

# Erlebnisraum Mattertal

Lebens- & Erlebnisraumentwicklung im  
Spagat zwischen  
Politik, Tourismus und Wirtschaft

Sport. Tourismus. Forum  
Dario Perren  
26. Mai 2026





**"Die Züekunft va ischum Mattertal aktiv  
(mit)gstatte»**

# Was erwartet Sie in den nächsten 20 Min?



# Wie lautet unsere Vision?

Wir gestalten gemeinsam den einzigartigen Lebens- & Erlebnisraum im inneren Mattertal für die Zukunft –  
begeisternd, bewegend, verbindend



=  
eine konkrete Initiative im Rahmen der Gesamtentwicklung, welche sowohl die Bedürfnisse der Bevölkerung wie auch diejenigen der Gäste abdeckt

## Wie lautet unsere Mission?

[www.360outdoor-mattertal.ch](http://www.360outdoor-mattertal.ch)

- **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.**

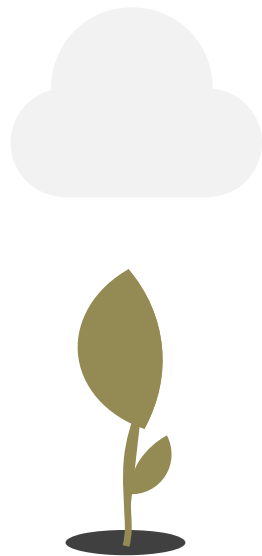
# Welche Philosophie verfolgen wir?

Heute säen – morgen ernten.



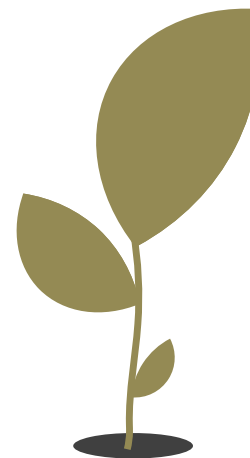
**Finanzierung  
Projektent-  
wicklungsphase**

**CHF 684'000.-  
gesichert aus  
öffentlicher Hand**



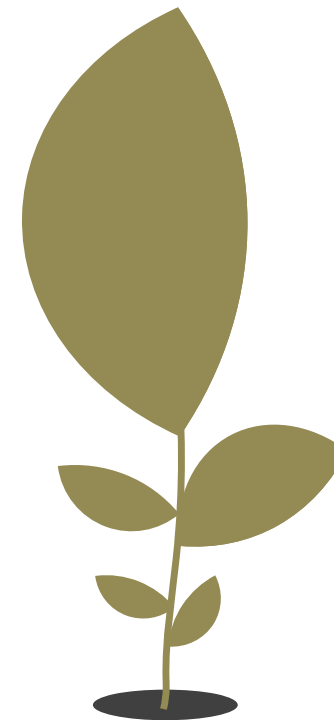
**Aufbau Struktur &  
Prozess (Gründung  
Verein, 25.8.23)**

**Breite Akzeptanz und  
Vertrauen schaffen und  
damit effizient &  
effektiv zum Ziel**



**Partizipation und Gremien  
bilden, Prozess schärfen &  
Projekte & Aktivitäten  
evaluieren und priorisieren**

**Verbindlichkeit &  
Verantwortung  
manifestieren**



**Umsetzung,  
Geschäftsmodell &  
Betreiber-gesellschaft**

**Kommerziell ausgerichtet und  
wertschöpfungsorientiert für die  
gesamte Destination =  
Alle sollen davon profitieren**

# Wie sind wir finanziert?

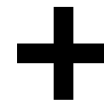
## Grundstein Finanzierung: zwei Phasen-Modell

