Umbau Clubhaus
...	Akquisition neue Mitglieder
	Marketing & Kommunikation
	...

Resultate Golf Workshop, 21.2.24

Teilnehmende Workshop Entwicklung Golf Area – 21.2.24, 10.00 – 13.00 Uhr in Täsch

Vorname, Name	Organisation & Funktion	Funktion & Rolle im Workshop
Dario Perren	Vorstand Matterhorn Golfclub	Golf & Präsident Verein 360 Grad
Nicolas Burgener	Vorstand Matterhorn Golfclub	Golf
Frédéric Boson	Vertreter Golf Mischabel AG	Golf & Hotellerie
Marcel Mooser	Vertreter Golf Mischabel AG	Golf
Sandro Kronig	Manager Matterhorn Golfclub	Golf
Robi Inäbnit	Aktives Mitglied Matterhorn Golfclub	Golf
Danilo Gerardo	Projektleiter SHP	Golf / Hotellerie
Simon Imboden	Gemeinderat Randa	Politik
Annette Fux	Gemeinderätin Täsch	Politik
Fabrizio Gull	Leiter Destinations-Service Zermatt Tourismus	Tourismus
Harald Burgener	HVZ Geschäftsführer	Hotellerie
Roman Haller	Unternehmer, u.a. Projektleiter 150 Jahre Matterhorn	Unternehmer & Golfspieler
Christian Billau	Erlebnisplan ag: Destinationsentwicklung und Inszenierung	Methodische Leitung Workshop
Nicole Diermeier	Geschäftsführerin Verein 360 Grad Outdoor – Lebens- & Erlebnisraum inneres Mattertal	Organisatorische & Inhaltliche Leitung Workshop
Marc Börlin	Mitarbeiter Verein 360 Grad Outdoor – Lebens- & Erlebnisraum inneres Mattertal, verantwortlich für Finanzen & Controlling	Support & aktiver Golfspieler
Nathalie Gruber-Steindl	Mitarbeiterin Verein 360 Grad Outdoor – Lebens- & Erlebnisraum inneres Mattertal, verantwortlich für Projekte, Kommunikation & Contentmanagement	Support

Vorstellung der Teilnehmer

1. Was sind meine persönlichen Erwartungen an die Entwicklung des inneren Matternals bzgl. „Outdoor-Erlebniswelt“?
2. Was sind meine Erwartungen & Bedürfnisse an die Entwicklung der Golf Area

Dario:

- Schali = Kraftort, möchte diesen Ort mit allen teilen
- Hemmschwelle Golf aus der Welt schaffen
- Synergien, Golf über Tellerrand gestalten & gross denken, wünscht kritische Fragen & die Masteridee

Robi:

- Wie bekommt man das Image des Golfsports als elitäre Sportart weg?
- Was ist wichtiger: einmalige Besucher oder wiederkehrende Besucher?
- Synergien mit bestehender Infrastruktur hineinbringen

Fabrizio:

- Spannend, wie kann man Leute ohne Golfbezug anziehen & nachhaltiges Angebot für breite Zielgruppe schaffen?
- Potenzial vom Gebiet Randa-Täsch ausschöpfen (= mehr als nur Vororte von Zermatt)

Roman:

- Weiterentwicklung des Golfs aber auch Schali als Hub (Täsch/Randa)
- Ziel, nicht noch mehr Leute ansprechen, sondern wie kann man einen Mehrwert bieten, auch für Einheimische (& wie verbindet man das auch mit der wichtigen Wohnungsthematik)

Harald:

- Gebiet Schali/Golf hat ein enormes Potenzial
- 1. Priorität muss sein: Erlebnis- & Lebensqualität für Mitarbeitende & Einheimische

Simon:

- wünscht sanfte Entwicklung der Region & Wertschöpfung
- hofft, dass das Projekt Zukunft hat

Annette:

- Anliegen: schon in Schule ansetzen & die Kids schon mit Golf in Kontakt bringen, damit die Hemmschwelle wegfällt

Frédéric:

- wichtig für Zermatt/Mattertal; zuerst die Mitarbeitenden, dann erst die Touristen
- grosse Verantwortung, wir müssen innovativ und Macher sein!

Danilo:

- Golf muss familienfreundlicher gestaltet werden, sodass man auch mal an einem Samstagmorgen mit den Kids auf die Driving Range kann, spielerisch!

Marcel:

- notwendige Initiative, Handlungsbedarf besteht auch über Outdooraktivitäten hinaus (Destinationsstrategie)
- Golf: seit 20 Jahren top Erholungsraum für Einheimische & Touristen, aus privater Initiative entstanden, hat Potenzial & Entwicklungsbedarf, Akzeptanz & Unterstützung sind nötig
- Nutzen von Synergien (Logistik, Infrastruktur, Kommunikation, Marketing)

Nicolas:

- neue Zielgruppen ansprechen (Qualität, Offenheit, Flexibilität)
- Golf muss cooler Melting Pot für Jedermann werden, vom Lastwagenfahrer in der Mittagspause zum einheimischen Kind etc.
- Mobilität ist entscheidend!

Sandro:

- Golf an sich ist relativ träge geworden, es benötigt coole Angebote
- Hemmschwelle muss weg & Image verbessert werden (auch bei Einwohnern)
- Golf hat grosses Potenzial – wichtig, dass der Golfsport repräsentiert wird (nachhaltiges Produkt im Golf selbst, für die Mitglieder, kein Frisbee-/Fussball-Angebot)
- Nutzen von Synergien, auch z.B. bei der Infrastruktur

Marc:

- neutrale Sicht als Unterländer, Golf soll ein Angebot für den gesamten Lebensraum sein (nicht nur Zermatt, auch Täsch und Randa)
- neue Leute zum Golf bringen, die Hemmschwelle ist gross
- Golf braucht Zeit (etwas Positives in der heutigen Zeit)

Impressionen



Verdichtung der Ideen

Ziel des Workshops



**Evaluation von Aktivitäten & Projekten in der
Golf Area als Basis für die Ausarbeitung des
Masterplans und die
Machbarkeitsabklärung/Realisierung**

Kriterien als Basis für Bewertung der Ideen aus dem umfassenden Ideenpool

Einführung Area Check

Zielsetzung

Der Area Check wurde für die Bewertung der einzelnen Ideen aus dem bestehenden Ideenpool eingesetzt, um für die Entwicklung der Golf Area die besten Attraktionen und Aktivitäten auswählen zu können. Die Bewertung der einzelnen Kriterien soll hierbei eine Vergleichbarkeit schaffen und alle relevanten Dimensionen bereits in einem sehr frühen Stadium durchleuchten.

Methodik

Insgesamt wurden 28 Kriterien in 6 Dimensionen unterteilt und bewertet (die Kriterien und Dimensionen sind nachfolgend aufgeführt). Teilweise wurden Kriterien für die Bewertung mehrerer Dimensionen eingesetzt und gegebenenfalls unterschiedlich gewichtet. Die Bewertung wurde von mehreren Personen und unabhängig voneinander vorgenommen.

Einführung Area Check

Dimensionen und Kriterien

Dimension	Kriterium
Leuchtturmpotenzial	Erlebniswert
	Besucher (Frequenz)
	Kulturelle Bedeutung
	indirekte Wertschöpfung
	Mobilität: Verkehrsanbindung / Erreichbarkeit
	Regionale Identitätstiftung
	Sales/Produkt/Verkaufspotenzial
	Zielgruppenansprache
Umsetzungsfähigkeit (kurz-langfristig)	Höhe Investitionstätigkeit
	Koordination und Kooperation Locals
	Bedürfnisbefriedigung Einheimische
Innovationsgrad	Erlebniswert
	Einzigartigkeit des Angebots
	Einbindung innovativer Elemente
Ökonomische Nachhaltigkeit	indirekte Wertschöpfung
	direktes Wertschöpfungspotenzial
	Synergiepotenziale Geschäftsmodelle
	Höhe Investitionstätigkeit
	Rentabilität
	Besucher (Frequenz)
Ökologische Nachhaltigkeit	Mobilität: Verkehrsanbindung / Erreichbarkeit
	Beinflussung Natur- und Landschaft
	Energieverbrauch (Strom, Wärme, etc.)
	Ressourcenverbrauch (Wasser, Boden, etc.)
Gesellschaftlich / Soziokulturelle Nachhaltigkeit	Bedürfnisbefriedigung Einheimische
	Regionale Identitätstiftung
	Kulturelle Bedeutung
	Koordination und Kooperation Locals

Ideenpool (9 Ideen aus dem Ideenpool Golf Area bewertet)

1. Adventure Golf
2. Nature Adventure Golf
3. Pitch & Put
4. Footgolf
5. Topgolf
6. FlingGolf
7. Urban Golf
8. Zorbing
9. Disc Golf / Freesbee Golf

Adventure Golf

Adventure Golf Anlagen sind Bahnen mit verschiedenen Themen für drinnen oder draußen. Die Bahnen können einfach gestaltet oder mit Bauwerken, Wasseranlagen, Brunnen, Hindernissen und Dekorationen versehen werden. Ein spannendes Projekt von der Idee bis zur fertigen Anlage.