**Projektierungsphase 2024 – 2027 =  
Teil des Fördermittelauftrags von  
SECO & Entwicklungsfonds RWO**

**Mittel: CHF 684'000.-**

**Ziel: Entwicklung eines  
Gesamtmasterplans für das innere  
Mattertal**

**Verantwortung: Verein 360 Grad  
Outdoor – Lebens- & Erlebnisraum  
inneres Mattertal**



**Umsetzungsphase = NICHT  
Teil des Fördermittelauftrags**

**Mittel: tbd (Eigenmittel,  
diverse Fördermittel,  
Stiftungen, Investoren)**

**Ziel: Umsetzung des  
Masterplans (Infrastruktur &  
Massnahmen)**

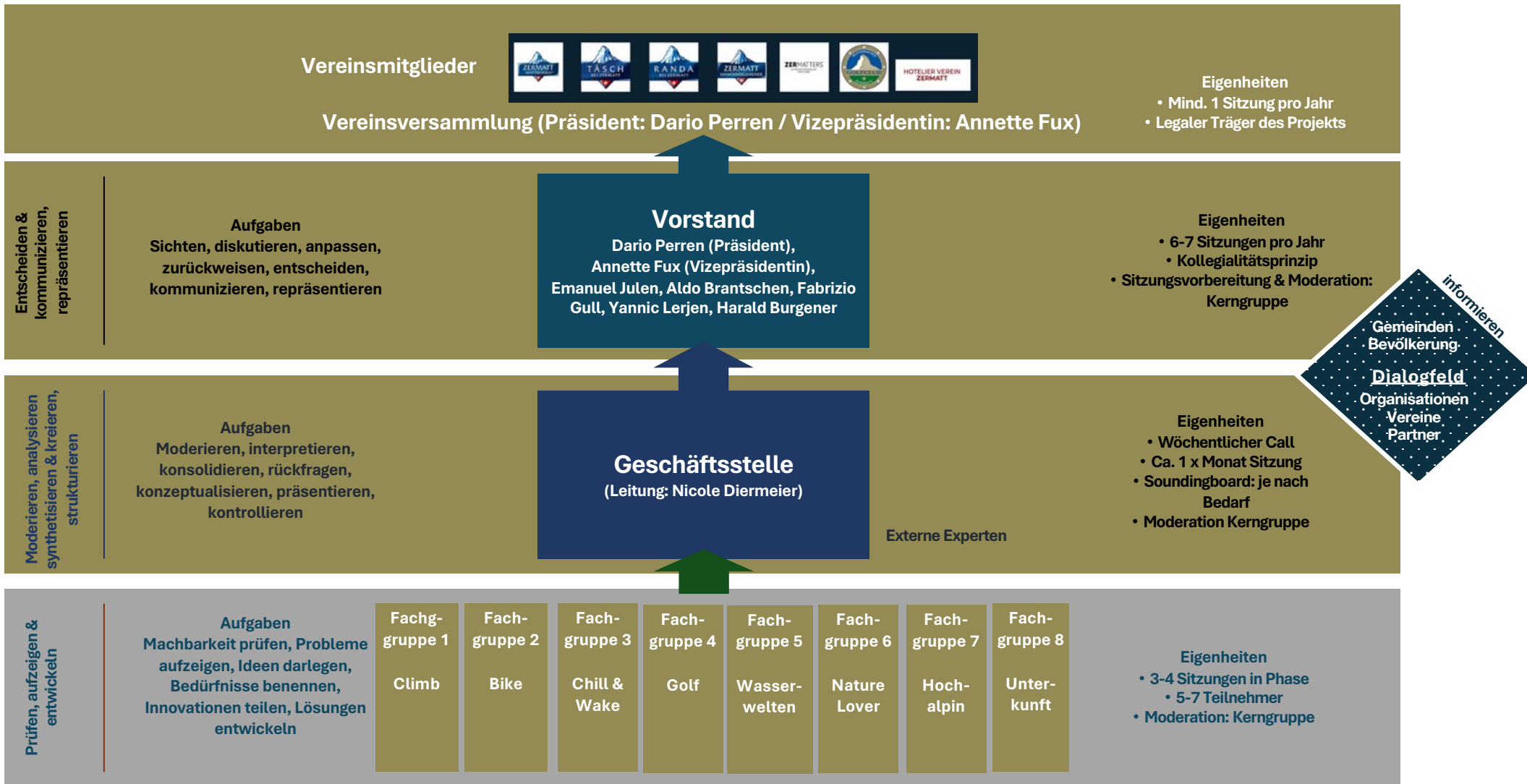
**Verantwortung: je nach  
Geschäftsmodell**