Resultatbereich	
Leuchtpotenzial	5,5
Umsetzungsfähigkeit (kurz/langfristig)	5,7
Innovationsgrad	6,6
Ökonomisch	5,1
Ökologisch	7,3
Gesellschaftlich / Soziokulturell	4,7



Nature Adventure Golf

Adventure Golf Anlagen sind Bahnen mit verschiedenen Themen für drinnen oder draußen. Die Bahnen können einfach gestaltet oder mit Bauwerken, Wasseranlagen, Brunnen, Hindernissen und Dekorationen versehen werden. Ein spannendes Projekt von der Idee bis zur fertigen Anlage.



Resultatbereich	
Leuchtpotenzial	6,0
Umsetzungsfähigkeit (kurz/langfristig)	6,5
Innovationsgrad	6,4
Ökonomisch	5,2
Ökologisch	7,2
Gesellschaftlich / Soziokulturell	5,0



Pitch & Putt

Pitch & Putt ist eine vereinfachte Variante der traditionellen Ballparcours Golf mit kürzeren Spielbahnen. Die Regeln des Pitch & Putt sind im Wesentlichen die gleichen wie beim Golf. Es gibt einen Ball mit ermöglicht weniger Schlägen vom Abschlag bis zum Loch zu spielen, wobei verschiedene Golfschläger benutzt werden.




Resultatbereich	
Leuchtpotenzial	3,5
Umsetzungsfähigkeit (kurz/langfristig)	3,5
Innovationsgrad	3,4
Ökonomisch	3,4
Ökologisch	4,5
Gesellschaftlich / Soziokulturell	2,8



Footgolf

Footgolf ist eine Ballparcours, die Elemente von Fußball und Golf kombiniert. Der Sport hat seinen Ursprung in Schweden, die ersten Anlagen entstanden in den 1980er Jahren.



Resultatbereich	
Leuchtpotenzial	3,0
Umsetzungsfähigkeit (kurz/langfristig)	5,1
Innovationsgrad	4,0
Ökonomisch	3,7
Ökologisch	7,4
Gesellschaftlich / Soziokulturell	2,9



Topgolf

Es handelt sich um eine moderne Variante des Golfports, bei der die Spieler nicht auf traditionelle Gerichte, sondern auf Zylinder auf einer Dreiecks-Tafel zielen. Die Punkte werden auf der Grundlage von Genauigkeit und Entfernung vergeben, was dem Spiel ein soziales und wettbewerbsorientiertes Element verleiht.



Resultatbereich	
Leuchtpotenzial	3,6
Umsetzungsfähigkeit (kurz/langfristig)	3,6
Innovationsgrad	5,6
Ökonomisch	4,2
Ökologisch	4,9
Gesellschaftlich / Soziokulturell	3,1



FlingGolf

FlingGolf ist eine Sportart, die einfach zu erlernen ist. Du spielst auf einem beliebigen Golfplatz, aber erobert eine Golfball mit einem Schläger zu schlagen, besteht du einen wirtigen 'New Swing' FlingGolf, um den Ball zu schmeißen und jeden Schlag vom Abschlag bis zum Loch zu gestalten. Du kannst sogar in einer Vierergruppe mit herkömmlichen Golfers spielen.



Resultatbereich	
Leuchtpotenzial	4,3
Umsetzungsfähigkeit (kurz/langfristig)	6,3
Innovationsgrad	4,0
Ökonomisch	3,7
Ökologisch	7,6
Gesellschaftlich / Soziokulturell	3,4



Urban Golf

Urban Golf ist eine Variante des MiniGolf. Gespielt wird jedoch nicht auf Golfplätzen, sondern an allen möglichen Orten, die ein Spiel raum lassen. Das könnte auch als Mobiltelefon eingesetzt werden.




Resultatbereich	
Leuchtpotenzial	3,8
Umsetzungsfähigkeit (kurz/langfristig)	4,6
Innovationsgrad	4,7
Ökonomisch	3,8
Ökologisch	7,5
Gesellschaftlich / Soziokulturell	3,0




Zorbing

Zorbing ist eine Freizeitaktivität, bei der ein oder mehrere Menschen im Inneren einer aufblasbaren, meistens transparenten, doppelhülligen Kugel aus PVC einen Abhang hinunter oder auch auf einer flachen Strecke rollen. Diese Bewegungsform gibt es auch auf Wasser, Schnee und Eis.



Resultatbereich	
Leuchtpotenzial	3,0
Umsetzungsfähigkeit (kurz/langfristig)	5,1
Innovationsgrad	4,4
Ökonomisch	3,2
Ökologisch	7,5
Gesellschaftlich / Soziokulturell	2,2



Disc-Golf / Frisbee-Golf

Discgolf ist ein Frisbeesportspiel, bei dem versucht wird, von einem festgelegten Abwurfpunkt mit möglichst wenigen Wülfen eines Frisbees Körbe zu treffen, wobei die Frisbees meistens schwerer sind und eine aerodynamische Form haben als gängige Frisbeemodelle.



Resultatbereich	
Leuchtpotenzial	3,1
Umsetzungsfähigkeit (kurz/langfristig)	4,8
Innovationsgrad	3,6
Ökonomisch	2,7
Ökologisch	7,2
Gesellschaftlich / Soziokulturell	2,4



Gesamtübersicht Auswertung

Gesamtübersicht der Auswertung

Zusätzlich zur Auswertung jeder einzelnen Aktivität/Attraktion aus dem Ideenpool erlaubt die nachfolgende Darstellung den Vergleich der einzelnen Ideen miteinander.

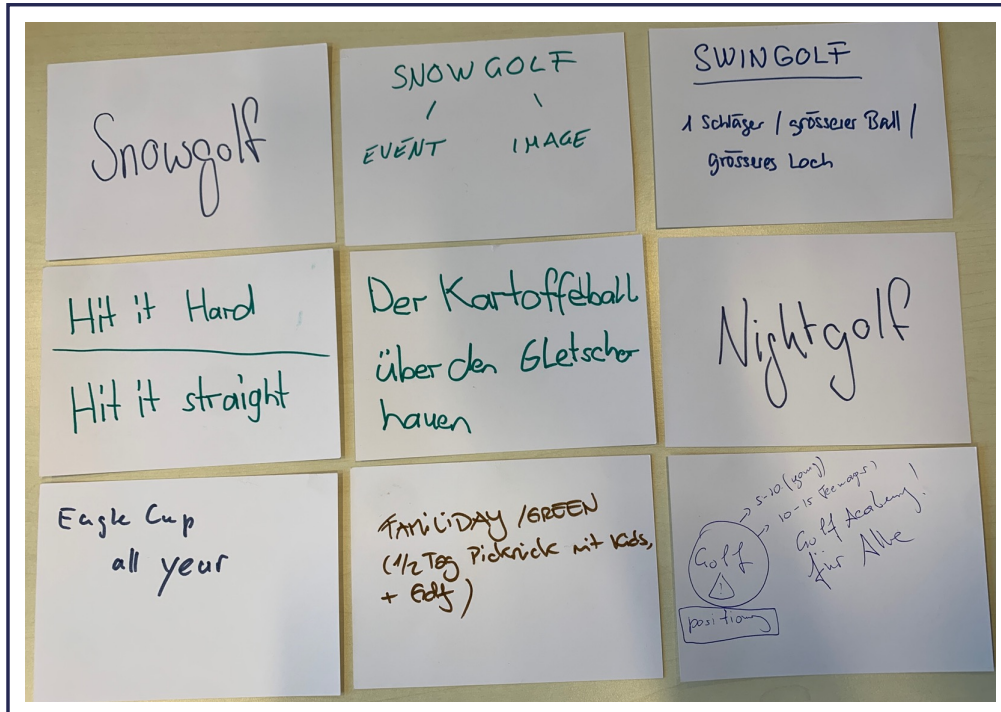
	Adventure Golf	Nature Adventure Golf	Pitch&Putt	Footgolf	Topgolf	Flinggolf	Urban Golf	Zorbing	Disc-Golf Frisbee Golf	Durchschnitt	Median
Leuchtturmpotenzial	5.5	6.0	3.5	3.6	4.6	4.3	3.8	3.6	3.1	4.2	3.8
Umsetzungsfähigkeit	5.7	6.5	3.5	5.1	3.6	6.3	4.6	5.1	4.8	5.0	5.1
Innovationsgrad	6.6	6.4	3.4	4.0	5.6	4.6	4.7	4.4	3.6	4.8	4.6
Ökonomisch	5.1	5.2	3.4	3.2	4.2	3.7	3.8	3.2	2.7	3.8	3.7
Ökologisch	7.3	7.2	4.9	7.4	4.2	7.6	7.5	7.5	7.2	6.8	7.3
Gesellschaftlich / Soziokulturell	4.7	5.0	2.8	2.9	3.1	3.4	3.0	2.2	2.4	3.3	3.0