# Was sagen unsere Tourismus- & Wirtschaftspartner?

## Statement von Richard Kämpf, Leiter Tourismuspolitik SECO

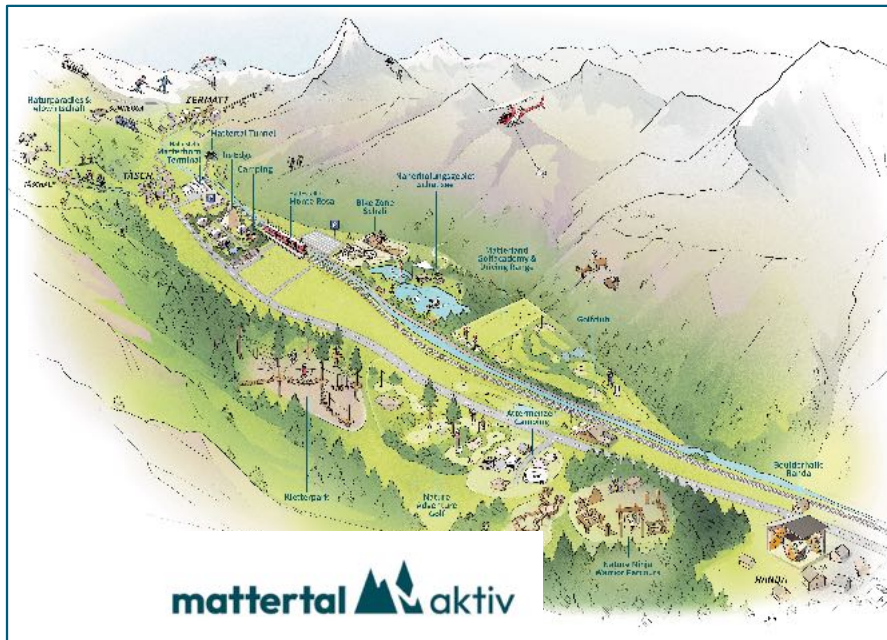
*«Mit dem Ziel den Wirtschafts- und Lebensraum im Inneren Mattertal als Ganzjahresdestination zu entwickeln, leistet das Projekt einen wichtigen Beitrag zur Tourismus- und Standortentwicklung in der Region. Das Projekt hat für die ganze Schweiz Modellcharakter und das Potenzial, zu einem Vorbild für 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.»*

# Wie sind wir organisiert? Breite Abstützung als Erfolgsfaktor.



# Wen sprechen wir an?

## Weniger ist mehr.



Gäste aus Zermatt

Familien &  
„budgetbewusste  
resp.  
erlebnishungrige“  
Reisende

TagesbesucherInnen  
(lokal, regional,  
national)

Qualität - nicht Quantität =  
die passenden Gäste,  
welche nachhaltig  
Wertschöpfung für Viele  
generieren und diese aktiv  
in der Destination lenken!



## Vision «Mattertal. Aktiv Erlebniswelt»

«Die Züekunft va ischum Mattertal aktiv mitgstalte.»

## Wie planen wir?

Wir entwickeln ganzheitlich und nachhaltig für die nächste(n) Generation(en).

### Unsere Mission

Wir bieten Aktivitäten für Besucherinnen und Bewohner:innen 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.

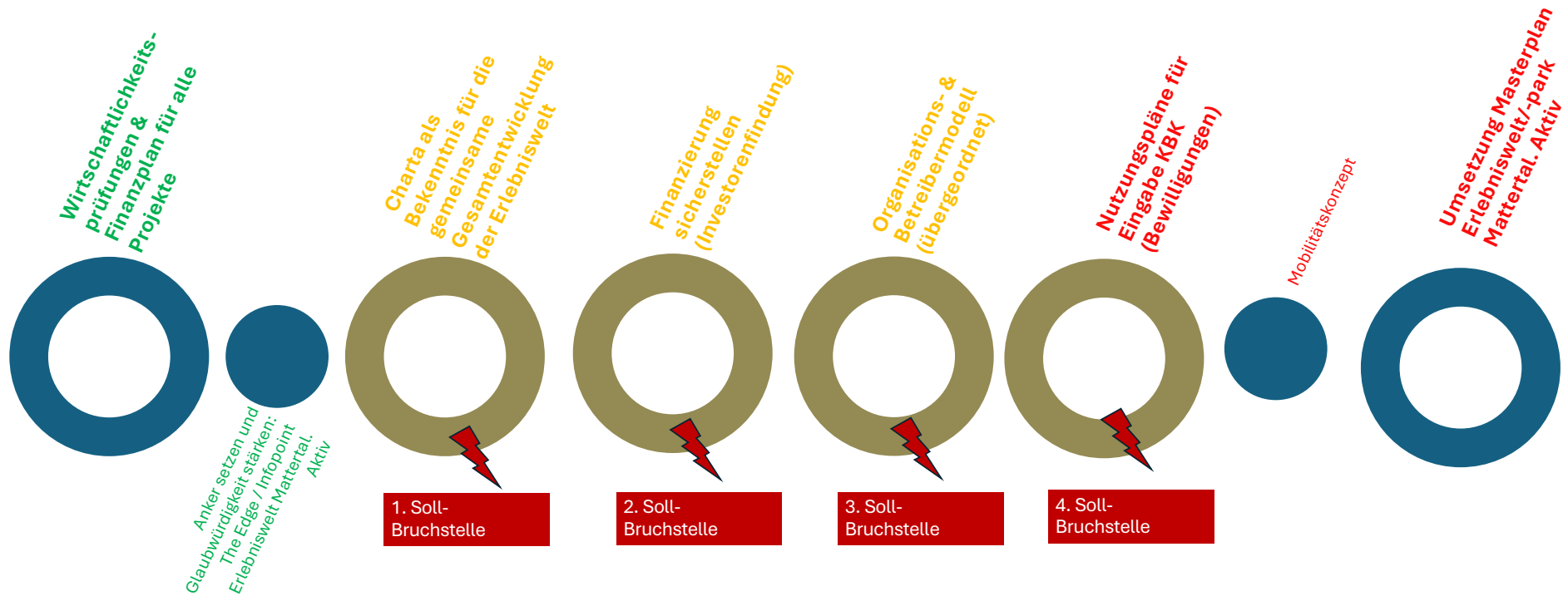


ZERMATTERS

HOTELIER VEREIN ZERMATT

# Wie gestaltet sich unser Weg zum Ziel?

Strukturiert und konsequent vorwärts marschieren.