Weitere Aktivitäten und Angebote für den Ideenpool



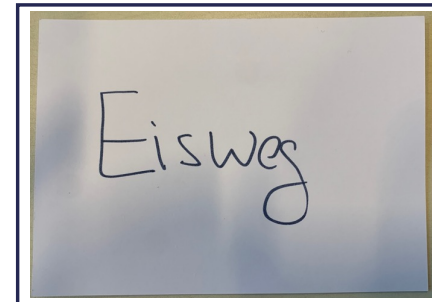
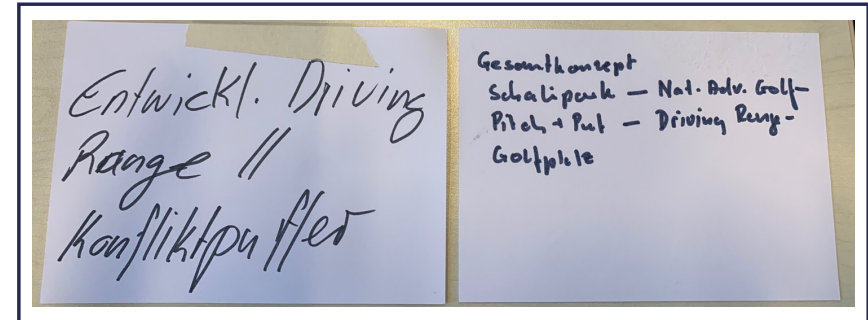
- **Was sind Eure Ideen?**
- **Bitte stellt Eure Idee kurz vor (2-3 Minuten).**
- **Auch wenn die Idee vielleicht schon genannt wurde.**
- **Skizziert Eure Idee bitte auf einer Setcard.**

Auswertung Ideenpool

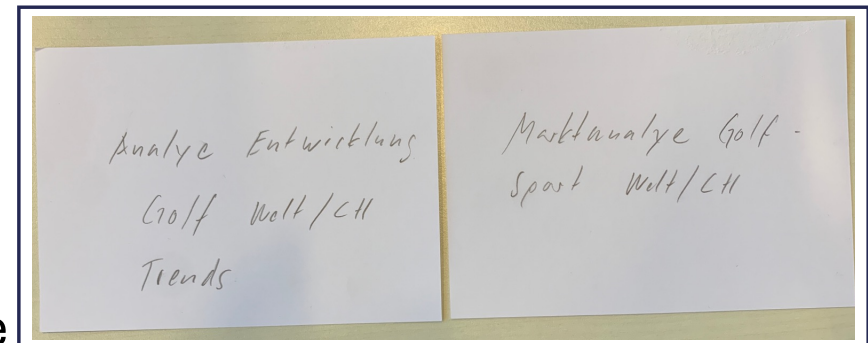


Events und Aufgaben für den Golfclub

Marktanalyse Ansätze



Struktur-entwicklungsansätze



Favoriten

Verdichtung Ideen

Was sind Eure Favoriten?!

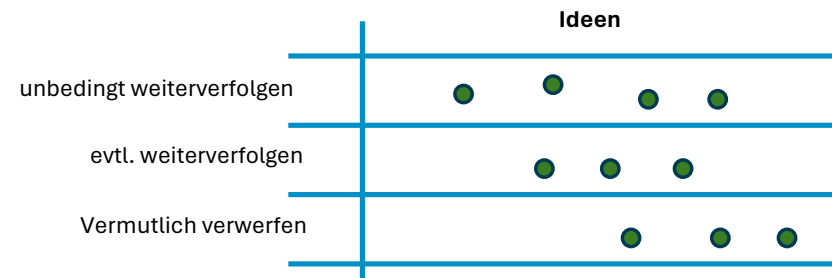
2er Gruppenarbeit → 4 – 5 Gruppen

Schritt 1 - Ranking

1
2
3
4
5
...