# In welchen Dimensionen und Zeithorizonten planen wir?

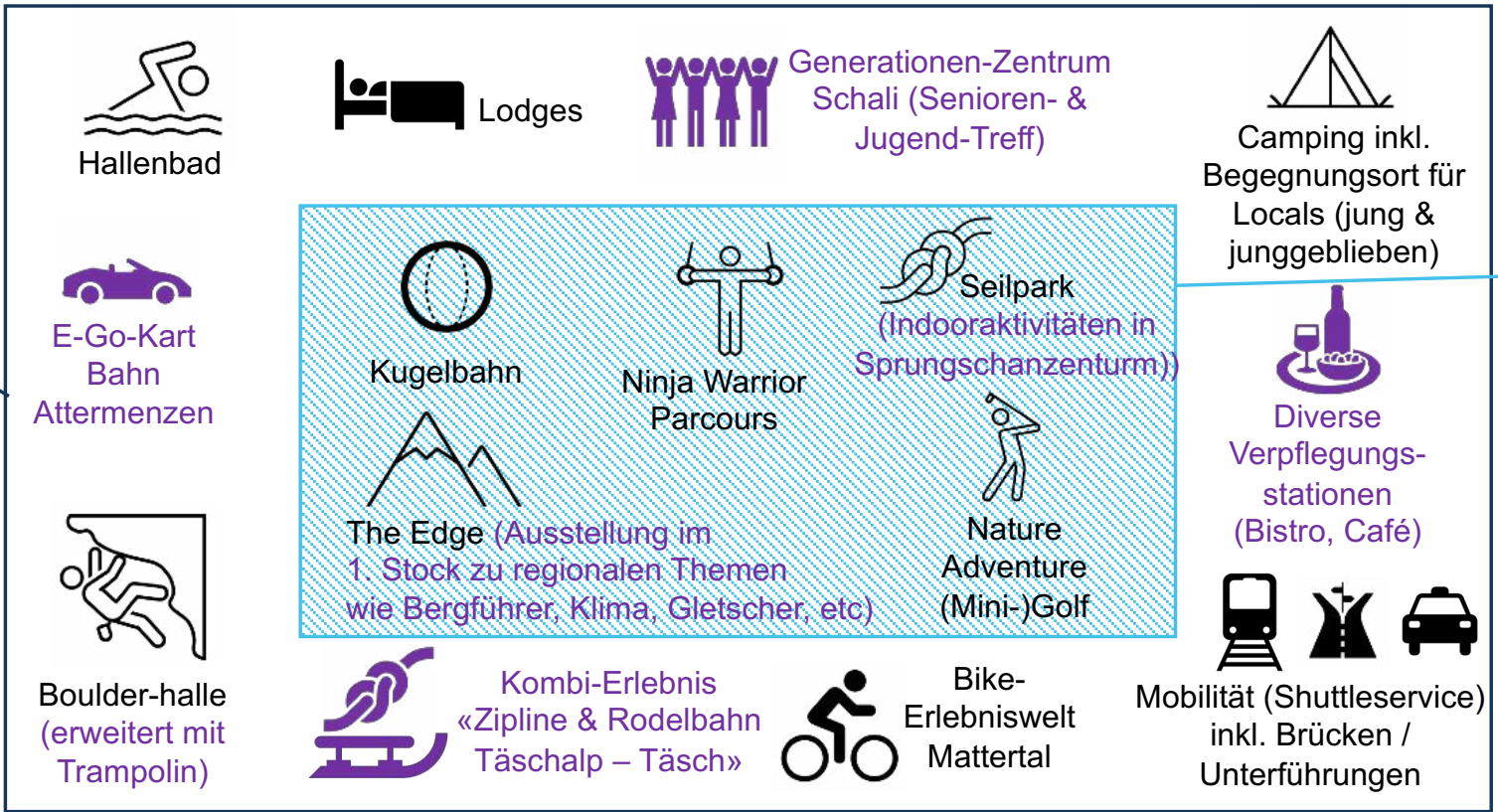
Von Beginn weg gross und ganzheitlich denken und den partizipativen Weg gehen.

**Vision 30+**

- Weiterentwicklung auf gutem Fundament
- Regionale Bedeutung inkl. Zermatt

**Anspruch:**

- USP / Game changer
- Grosser Wurf
- Regionale Legitimation



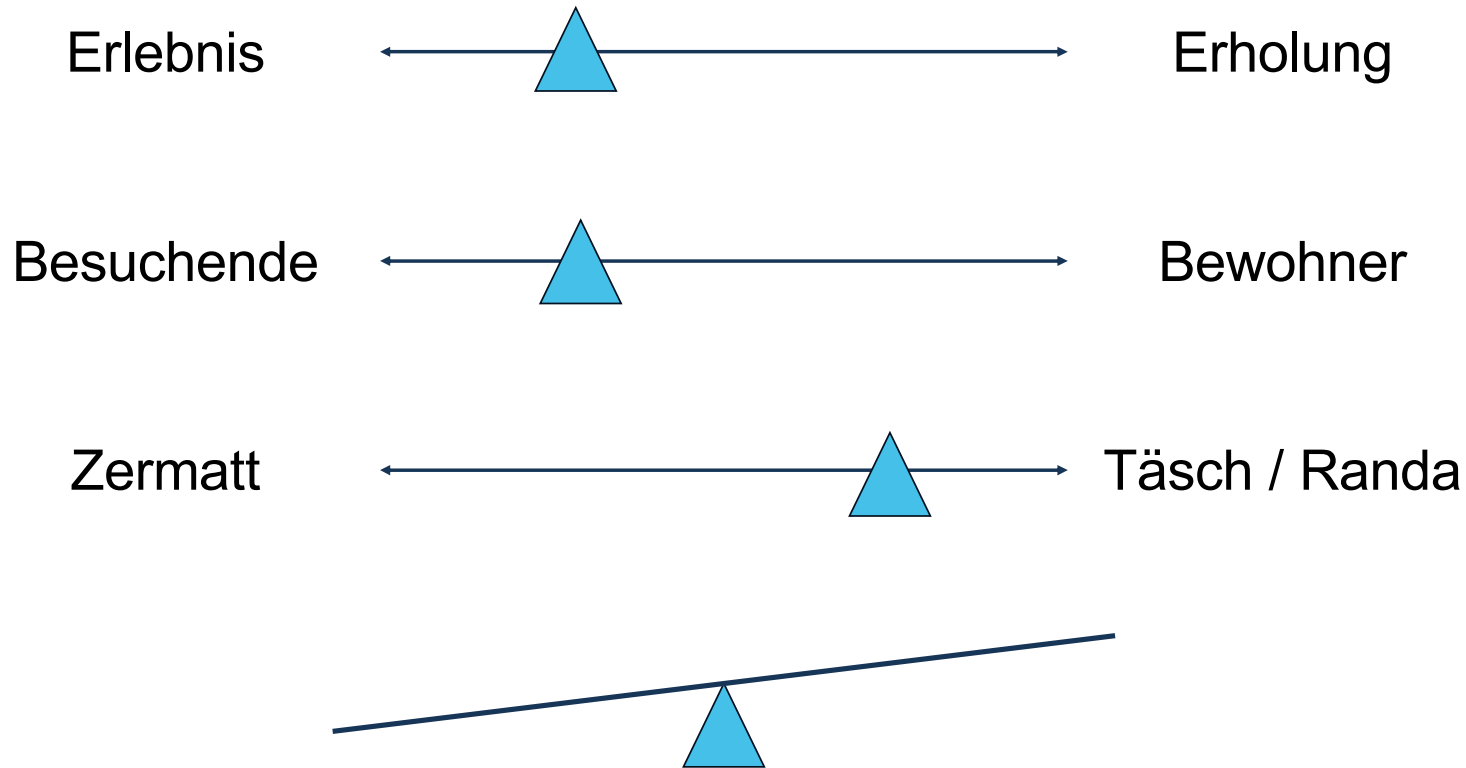
**Vision 27**

- Wichtiger erster Schritt / gemeinsamer Nenner
- Täsch/Randa im Fokus
- machbar, finanzierbar, legitimiert
- Noch kein USP / noch kein Game changer

**Anmerkung: die violett markierten Projekte sind Vorschläge von der jungen Bevölkerung des inneren Mattertal, welche am Workshop vom 6.3.26 mit rund 20 Jugendlichen entwickelt wurden.**