Jede Gruppe klassiert die Aktivitäten aus dem Ideenpool und erstellt ein Ranking

Schritt 2 - Gegenüberstellung



Die Rankings werden ausgewertet und die 5 überzeugendsten Ideen identifiziert

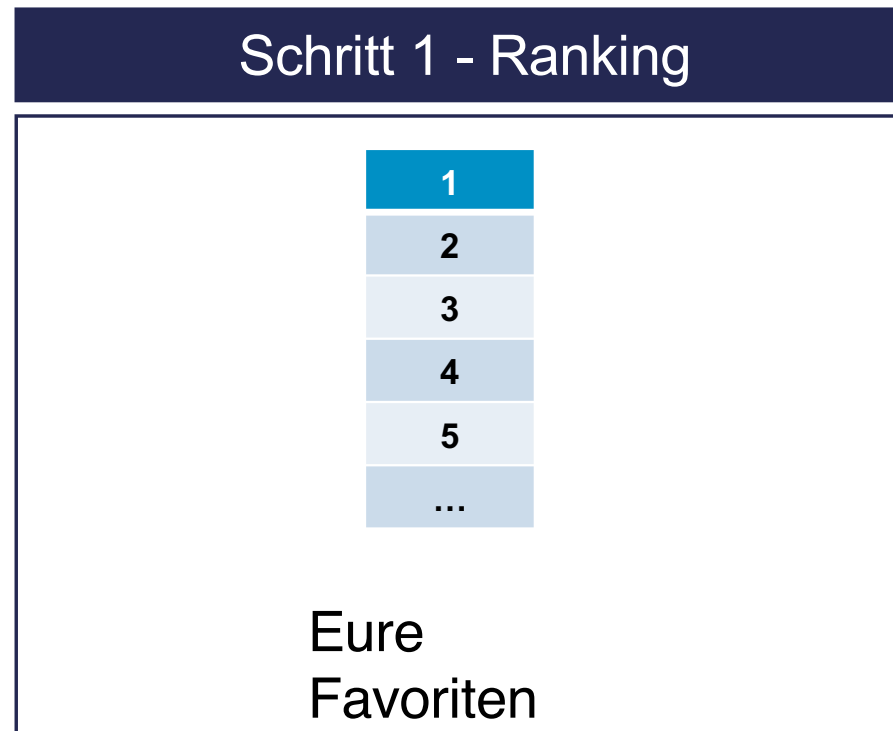
Vertiefung Ideen zu Aktivitäten & Projekte

Gruppeneinteilung

1. Nicolas Burgener & Marc Börlin
2. Marcel Mooser & Simon Imboden
3. Frédéric Boson & Annette Fux
4. Sandro Kronig & Fabrizio Gull
5. Robi Inäbnit & Roman Haller
6. Harald Burgener & Dario Perren
7. Danilo Gerardo & Nathalie Gruber-Steiner

Verdichtung Ideen

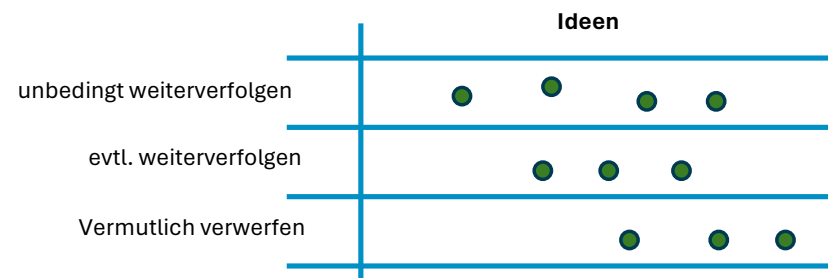
2. Vorstellung der Ergebnisse pro Gruppe



Verdichtung Ideen

Vorstellung der Gesamtauswertung der Favoriten

Schritt 2 - Gegenüberstellung



Die Rankings werden ausgewertet und die 5 überzeugensten Ideen identifiziert

Verdichtung Ideen

Vorstellung der Gesamtauswertung der Favoriten

	Team 1	Team 2	Team 3	Team 4	Team 5	Team 6	Team 7	Total
Adventure Golf	2	3	7	5	2	2	10	31
Nature Adventure Golf	3	2	6	4	1	3	10	29
Pitch&Put	6	1	8	3	3	9	2	32
Footgolf	5	8	2	6	7	6	8	42
Topgolf	9	6	10	10	8	7	9	59
FlingGolf	7	5	1	2	5	5	9	34
Urban Golf	8	7	5	7	10	8	9	54
Zorbing	10	10	9	9	9	10	8	65
Disc Golf / Frisbee Golf	4	8	3	8	6	4	8	41
Eventausbau Golf	1	1	4	1	4	1	1	13

Auswahl Top 5

1. Adventure Golf
2. Nature Adventure Golf
3. Pitch & Put
4. FlingGolf
5. Eventausbau Golf

Adventure Golf

Adventure Golf Anlagen sind Bahnen mit verschiedenen Themen für drinnen oder draussen. Die Bahnen können einfach gestaltet oder mit Bauwerken, Wasseranlagen, Bunkern, Hindernissen und Dekorationen versehen werden. Ein spannendes Projekt von der Idee bis zur fertigen Anlage.