# Wie bewegen wir uns innerhalb der Spannungsfelder?

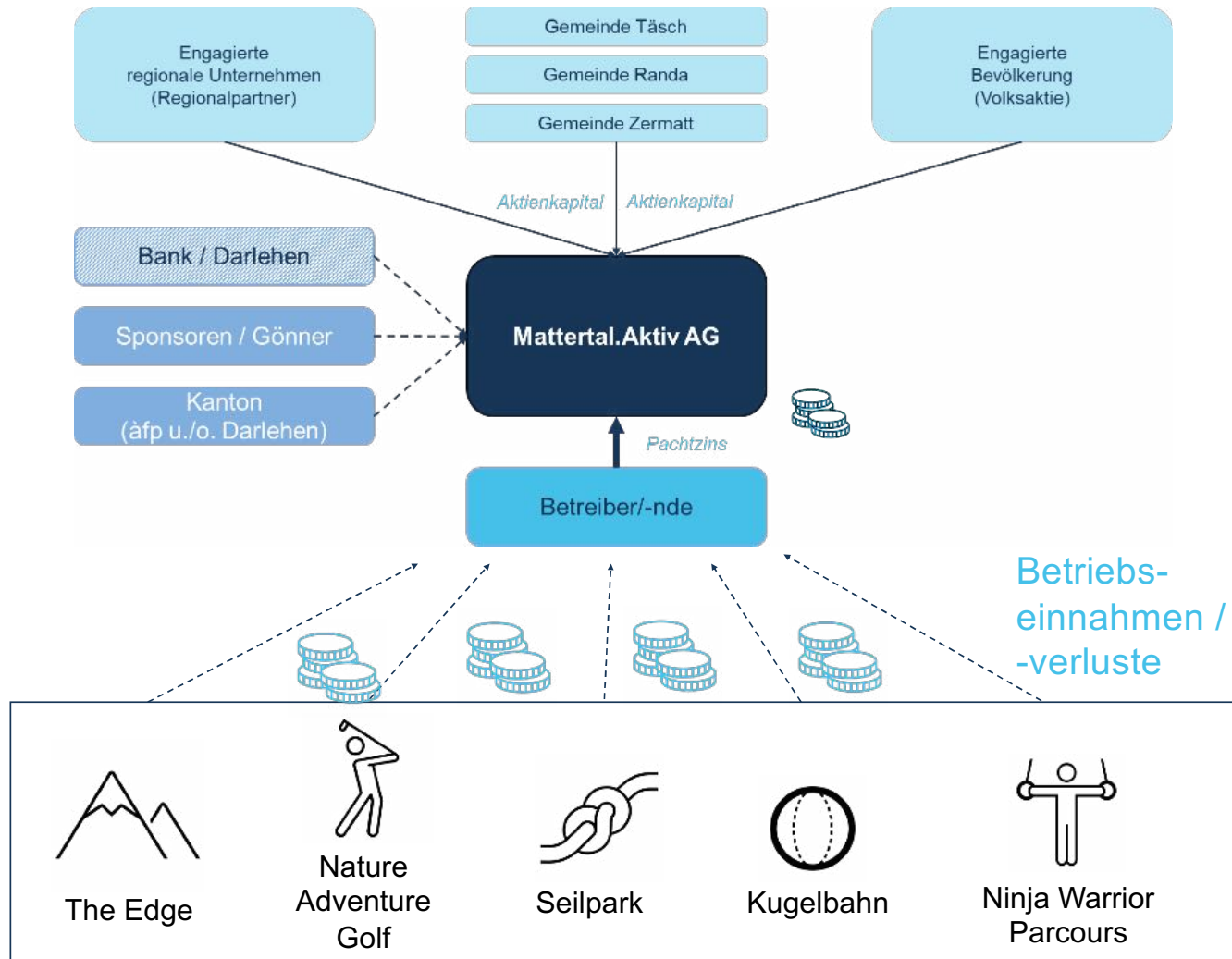
Die richtige Balance für Umsetzungserfolg.



Der Nutzen der Projekte muss ausgeglichen sein

# Wie sieht das Geschäfts- & Betreibermodell 2027ff aus?

«im driver's seat bleiben»



# Wo liegen die Chancen der Erlebniswelt Mattertal. Aktiv für das innere Mattertal und seine Bewohner:innen von?

1. Neue Freizeitaktivitäten und Erholungszonen = **mehr Lebensqualität**
2. Besucherlenkung im Sinne von „Qualität vor Quantität“ (nicht mehr Gäste, sondern die passenden Gäste!) = **attraktiver Lebensraum**
3. Steigerung der Attraktivität des Standortes inneres Mattertal und damit Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit = **nachhaltige Wertschöpfung für Viele**
4. Vorausschauende Planung und Adaption an die Herausforderungen der Zukunft wie Klimawandel, demografische Veränderungen, Overtourism, geopolitische Themen, etc. = **optimistische Perspektive**



# Wo liegen die drei grössten Herausforderungen?

## Chancen packen und Stopplersteine aus dem Weg räumen.

1. Visibilität und Akzeptanz, v.a. in der Top-Destination Zermatt
2. Falsche Erwartungen bzgl. Aufgaben & Budget (Abgrenzung Projektplanung und Umsetzung) -> Unverständnis, Neid und Missgunst
3. Nachhaltigkeit im Sinne der Weiterführung der Initiative über die Innotourphase hinaus (ab 2027) und in diesem Zusammenhang die Umsetzung und Betreuung
  1. Geldzugang
  2. Finanzierung
  3. Fläche
  4. Bewilligungen
  5. Mitarbeitende



## **Gesamtfazit:**

**Der grosse Gewinn dieser Initiative ist die ganzheitliche Planung und Umsetzung der Erlebniswelt Mattertal. Aktiv – sie macht die Zukunfts-Initiative sowohl raumplanerisch wie auch finanziell attraktiv**

# 5 Take outs

1. Partizipativ und «locals first»
2. Walk the talk
3. Stetiger Tropfen höhlt den Stein
4. Huhn oder Ei
5. Von den Besten lernen



Zermatt



Täsch



Randa