Resultatübersicht	
Leuchtpotenzial	5,5
Umsetzungsfähigkeit (kurz-langfristig)	5,7
Innovationsgrad	6,6
Ökonomisch	5,1
Ökologisch	7,3
Gesellschaftlich / Soziokulturell	4,7



Nature Adventure Golf

Adventure Golf Anlagen sind Bahnen mit verschiedenen Themen für drinnen oder draussen. Die Bahnen können einfach gestaltet oder mit Bauwerken, Wasseranlagen, Bunkern, Hindernissen und Dekorationen versehen werden. Ein spannendes Projekt von der Idee bis zur fertigen Anlage.



Resultatübersicht	
Leuchtpotenzial	6,0
Umsetzungsfähigkeit (kurz-langfristig)	6,5
Innovationsgrad	6,4
Ökonomisch	5,2
Ökologisch	7,2
Gesellschaftlich / Soziokulturell	5,0



Pitch & Putt

Pitch & Putt ist eine vereinfachte Variante der traditionellen Ballsportart Golf mit kürzeren Spielbahnen. Die Regeln des Pitch & Putt sind im Wesentlichen die gleichen wie beim Golf. Es gilt, einen Ball mit möglichst wenigen Schlägen vom Abschlag in das Loch zu spielen, wobei verschiedene Golfschläger benutzt werden.



Resultatübersicht	
Leuchtpotenzial	3,5
Umsetzungsfähigkeit (kurz-langfristig)	3,5
Innovationsgrad	3,4
Ökonomisch	3,4
Ökologisch	4,9
Gesellschaftlich / Soziokulturell	2,8

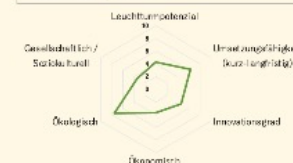


FlingGolf

FlingGolf ist eine Sportart, die einfach zu erlernen ist. Du spielst auf einem beliebigen Golfplatz, aber anstatt einen Golfball mit einem Schläger zu schlagen, benutzt du einen einzigen New Swan FlingStick, um den Ball zu schlaudern und jeden Schlag vom Abschlag bis zum Loch zu gestalten. Du kannst sogar in einer Vierergruppe mit herkömmlichen Golfern spielen.



Resultatübersicht	
Leuchtpotenzial	4,3
Umsetzungsfähigkeit (kurz-langfristig)	6,3
Innovationsgrad	4,6
Ökonomisch	3,7
Ökologisch	7,6
Gesellschaftlich / Soziokulturell	3,4



Event- ausbau Golf

Vertiefung Ideen zu Aktivitäten & Projekte

Vertiefung Ideen zu Aktivitäten & Projekte

- In das Brainwriting werden nur die 5 Top-Aktivitäten aus dem Ideenpool aufgenommen. Diese ergeben sich durch die vorgängige Klassierung (Ranking) in Zweier-Gruppen.
- Alle 10 Teilnehmer nehmen gleichzeitig und im gleichen Kreis am Brainwriting teil.
- Jede Aktivität aus dem Ideenpool wird 2-mal beim gleichen Teilnehmer ankommen.
- Auf jedem Blatt steht nur eine Idee. Pro Idee hat jeder Teilnehmer 60 Sekunden Zeit, seine Inputs zu notieren. Danach wird das Blatt im Uhrzeigersinn weitergegeben.



Zusammenfassung Brainwriting

A top-down view of a whiteboard where several people are participating in a brainwriting exercise. The central focus is a large, hand-drawn lightbulb with a thick black outline. The interior of the lightbulb is filled with bright yellow marker strokes. A person's hand, wearing a green sleeve, is using a yellow marker to draw dark brown lines radiating from the base of the bulb, resembling a brain or neural connections. To the right of the lightbulb, there are several thick, dark grey scribbles. In the bottom right corner, a small blue circle with radiating lines is visible. Various hands and markers are scattered around the board, indicating an active collaborative session.

Auswertung Brainwriting

Adventure Golf

Inputs Workshop 21.2.2024

Herausforderungen

Chancen/Potenziale

**Investition und
Kosten**

Standortfrage

**Unterhalt / einwandfreies
funktionieren sicherstellen**

**Muss mit anderen Angeboten
kombiniert werden**

**Müsste flexibel gebaut sein um laufend
das Angebot zu erweitern**

Familienangebot

Hoher Unterhaltungswert

**Nähe Schallisee –
Nähe Driving Range**

Kombination mit anderen Angeboten

Angebot für Einsteiger

**Ganzjahresangebot /
Schlechtwetteralternative**

Sponsorenintegration

**Kombination mit
Terminal in Täsch**

**Nutzung von Bestehender
Infrastruktur (oder Hub mit
Golf und Langlauf)**

Auswertung Brainwriting

Nature Adventure Golf

Inputs Workshop 21.2.2024

Herausforderungen

Chancen/Potenziale

**Investition und hohe
(Realisation-)Kosten**

**Standortfrage und Platzbedarf
(zusätzliches Land kaum vorhanden)**

**Reiz geht evt. nach
1x verloren**

**Unterhaltskosten gleich wie
Golf**

**Müsste flexibel gebaut sein um laufend
das Angebot zu erweitern**

**Kommunikation /
Vermarktung**

**Nähe Schalisee –
Nähe Driving Range**

Angebot für Einsteiger

**Spricht viele potenzielle
Kunden an**

Kooperation mit Golfclub

**Gamification als Plus für
Nichtgolfer**

**Mit Feuerstellen und
Verweilplätzen**

Auswertung Brainwriting

Pitch & Put Inputs Workshop 21.2.2024

Herausforderungen

Chancen/Potenziale

**Auf Golfspieler beschränkt
(geringes Potenzial für neue Golfer)**

**Teuer in der Umsetzung und
im Unterhalt**

Bodeneigentümer

**Wirtschaftlichkeit /
Nischenprodukt**

Für Anfänger geeignet

**Integration in bestehende Driving-
Range-Infrastruktur**

**Trainingsmöglichkeit auch
für Fortgeschrittene**

**Evt. als Steigerung des
Adventure Parks**

**Gehört zur Basisinfrastruktur
eines Golfplatzes**

Vermarktung mit Golf

**Optimale Infrastruktur für
Events**

Auswertung Brainwriting

FlingGolf

Inputs Workshop 21.2.2024

Herausforderungen

Chancen/Potenziale

Kannibalisierung des Golfs

**Rein als Event /
punktuell umsetzbar**

**Evt. Konflikt mit Golf (neue Regeln,
Spielformen, etc.)**

Nischenprodukt

**Spricht evt. neue Altersgruppen
an / Neue Kundengruppen**

**Gleiche Infrastruktur wie Golf /
kombinierbar mit Golf**

**Keine hohen
Investitionskosten**

Marketing-Aktion

Wird als «cool» empfunden

**Für alle möglich – guter
Einstieg**

**Angebot für Vereine und
Firmen**

Nachhaltigkeit

Auswertung Brainwriting

Footgolf Inputs Workshop 21.2.2024

Herausforderungen

Chancen/Potenziale

Kannibalisierung des Golfs

**Rein als Event /
punktuell umsetzbar**

Nischenprodukt

Interessenskonflikt mit Golf

Mangelender Raum / Platz

Fussballclubs → potenzielle Golfer

**Angebot für Vereine, Schulen
und Firmen
(Eventpotenzial)**

**Könnte potenzielle neue Golfer
ansprechen (Marketing-Aktion)**

Wird als «cool» empfunden

**Einfach umsetzbar -
kostenkünstig**

Auswertung Brainwriting

Herausforderungen

Eventausbau Golf

Inputs Workshop 21.2.2024

Chancen/Potenziale

**Braucht eine innovative
Betreibergesellschaft**

**Infrastruktur vorhanden
(Clubhaus)**

Hohes Umsetzungspotenzial

Top-Synergien mit Golfclubs

Angebot für Nichtgolfer

**Top für Kommunikation und
Vermarktung**

**Schnell und einfach
umsetzbar**

**Interessant für Einheimische
und Gäste**

**Kombination mit bestehenden
(Gemeinde-)Anlässen**

Das Thema ist neu im Rahmen
des WS hinzugekommen
-> Golfclub Thema?!